



LOS LIBERTADORES
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

**Análisis de las representaciones visuales en los
informes de sostenibilidad del año 2017 de varias
empresas colombianas: Un enfoque en el marco del
postconflicto en Colombia**

Angie Lorena Bello Rocha

Fundación Universitaria Los Libertadores

Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Programa de Contaduría Pública

Bogotá D.C., Colombia

2019

**Análisis de las representaciones visuales en los
informes de sostenibilidad del año 2017 de varias
empresas colombianas: Un enfoque en el marco del
postconflicto en Colombia**

Angie Lorena Bello Rocha

Proyecto de grado para optar al título de

Contadora Pública

Director:

Fabián Leonardo Quinche Martin

Profesor Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Fundación Universitaria Los Libertadores

Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Programa de Contaduría Pública

Bogotá D.C., Colombia

2019

A mis padres, por la confianza y apoyo incondicional

A mis hermanos, por la motivación diaria y ayuda constante

A la vida, por ser difícil pero hermosa

Agradecimientos

A mis padres, por la dedicación y apoyo incondicional, por mostrarme a diario todo su amor y confiar ciegamente en mí, por enseñarme con el pasar del tiempo el sentido de vivir.

A mí profesor y tutor Fabián Leonardo Quinche, por su colaboración apoyo e interés, por las horas dedicadas a este proyecto fortaleciendo así mis conocimientos, por mostrarme el amor por la academia.

A mis amigos por el apoyo, especialmente a Natalia López, por las horas dedicadas, por la motivación diaria, por compartirme sus conocimientos haciendo más llevadero este proceso.

¡Gracias!

Tabla de Contenido

1. Introducción	9
2. Planteamiento del problema, objetivos y justificación.....	11
2.1. Planteamiento del problema	11
2.2. Objetivos	17
2.2.1. Objetivo general	17
2.2.2. Objetivo específico	17
2.3. Justificación	17
3. Post-acuerdos	18
3.1. Conflicto armado en Colombia	19
3.1.1. Origen	19
3.1.2. Consecuencias sociales	20
3.1.3. Consecuencias económicas	22
3.2. Negociaciones con las FARC	24
3.2.1. Antecedentes	24
3.2.2. Negociaciones 2012	25
3.2.3. Acuerdo	26
3.2.4. Expectativas empresariales	27
4. Divulgación de la información social y ambiental empresarial	28
4.1. Estandarización de la GRI	29
4.2. Aproximación económica	32
4.2.1. Conductas oportunistas: Teoría de la Agencia y Teoría Positiva	33
4.2.2. Teoría de la utilidad de la información	33
4.3. Aproximación sociopolítica	34
4.3.1. Teoría de los stakeholders	34
4.3.2. Teoría de la legitimidad	35
4.3.3. Teoría de la economía política de la contabilidad	37
5. Marco Metodológico	39
5.1. Posicionamiento y estrategia metodológica	39
5.2. Análisis de las imágenes.	40
5.2.1. Estudios visuales en la investigación contable.	40

5.2.2.	Semiología de la Imagen	41
5.2.2.1.	Mensaje lingüístico	42
5.2.2.2.	El mensaje denotado	43
5.2.2.3.	Mensaje connotado	44
5.2.3.	Análisis crítico del discurso	46
5.2.4.	El análisis de las imágenes y las teorías de la legitimidad y de la economía política de la contabilidad	49
5.2.5.	Caso múltiple de estudio: los informes de RSE de varias empresas colombianas	50
6.	Hallazgos: El postconflicto representado en imágenes 2017	54
6.1.	Caracterización cuantitativa de las imágenes	55
6.1.1.	Caracterización del Análisis Denotado	55
6.1.2.	Caracterización del Análisis Connotado	58
6.1.3.	Caracterización Mensaje Lingüístico	60
6.2.	Análisis a profundidad de las imágenes visuales sobre postconflicto.	60
6.2.1.	Bancamía	61
6.2.2.	Bolsa de Valores Colombia	64
6.2.3.	Finagro	67
6.2.4.	Fundación Saldarriaga Concha	70
6.2.5.	Grupo Energía de Bogotá	72
6.2.6.	Oleoducto Bicentenario de Colombia	74
6.2.7.	Universidad Cooperativa de Colombia	76
6.2.8.	Zona franca de Barranquilla.	80
6.3.	Discusión	82
7.	Conclusiones	85
8.	Bibliografía.....	88

Listado de graficas

Gráfica 1.	Características del Mensaje Denotado	41
Gráfica 2.	Tipos de connotación	43
Gráfica 3.	Representación visual de los actores sociales	44
Gráfica 4.	La representación y su relación con el observador	45

Listado de tablas

Tabla 1. Víctimas en Colombia por el conflicto armado	19
Tabla 2. Inversión extranjera en relación con el Conflicto armado	21
Tabla 3. Costos en las empresas colombianas por el Conflicto Armado desde el año 1999 hasta 2003.	22
Tabla 4. Evolución en la divulgación de informes de RSE en Colombia desde el año 2010 hasta el año 2019	47
Tabla 5. Divulgación de informes de RSE por cada sector económico	48
Tabla 6. Informes de sostenibilidad con imágenes visuales sobre el postconflicto en Colombia (2017)	50
Tabla 7. Actores relacionados con las categorías que representan al postconflicto en Colombia para los informes de sostenibilidad 2017	52
Tabla 8. Hallazgos en las imágenes visuales sobre el postconflicto en una relación directa con los actores sociales.	54
Tabla 9. Hallazgos en las imágenes visuales sobre el postconflicto en una relación directa con él espectador.	56
Tabla 10. Mensaje Lingüístico.	57

Listado de ilustraciones

Ilustración 1. Beneficiaria programa de créditos Bancamía	59
Ilustración 2. Logo del programa sostenible de BVC	62
Ilustración 3. Actores simbólicos en el informe de Finagro 2017	64
Ilustración 4. Actores simbólicos en el informe de la Fundación Saldarriaga Concha 2017	66
Ilustración 5. Hombres de las fuerzas militares	69
Ilustración 6 Niños del programa educativo de Oleoducto Bicentenario de Colombia	71
Ilustración 7 Niños y niñas en las brigadas de la Universidad Cooperativa de Colombia.	73
Ilustración 8 Niños en las actividades de la Fundación Zona Franca de Barranquilla	75

1. Introducción

Los informes de sostenibilidad se convierten en un factor determinante para las empresas tanto públicas como privadas, ya sean grandes o pequeñas al tratar de legitimarse. Estos informes logran evidenciar acciones en aspectos sociales, ambientales y económicos, logrando así que las empresas adquieran mejor reputación y creen confianza en todas las partes interesadas. Por los aspectos mencionados anteriormente las empresas han divulgado informes con mayor frecuencia y a partir de ello se han consolidado guías que establecen parámetros para su correcta presentación de información, siendo ahora la más importante Global Reporting Initiative (GRI, 2019).

Estos informes han sido relevantes no solo para la presentación de las prácticas empresariales, sino también se les ha dado distintos significados; por esto al pasar los años los conceptos y teorías sobre Responsabilidad Social Empresarial y sobre divulgación de información han tomado distintos focos (Melé, 2007). Debido a estas teorías se ha dicho que las empresas utilizan estos informes como un medio de poder y de legitimación, aunque, dichas prácticas en algunas ocasiones no solucionan los problemas sociales y ambientales (Tinker, 1982).

Así mismo, las empresas han buscado incorporar imágenes que terminan jugando un papel importante en la presentación de los informes de sostenibilidad. Las imágenes las emplean las empresas como un medio en el cual pueden legitimarse dependiendo de la mirada y opinión del espectador, teniendo en cuenta esto, las imágenes pueden lograr transmitir un mensaje diferente a todas las partes interesadas.

Además, en Colombia desde el año 2005 las empresas han venido publicando informes de sostenibilidad, el número de informes que han publicado en la base de datos GRI con el pasar del tiempo se ha incrementado, es importante mencionar que los informes presentados por las empresas en Colombia se han tenido en cuenta en el proceso por la búsqueda de la paz en el país a partir de la firma de los acuerdos de paz.

Con base en lo anterior, esta investigación tiene como objetivo interpretar las representaciones visuales del postconflicto que realizan varias empresas colombianas en sus informes de sostenibilidad del año 2017. Para lo anterior se identificarán las empresas que utilizan imágenes dentro de sus informes de sostenibilidad del año 2017 para representar dicho postconflicto, además permitirá evidenciar la postura de las empresas en aspectos sociales, económicos y ambientales.

Para llegar a este fin, se toman como referentes las teorías sobre divulgación de información social y ambiental empresarial, el análisis de imágenes y las investigaciones contables desarrolladas con respecto a imágenes en informes de sostenibilidad, también se tiene en cuenta el Análisis Crítico del Discurso como metodología, para llevar a cabo el análisis de los actores en las imágenes visuales. Esto con el fin de poder identificar las posturas de varias empresas colombianas en el marco del postconflicto. Es por ello que nuestra categoría se desarrollará en las “representaciones” en tanto que en ella recae el análisis.

La presente investigación se estructura en primer lugar con la presentación del planteamiento del problema, seguido por los objetivos y la justificación.

El tercer capítulo aborda el postconflicto y las negociaciones con las FARC en Colombia. Este se divide en dos partes: la primera parte presenta el conflicto armado en Colombia, su origen y sus consecuencias sociales y empresariales. En la segunda parte se habla sobre el acuerdo de paz llevado a cabo con las FARC: sus antecedentes, las negociaciones realizadas desde el año 2012, la firma y puntos del acuerdo de Paz y las expectativas empresariales.

A continuación, en el cuarto capítulo se presenta sobre las tendencias de divulgación de la información social y ambiental empresarial. Este capítulo se divide en 3 partes: la primera hace referencia a la estandarización de la GRI; la segunda trata sobre las teorías de aproximación económica que a su vez se dividen en dos; la tercera parte obedece a las teorías de aproximación sociopolítica las cuales son tres, haciendo énfasis en la teoría de la legitimidad y la teoría de la economía política de la contabilidad.

Por otra parte, en el quinto capítulo habla sobre el análisis de las imágenes visuales y la investigación contable, se tiene en cuenta la importancia de las imágenes y la relación que se tiene con la teoría de legitimidad y teoría de la economía política de la contabilidad, seguido de la semiología de la imagen donde se destacan tres aspectos fundamentales como es el mensaje lingüístico, el mensaje denotado y el mensaje connotado. Por último, este capítulo se refiere a los estudios visuales realizados en la investigación contable.

En el sexto capítulo se describe la metodología que se utilizó para dar cumplimiento a los objetivos planteados, lo cual se realizará desde un posicionamiento cualitativo y se desarrollará un estudio de caso múltiple ya que se tendrán en cuentas varias empresas colombianas. Como estrategia de investigación se exponen los planteamientos de Van Leeuwen (2008) y los parámetros de Roland Barthes (1986) sobre el Análisis Crítico del Discurso-ACD y el análisis de las imágenes. Para finalizar, la categoría principal será la representación, ya que nos enfocaremos en las imágenes que se encuentran inmersas en los informes de sostenibilidad. Posteriormente, se realizará el análisis de las imágenes a través de la construcción de matrices de caracterización y el análisis a profundidad de las imágenes contenidas en los informes de sostenibilidad. Por último, se presentan las conclusiones generales del documento.

2. Planteamiento del problema, objetivos y justificación

2.1. Planteamiento del problema

Desde el desarrollo de la industria, las alteraciones al medio ambiente por parte del ser humano se han acrecentado, teniendo como consecuencia su degradación. Además, al llegar a un límite de resiliencia, se ha visto amenazada la supervivencia humana por la grave crisis ambiental producto de dichas alteraciones. A raíz de ello, y como medida correctora para esta crisis se empezaron a desarrollar diversas estrategias a nivel global. Una de ellas fue la conferencia sobre medio humano de la Organización de las Naciones Unidas-ONU en 1972 en Estocolmo, donde se discutieron temas sobre cuestiones medioambientales de cara al

desarrollo de una política internacional medioambiental. Se concluyó que el mundo enfrenta una crisis global producto de las dinámicas consumistas y dependientes del ambiente. Por tal razón, se evidenció que es necesaria la colaboración de todos los países para resarcir y reparar los diferentes daños causados (Martinez-Echevarría & Ortega, 1997; Foladori, 2005; Meira Cartea, 2006).

Por otro lado, un acontecimiento importante tuvo lugar en el año 1987. La emergencia del concepto “Desarrollo Sostenible” vio la luz mediante la expedición del informe Brundtland de la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, denominado “Nuestro Futuro Común”. En este informe se propone el Desarrollo Sostenible como una esperanza para superar la crisis ambiental, con la finalidad de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida planetaria con el pasar del tiempo. En este marco, su propósito ha sido fomentar buenas prácticas en el desarrollo del objeto social de las empresas para el logro de una estabilidad en el uso de los recursos naturales, incidiendo en una economía viable, en función de un equilibrio en los ámbitos sociales, ambientales y económicos. Frente a lo anterior, el Informe Brundtland introduce la definición del Desarrollo Sostenible como “aquél que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. (UNWCED, 1987)

Debido a todo lo anterior, el debate global sobre la crisis ambiental llegó a las empresas. Puesto que ellas han sido en gran medida las causantes de las afectaciones sociales y medioambientales. Como consecuencia de ello, y por las presiones de los diferentes sectores, algunos actores que influyeron en esta medida fueron las asociaciones, clientes, proveedores, sociedad en general, por ello, las empresas tuvieron que responsabilizarse por los daños que estaban causando. Luego de ello, la preocupación se marcó en la necesidad de lograr la aceptación social para sus operaciones empresariales, por lo cual, las empresas empezaron a divulgar información social y ambiental que iba más allá de la financiera.

No obstante, este tipo de divulgación no era homogéneo, en un principio se realizaba de forma voluntaria y particular. Sin embargo, para comienzos del siglo XXI se evidenciaba la divergencia en los términos para la divulgación de información. Por ello, un amplio colectivo de agentes se convocó para la elaboración de una guía para la divulgación de

información socioambiental. Diferentes agentes se asociaron con el Programa para las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente (PNUMA), y la *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) con el fin de homogenizar los parámetros sobre divulgación socioambiental. A raíz de ello, se establece la *Global Reporting Initiative-GRI*. Esta iniciativa surgió en 1997 pero fue hasta el 2000 cuando publicó su primera guía, desde allí hasta hoy ha tenido cinco versiones y la elaboración de unos estándares, convirtiéndose así en el referente más importante para la elaboración de informes de sostenibilidad (Global Reporting Initiative - GRI, 2012; ONU, 2018) con 242 países que emiten informes de sostenibilidad bajo estas guías.

En consonancia con lo anterior, en los albores del siglo XXI se anunció el Pacto Global-PG en el Foro Económico Mundial, como una estrategia de la ONU para transformar el mercado global, volviéndolo así más sostenible y responsable de sus acciones (Pacto Global, 2018). A partir del PG se ha buscado potencializar a las empresas, sindicatos y organizaciones de la sociedad civil con el fin de asumir y trabajar por la consecución de los 10 principios de esta iniciativa, estos principios se desarrollan en 4 grandes grupos que son:

- Derechos Humanos:
 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.
 2. Las Empresas deben asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos.
- Estándares Laborales:
 3. Las empresas deben respetar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
 4. Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
 5. Las Empresas deben apoyar la abolición efectiva del trabajo infantil.
 6. Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.
- Medio Ambiente:

7. Las Empresas deberán apoyar un enfoque de precaución respecto a los desafíos del medio ambiente.
 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
 9. Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente
- Anticorrupción:
 10. Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno

En este orden de ideas, las empresas han asumido este decálogo de principios en función de su responsabilidad social en temas de derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción. En este contexto, el ejercicio de prácticas equitativas logra un desarrollo óptimo de la economía en una relación de equilibrio con el medio ambiente y la sociedad (González, 2007).

Seguidamente, la Cumbre del Milenio marcó el inicio de la formulación de objetivos ecológicos y sociales para el adelanto del Desarrollo Sostenible. Así, los Objetivos del Milenio se componen por ocho (08) objetivos con sus respectivas metas, los cuales son: erradicar la pobreza extrema y el hambre, lograr la enseñanza primaria universal, promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer, reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años, mejorar la salud materna, combatir el VIH/ SIDA, la malaria y otras enfermedades, garantizar la sostenibilidad del medio ambiente y por ultimo fomentar una alianza mundial para el desarrollo, con un plazo de acción fijado para el año 2015. Sin embargo, el fracaso en el logro de estos objetivos requirió el planteamiento de nuevos objetivos para trabajar por el Desarrollo Sostenible. En este marco, la agenda 2030 introdujo los Objetivos del Desarrollo Sostenible-ODS para los siguientes 15 años en torno a mejorar la vida de las personas desde una perspectiva inclusiva. Su despliegue estratégico ha planteado 17 objetivos y 169 metas para su cumplimiento.

Estos objetivos se han propuesto establecer una visión transformadora hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental, resaltando la necesidad de los países por implementar políticas públicas e instrumentos de presupuesto, monitoreo y evaluación para

su consecución. Es por esto por lo que los ODS se deben utilizar como una herramienta para la creación de sociedades inclusivas y justas, que están al servicio de las personas y de las futuras generaciones (ONU, 2017; CEPAL, 2015).

Sin embargo, las empresas han sido las causantes en la diversidad de conflictos ambientales y sociales. En tal medida, han buscado para su beneficio evadir sus responsabilidades y a las comunidades, esto con ayuda en ocasiones de grupos al margen de la ley. Por ello, se han acrecentado los conflictos étnicos, conflictos por género, por agua, las guerras y confrontaciones bélicas. Esta situación está al orden del día en todo el mundo, en EJAAtlas (2019) a la fecha se reportan 2903 casos de estudio a nivel mundial sobre conflictos socioambientales. Es así como se han cuestionado las acciones de las empresas frente a los ODS, puesto que ellas mediante sus discursos pretenden dar a conocer que se encuentran a favor de estos, pero la evidencia empírica dista de ello.

Frente a lo anterior, y siguiendo a Duncan (2015) afirma que en Colombia el conflicto armado ha dejado millones de personas afectadas y, a raíz de ello, se ha incrementado la desigualdad y la pobreza. En este marco, las empresas han estado presentes en la maximización del conflicto armado en Colombia, debido a que los sectores de construcción, comercio, servicios financieros, entre otros, han gozado de numerosas utilidades y beneficios debido a los nuevos inversionistas, algunos de ellos de procedencia ilegal.

Asimismo, en algunas zonas del país se han presentado conflictos por la propiedad de los territorios que se han convertido en latifundios, es aquí donde se realiza una unión de diferentes grupos al margen de la ley con los capitalistas, formando así los grupos paramilitares. Debido a esto, empresarios, grandes y medianos hacendados, comerciantes, políticos tradicionales y demás han financiado dichos grupos, pagando sumas de dinero con el fin de garantizar protección a sus empresas y accionistas (Duncan, 2015).

En contraste con lo anterior, son estos mismos sectores y empresas quienes alegando un discurso sobre el Desarrollo Sostenible se han beneficiado del proceso de postconflicto por el que está pasando Colombia. Este postconflicto es el resultado del proceso que tuvo el Gobierno Nacional Colombiano al buscar la paz. Es así que en el año 2012 y como resultado del Encuentro Exploratorio entre los delegados del Gobierno Nacional y los

delegados de las Fuerzas Militares Revolucionarias de Colombia- FARC Ejército del Pueblo, se llega a la decisión de poner fin al conflicto armado nacional donde se firma el “*Acuerdo General para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera*”, dándolo a conocer en el año 2016 donde se dejan ver los diferentes acuerdos que pretenden contribuir a las transformaciones necesarias para lograr una paz estable y duradera.

Es así como, en el panorama del postconflicto en Colombia, la responsabilidad social empresarial toma una visión diferente, asumiendo la coalición Estado-empresa como aspecto de vital importancia para el cumplimiento de los Objetivos del Desarrollo Sostenible, donde deberán velar por el cumplimiento del objetivo 16 “Paz justicia e instituciones sólidas”, centrándose en la promoción de sociedades pacíficas e inclusivas para el Desarrollo Sostenible, la provisión de acceso a la justicia para todos y la construcción de instituciones responsables y eficaces a todos los niveles (ONU, 2017)

En el marco del Objetivo 16, las empresas que tienen su operación en Colombia y alegan estar a favor del Desarrollo Sostenible han tratado de evidenciar sus aportes al postconflicto en sus informes de sostenibilidad, como mecanismo de comunicación y compromiso. Además, en este tipo de informes son usadas representaciones que apoyan la información suministrada sobre el postconflicto. Sin embargo, la actuación social empresarial y su discurso sobre el postconflicto distan en función de lo materialmente realizado. Por tanto, las representaciones visuales usadas en los informes de sostenibilidad empresarial juegan un papel fundamental frente a legitimación ante la sociedad.

Frente a ello, las empresas en marco de la responsabilidad social y las políticas neoliberales se han inmiscuido en el postconflicto, donde deberán tener en cuenta los Objetivos del Desarrollo Sostenible para una construcción de la paz. Debido a ello, en sus informes de sostenibilidad emplean representaciones visuales con el fin de mostrar su actuar ante la sociedad. Sin embargo, al partir de la influencia que puede tener la imagen en la percepción de las personas receptoras del informe, la información suministrada en este puede tener intereses subyacentes para lograr legitimidad.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, se entiende que las empresas marcan un papel determinante en la construcción del postconflicto, ya que se valen de formas textuales y

representaciones visuales en las publicaciones de sus informes de sostenibilidad para mostrar una realidad de sus acciones, ante lo cual nos preguntamos:

¿Qué significado transmiten las empresas colombianas en la representación visual del postconflicto en los informes de sostenibilidad del año 2017?

2.2. Objetivos

2.2.1. Objetivo general

Interpretar las representaciones visuales del postconflicto que realizan unas empresas colombianas en sus informes de sostenibilidad del año 2017

2.2.2. Objetivo específico

- Construir un marco teórico que permita analizar el uso de imágenes en los informes de sostenibilidad.
- Sintetizar la trayectoria del conflicto armado en Colombia sus causas y consecuencias.
- Caracterizar las imágenes utilizadas por unas empresas colombianas referentes al postconflicto en sus informes de sostenibilidad de 2017.
- Analizar las formas en que se representan los actores dentro de las imágenes contenidas en los informes de sostenibilidad del año 2017 de las empresas colombianas.

2.3. Justificación

Los informes de sostenibilidad han sido usados como herramientas para mostrar la actuación social y ambiental que tienen las empresas. No obstante, los informes de sostenibilidad han entrado en encuentros y discusiones debido a su uso, puesto que la información contenida en ellos discrepa con la realidad del contexto. Además, la gerencia se vale de representaciones visuales para apoyar los discursos contenidos en dichos informes. Esto al ser las imágenes en algunas ocasiones un medio de persuasión.

Es por ello que la presente investigación se hace relevante al tratarse de la forma en que las empresas colombianas representan sus prácticas por medio de la divulgación de información. Asimismo, es de gran importancia puesto que pretende interpretar las

imágenes o representaciones visuales que las empresas muestran en sus informes de sostenibilidad del año 2017. Esto con el fin de analizar los informes desde una nueva base de interpretación tal como contrastar imágenes.

En segundo lugar, la investigación busca profundizar la forma como la empresa usa imágenes para presentarse como un sujeto activo en la construcción del postconflicto. Puesto que, con la firma del acuerdo de paz entre el gobierno colombiano y las FARC EP, el sector privado, en el marco del desarrollo sostenible, toma un lugar determinante en la construcción de dicho postconflicto, con las capacidades económicas, las estrategias empresariales, programas educativos que puede llegar a brindar a los reinsertados y a las víctimas por el conflicto armado, por tanto, analizar las representaciones visuales evidenciará las estrategias asumidas por la empresa.

Por otra parte, el análisis de imágenes en los informes de sostenibilidad proporciona un aporte significativo a la disciplina contable, ya que permite evidenciar nuevos significados partiendo no solo del discurso, sino también de las representaciones visuales. Dejando ver la relación de la empresa con las comunidades en un aspecto social y con la naturaleza en un aspecto ambiental en el marco del postconflicto. Con ello se pretende mostrar el poder que la contabilidad tiene por medio de sus informes.

De manera que, esta investigación abre el camino para futuros desarrollos académicos como referente a la interpretación de imágenes en los informes de sostenibilidad, o a otro tipo de informes que se realizan a nivel contable. Igualmente, sirve de base para el desarrollo de investigaciones futuras donde su objeto de análisis sea comparar las imágenes contenidas en los informes de sostenibilidad del año 2017 con imágenes de años posteriores.

3. Post-acuerdos

El objetivo de este capítulo es sintetizar la trayectoria del conflicto armado en Colombia sus causas y consecuencias. Este capítulo consta de dos apartados: el primero, hace referencia a los antecedentes del conflicto armado en Colombia. El segundo, aborda las negociaciones con las FARC teniendo en cuenta los diferentes acercamientos que ha tenido

el gobierno con este grupo armado y lo que se tuvo en cuenta al momento de firmar el acuerdo general.

3.1. Conflicto armado en Colombia

3.1.1. Origen

El conflicto armado en Colombia nace a partir de la organización de campesinos liberales entre los años de 1956 y 1964. Es en el año 1956 cuando se firma el acuerdo entre liberales y conservadores llamado pacto de Benidorm en España dando las bases del Frente Nacional, es allí donde se establece un sistema de alternancia del poder, dicho acuerdo era el regreso al sistema democrático después de la dictadura del General Gustavo Rojas Pinilla.

A raíz del pacto de Benidorm los grupos campesinos en Colombia se mostraron en desacuerdo con la alternancia de poder deciden realizar marchas con el fin de exigir una reforma agraria. Seguido a esto, se crearon movimientos opositores los cuales, estaban organizados y liderados por el ex comandante Manuel Marulanda Vélez , alias Tiro Fijo. Para el año 1964 son desarticuladas casi en su totalidad por las Fuerzas Armadas Colombianas, pero es para este mismo año cuando se conforman los grupos armados opositores llamados Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia -FARC- y el grupo Ejército de Liberación Nacional -ELN. Estos dos grupos son considerados los más importantes en el territorio colombiano, puesto que repercuten en el sistema político, económico, alterando significativamente el ámbito social y orden público. (CIDOB, 2019)

Una de las características fundamentales en el conflicto armado se debe a la pluralidad de actores que han alimentado dicho conflicto en el país. Los actores de este conflicto han sido movimientos guerrilleros, surgimiento de grupos revolucionarios, paramilitares, la influencia del narcotráfico y los partidos políticos tradicionales, además, de la injerencia del Estado como un actor más del conflicto.

Sumado a lo anterior, se debe mencionar que Colombia es uno de los países que presenta mayor desigualdad social donde la élite política tiene presencia regional, latifundista y monopolizadora, rezagando a las minorías que han sido en gran parte las víctimas de las

confrontaciones bélicas como los indígenas, afrodescendientes y campesinos. (CIDOB, 2019)

Otro factor importante para destacar en el conflicto armado, es el narcotráfico, el cual en su momento pasaba desapercibido por el gobierno, debido a que el Estado estaba en una constante lucha con los grupos opositores, pero es este narcotráfico el que posteriormente financio los grupos paramilitares por la prestación de servicio de seguridad para los cultivos ilícitos, laboratorios y pistas clandestinas.

Las FARC - EP fue un grupo insurgente el cual tenía una ideología de carácter marxista – leninista. Además, su objetivo principal era representar a la población rural para constituir un gobierno que se dedicara a la redistribución de bienestar.

Las FARC era considerado un grupo armado opositor con mayor expansión en el territorio colombiano, donde sus opiniones y estrategias estaban marcadas por su ideología. Su expansión estaba dada en municipios con una mayor fuente de desarrollo. Aun así, no dejaron su estilo tradicional al establecerse en municipios alejados y olvidados por el gobierno, es allí y en la época de los años 80 donde su expansión crecía con mayor rapidez (Vélez, 2001)

3.1.2. Consecuencias sociales

Con el incremento de grupos armados, el narcotráfico y paramilitares, Colombia se enfrentó a una crisis social, ya que se generó delincuencia, tomas guerrilleras a retenes, bases militares y de policía. La población sufrió consecuencias graves que se debían a desapariciones, balas perdidas, minas anti-persona, reclutamientos, desplazamientos de casas y tierras, entre muchas más acciones por parte de estos grupos armados. Además, los blancos del conflicto armado eran campesinos, niños, mujeres, adultos mayores, los cuales tuvieron que ser testigos de múltiples homicidios y, con ello, violaciones a todos sus derechos humanos.

Hay que mencionar, además, que el conflicto en Colombia se presentó en mayor proporción en municipios y regiones alejadas de Bogotá, las cuales, en su gran mayoría no contaban con servicios públicos, ni con derechos de propiedad de tierras brindados por el Estado, las ciudades también tuvieron un impacto debido a grupos armados pero en menor proporción,

ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, entre otras, donde la violencia desatada se concentró en ataques a centros comerciales, edificios del gobierno, aeropuertos, bancos, reclutamientos, se presentaron ataques a oleoductos, secuestros a empresarios, políticos, inversionistas entre otros.

Pero las consecuencias sociales van mucho más allá de ataques. Con la guerra queda deserción escolar, pérdida de capital humano, corrupción, las actividades criminales aumentan la violencia, los sistemas judiciales y de salud colapsan a su paso dejando víctimas mortales por enfermedades mal tratadas o sin tratar. (Sánchez & Díaz, 2005)

Teniendo en cuenta las consecuencias que vivió la población en Colombia durante el conflicto armado por grupos tales como las fuerzas armadas oficiales, guerrillas (FARC-EP, EPL, M-19, ELN) además de múltiples grupos paramilitares, se presentan los datos tomados del Centro de Memoria Histórica (2019), los cuales resumen los actos delictivos de estos grupos en la Tabla 1.

Tabla 1. Víctimas en Colombia por el conflicto armado (2019)

Hechos	Víctimas
Acciones bélicas	46.409
Asesinatos selectivos	177.710
Ataques a poblaciones	1.492
Atentados terroristas	732
Daños a bienes o civiles	368
Desaparición forzada	80.472
Minas antipersonal	9.623
Masacres	24.447

Secuestro	37.165
Violencia sexual	15.738
Reclutamiento	17.778

Fuente: (Centro Nacional de Memoria Historica, 2019)

3.1.3. Consecuencias económicas

Dentro de las consecuencias que el conflicto armado ha tenido en el sector privado, se visualizan dos aspectos para tener en cuenta, el rol de actor que se ve perjudicado directa o indirectamente por el conflicto armado y a su vez un actor que alimenta el conflicto armado. En Colombia, las empresas tanto públicas y privadas han participado de una forma ya sea directa o indirecta en el conflicto armado es por esto por lo que “hay actores no combatientes que adaptan su comportamiento político y económico a las circunstancias del conflicto” (Rettberg, 2008) actores que pueden intervenir o fomentar en mayor proporción un conflicto motivados por intereses propios o colectivos refiriéndonos a las empresas.

Se puede entender la posición que tiene el sector privado como víctima, ya que el conflicto le ha quitado poder de inversión en el transcurso de los años, pero es desde 1998 hasta el año 2004 que se evidencia esa disminución en mayor porcentaje (Tabla 2), se presenta destrucción en la infraestructura productiva, generando así unos costos muy elevados, las rentabilidades disminuyen y el conseguir inversores extranjeros es cada vez más complicado debido a los costes que incurren para solucionar las pérdidas materiales por ataques (Tabla 3).

Tabla 2. Inversión extranjera en relación con el Conflicto armado

Año	Total de inversión EXPRESADO EN USD MILLONES	%
1996	3.112	1,65%
1997	5.562	2,95%
1998	2.829	1,50%
1999	1.508	0,80%
2000	2.436	1,29%
2001	2.542	1,35%
2002	2.134	1,13%
2003	1.720	0,91%
2004	3.116	1,65%
2005	10.235	5,43%
2006	6.751	3,58%
2007	8.886	4,72%
2008	10.564	5,61%
2009	8.035	4,27%
2010	6.430	3,41%
2011	14.647	7,78%
2012	15.039	7,98%
2013	16.209	8,61%
2014	16.167	8,58%
2015	11.723	6,22%
2016	13.850	7,35%
2017	13.836	7,35%
2018	11.010	5,85%
Total	188.341	100%

Fuente: (Banco de la Republica de Colombia , 2019)

Tabla 3. Costos en las empresas colombianas por el Conflicto Armado desde el año 1999 hasta 2003 expresado en millones.

Descripción	Costos
Sector de Hidrocarburos	817.654,50
Sector de electricidad, gas y agua	134.871,02
Sector Ganadero	978.323,00
Pérdida de productividad en Tierras	140.443,50
Impuesto Defensa y Seguridad	9,80
Secuestro	176,67
Extorción	564.127,40
Defensa y Seguridad gobierno	8.463.611,00

Fuente: elaboración propia, datos tomados de (Alvarez & Rettberg, 2008)

Por otra parte, las empresas son generadoras del conflicto desarrollando acciones como compra de materias primas a grupos ilegales, pagando secuestros y extorciones. Además, hay empresas que financian milicias privadas para proteger sus actividades económicas generando más violencia, llegando al punto de pagar, sobornar a funcionarios públicos con el fin de mantener a flote sus operaciones, de manera que, el gobierno queda a disposición del sector privado volviéndose corrupto y dejando que el interés individual prevalezca sobre el colectivo. (Rettberg, 2008)

3.2. Negociaciones con las FARC

3.2.1. Antecedentes

Desde hace varias décadas Colombia ha tratado de negociar con los grupos que se encuentran al margen de la ley. Es por esto que, desde los años ochenta, el gobierno y los diferentes actores que participan en el conflicto armado han tratado de buscar soluciones para darle un fin al conflicto.

El primer presidente fue Betancur quien en 1982 da a conocer su interés por hacer un acuerdo de paz con la guerrilla, la respuesta de este acuerdo se presentó dos años más tarde, dando así, un alto al fuego el cual duró hasta finales de 1990. Hay que mencionar, que Gaviria asume el poder en 1990 y para este mismo año ordenó un ataque al centro de comando de las FARC lo cual rompió el acuerdo de cese al fuego entre el gobierno y la guerrilla. (Fisas, 2010)

Para 1997, el entonces presidente, Samper propuso la consolidación de un grupo conformado por instituciones y sociedad civil, llamado Consejo Nacional de Paz, cuya misión sería, según la Ley 434 de 1998:

“propender para el logro y mantenimiento de la paz, y facilitar la colocación armónica de las entidades y órganos del Estado, otorgando prioridad a las alternativas políticas de negociación del conflicto armado interno, en orden a alcanzar relaciones sociales que aseguren una paz integral permanente”

Años más tarde el presidente Pastrana tenía todo el apoyo internacional, se creía en una construcción de paz aun sabiendo que Colombia estaba en medio del conflicto. Este presidente desmilitarizó zonas del territorio colombiano con el fin de que la guerrilla aceptara negociar con ellos. Pero en 2002, fracasan los intentos de diálogo, y asume el poder Álvaro Uribe, quien llega con una posición diferente ante el proceso de diálogo y, con el apoyo de los EE. UU., crea el programa seguridad democrática cuyo objetivo era el de *recuperar el espacio público y combatir militar contra las guerrillas*. Este presidente dura en el poder 2 periodos consecutivos en los cuales la guerrilla y el gobierno no tuvieron encuentros para el cese al conflicto armado (Fisas, 2010; Chernick, 1996).

3.2.2. Negociaciones 2012

Para el periodo de presidencia de Santos en Colombia se tomó la paz no como un hecho imposible, sino como una acción que con el pasar del tiempo se volvía accesible. Para el periodo de agosto de 2010 hasta agosto de 2018, Colombia se vio como un país con la capacidad de cambio, tanto en la economía como en la política, debido a las relaciones

entre países y el compromiso que se quiso evidenciar al querer entregar una Colombia más segura para su población en general.

Siguiendo a García Durán, Hernández (2015) afirma que estas negociaciones se realizan en un momento donde la sociedad civil se encuentra muy polarizada, debido a esto, se genera un escepticismo y una constante satanización para la construcción de la paz. Esto debido a la política en el gobierno de Uribe.

Aun así, en Colombia, desde octubre de 2012, se iniciaron los diálogos formales entre el gobierno liderado por el presidente Santos y el grupo armado FARC. EP.

Estas negociaciones dan inicio en Oslo, Noruega, lo cual generó un interés en la opinión pública nacional e internacional, ya que se trataba de un país en el que su historia ha estado marcada por el conflicto armado.

3.2.3. Acuerdo

Los acuerdos de paz son un mecanismo de construcción, de transformación social ya que buscan encontrar soluciones exitosas para los conflictos armados que se presenten. Aun así, si un acuerdo de paz se llegara a firmar no se debe dar por entendido que se eliminarán los conflictos que aquejan a un país. (Agudelo, Gutierrez, & Johansson, 2012)

Además, los acuerdos de paz buscan generar condiciones para la vida digna, tanto para la reparación integral de las víctimas, como para las personas que han ejercido la violencia con la reintegración de las mismas y proporcionan una mayor educación para la paz. (Hernández, 2015)

En 2016, se llegó a un acuerdo *General para terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera*. Dentro de este acuerdo se establecen puntos a fortalecer y desarrollar: 1) Reforma Rural Integral; 2) Participación política; 3) Cese al Fuego y de Hostilidades Bilateral y Definitivo y la Dejación de las Armas y Garantías de seguridad y lucha contra las organizaciones criminales responsables de homicidios y masacres o que atentan contra defensores y defensoras de derechos humanos, movimientos sociales o movimientos políticos, incluyendo las organizaciones criminales que hayan sido denominadas como sucesoras del paramilitarismo y sus redes de apoyo, y la persecución de las conductas criminales que amenacen la implementación de los acuerdos y la

construcción de la paz; 4) Solución al Problema de las Drogas Ilícitas; y 5) Víctimas (Oficina del alto comisionado para la Paz, 2016).

3.2.4. Expectativas empresariales

El sector privado cumple una función esencial en el proceso de construcción de paz y no se puede excluir de este, ya que son las empresas las que pueden brindar empleos y beneficios a reinsertados. Además, la reinsertación no es solamente un proceso político sino personal y colectivo que se construye de participaciones en los sectores institucionales, sociales y políticos en ambientes de respeto, tolerancia y disciplina. (Gutiérrez , 2012)

No solamente se debe tener en cuenta las empresas nacionales en ese proceso, sino también las multinacionales ya que por el monto de inversión que tienen pueden ayudar a una construcción de paz.

Pero ¿Qué motivaciones sociales pueden tener las empresas y corporaciones para ayudar en la construcción de paz? Esto puede ser por el prestigio y reputación o solamente altruismo o en la Responsabilidad Social Empresarial y las implicaciones éticas que esta tiene.

Según Jiménez Peña (2014) la construcción de paz se da desde tres ejes para las empresas, económico, político y social.

Con la firma del acuerdo de paz, las empresas tienen la posibilidad de ayudar a una construcción estable y duradera. Aun así, la motivación puede estar dada por razones diversas. Esto implica que en sus estrategias de desarrollo esté presente el postconflicto. Con ello, las empresas pueden invertir, contratar, tanto para los desmovilizados, como para las víctimas del conflicto tocando el eje económico. También, para el eje político, las empresas dentro del mismo gremio pueden realizar alianzas con el fin de incentivar a más empresas o corporaciones a incluirse en este proceso; en el ámbito internacional las empresas invierten en este proceso debido a la destinación de los fondos, ya que estaría relacionado con un proceso de paz, lo cual da garantías en las alianzas público-privadas. Para el aspecto social, las empresas están apoyando y financiando programas de emprendimiento lo cual según la RSE está promoviendo e incentivando la construcción de paz. (Jiménez , 2014; Mariño & Valencia , 2015)

Las empresas pueden contribuir comprando los productos realizados por ex combatientes de las FARC, ayudando al entrenamiento en proyectos productivos, fortalecimiento de líderes sociales en temas de incidencia pública, fortalecimiento comunitario y desarrollo económico. (CIDOB, 2019).

En conclusión, el conflicto armado en Colombia se presenta desde hace décadas, pero es cuando Manuel Marulanda, alias Tiro fijo, las lidera y las organiza, que en Colombia se presenta un incremento de grupos armados. El surgimiento del narcotráfico y grupos paramilitares desataron problemas sociales viéndose fuertemente afectada la población, en mayor proporción en zonas rurales que en urbanas, también, se presentaban problemas empresariales donde jugaban un doble papel, ya que algunas eran víctimas del conflicto y otras financiaban de una u otra forma dicho conflicto.

A raíz de todos los problemas que se habían desatado los gobiernos colombianos, habían tratado de negociar ceses al fuego y acuerdos de paz, aun así, es solo hasta el 2016 que el presidente Santos logra este acuerdo con las FARC, es aquí donde las empresas cumplen una función esencial en el proceso de construcción de paz y no se les puede excluir de este, ya que son las empresas las que pueden brindar trabajo, apoyar y ayudar con empleos a reinsertados, no solo se debe tener en cuenta empresas nacionales, si no por el contrario, también, a empresas multinacionales, ya que debido a los presupuestos que pueden llegar a manejar pueden lograr ayudar en la construcción de paz.

4. Divulgación de la información social y ambiental empresarial

El objetivo del capítulo es sintetizar la estandarización de Global Reporting Initiative (GRI) y presentar las teorías propuestas para comprender el fenómeno de la divulgación de información social y ambiental. Estas teorías carecen de homogeneidad, lo cual influye en que las opiniones sean dispersas; además algunas teorías se contraponen, dejando al interlocutor en un campo abierto a su propia interpretación.

El capítulo se divide en tres apartados. En el primer apartado, se muestra la estandarización que tuvo la GRI; en el segundo apartado, se caracterizan las teorías de divulgación socio ambiental con una aproximación económica y se estructura con la teoría oportunista y la teoría de la utilidad de la información; en el tercer apartado, se describen las teorías de divulgación con una aproximación sociopolítica, la cual se divide en tres: la teoría de la economía política de la contabilidad, la teoría de los stakeholders y la teoría de la legitimidad.

4.1. Estandarización de la GRI

Desde los años 60 y a raíz del desarrollo industrial se generaron fuertes afectaciones al medio ambiente, lo cual generó un pensamiento más reflexivo en cuanto a las prácticas que las empresas estaban realizando, así, para los años 80 la Organización de Naciones Unidas-ONU crea el Programa de las Naciones Unidas para el Medioambiente y el Desarrollo-PNUMA y con el cual impulsa el concepto de Desarrollo Sostenible. (Gomez, 2009).

Diferentes organizaciones, sindicatos, grupos religiosos y empresarios se reunieron con el PNUMA (Programa para las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente) y CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) con el fin de crear una guía para la homogeneización de la divulgación de información socio ambiental, es en este momento cuando se constituye la Global Reporting Initiative -GRI. (Global Reporting Initiative, 2018), esta iniciativa surge en 1997 y tiene como objetivo crear un mecanismo de responsabilidad para garantizar que las empresas tengan una conducta ambiental responsable.

El Programa de las Naciones Unidas para el medioambiente y Desarrollo en el año 2000 impulsa la creación del Pacto Global-PG el cual buscaba alinear estrategias y operaciones de las empresas teniendo en cuenta 10 principios fundamentales los cuales contenían áreas en derechos humanos, normas laborales, medio ambiente, y lucha contra la corrupción. En este mismo año, se lleva a cabo la Cumbre del Milenio la cual deja ocho objetivos específicos y es firmada por una gran cantidad de gobiernos. Dichos objetivos tenían un plazo de cumplimiento para el año 2015. A pesar de que dichos objetivos reavivaron esfuerzos sin precedentes su avance era muy lento lo cual condujo a desistir de esta iniciativa. (Pacto Global Red Colombia, 2019; Organización de las Naciones Unidas, 2018)

La incorporación de dichos objetivos causó que para el 2000 la GRI lanzara su primera versión de las directrices, presentando el primer marco global para la sostenibilidad que integraba el *triple bottom line*, el cual consistía no solamente medir los resultados económicos, sino también el impacto de su actividad en el medio ambiente y en la sociedad. Luego, en 2002, se emiten las segundas directrices (G2) presentadas en la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible en Johannesburgo. Para el año 2006 lanzan la Guía G3 expandiendo su estrategia y el marco de informes; en el año 2011 se publican las directrices G3.1: una actualización y finalización de la Guía G3: la Guía G3.1 está orientada al desempeño con respecto al género, la comunidad y los derechos humanos. La más reciente corresponde a la Guía G4 publicada en el año 2013 la cual ofrece principios de Información, Divulgaciones estándar y un Manual para la elaboración de informes de sostenibilidad (Global Reporting Initiative, 2019). Es así como la GRI se convirtió en el referente de mayor importancia para la elaboración de informes de sostenibilidad, debido a ello en algunos países europeos y a nivel internacional se les es exigido a las empresas la elaboración de dichos informes no financieros (Medina, 2018).

Aun así, las Naciones Unidas promulgaron los Objetivos del Desarrollo Sostenible y su incorporación para la agenda 2030, estos 17 objetivos se pusieron en marcha desde el 2016 y orientarán las políticas y la financiación del PNUD por los próximos 15 años, además estos objetivos abarcan temas económicos, sociales y ambientales del Desarrollo Sostenible: fin de la pobreza, hambre cero, salud y bienestar, educación de calidad, igualdad de género, agua limpia y saneamiento, energía asequible y no contaminante, trabajo decente y crecimiento económico, industria innovación e infraestructura, reducción de las desigualdades, ciudades y comunidades sostenibles, producción y consumo responsables, acción por el clima, vida submarina, vida de ecosistemas terrestres, paz, justicia e instituciones sólidas y alianza para lograr los objetivos. (Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo, 2018).

En octubre de 2016, la GRI lanzó los primeros Estándares Globales para Informes de Sostenibilidad teniendo en cuenta los Objetivos del Desarrollo Sostenible que fueron puestos en marcha para este mismo año. Estos estándares permiten a las empresas informar de sus impactos económicos, sociales, ambientales y la contribución realizada al desarrollo

sostenible. Abordan varios principios, los cuales se encuentran clasificados en dos grandes grupos:

1. Principios para la elaboración de informes relativos a la definición del contenido del informe:
 - Inclusión de los grupos de interés, Contexto de sostenibilidad, Materialidad, Exhaustividad.
2. Principios para la elaboración de informes relativos a la definición de la calidad del informe:
 - Precisión, Equilibrio, Claridad, Comparabilidad, Fiabilidad, Puntualidad.

Las empresas deben aplicar todos los principios anteriormente expuestos para definir el contenido y la calidad del informe. Otros requerimientos para la elaboración de los informes de sostenibilidad están en el estándar GRI-102: Contenidos generales: identificar en la GRI los temas materiales, es decir, los temas que se encuentran relacionados con su sector; debe identificar la cobertura para cada tema material y debe incluir contenidos sobre el enfoque de gestión siguiendo el GRI-103. Para los estándares temáticos debe incluir los expresados en los GRI 200 Económicos, GRI 300 Ambientales, GRI 400 Sociales. Estos estándares se pueden aplicar a cualquier empresa que quiera presentar sus impactos económicos, sociales y ambientales expresado en la GRI 101. (Global Reporting Initiative - GRI, 2016)

Por otro lado, con la entrada en los estándares se establecen dos niveles de aplicación: Esencial y exhaustivo. El nivel esencial se basa en la divulgación del informe partiendo desde la información mínima necesaria para la comprensión de la organización, sus temas materiales e impactos relacionados. El nivel exhaustivo se creó a partir de la opción esencial, además de incluir los puntos que lleva esta opción esencial se debe incluir también temas de estrategia, ética e integridad de la organización y gobernanza. Con este nivel exhaustivo la empresa se encuentra obligada a discriminar de una forma más detallada sus impactos y a comunicar los contenidos sobre el tema para cada tema material de la GRI.

Es importante resaltar que se presentan estándares los cuales han buscado regular y homogeneizar la presentación y divulgación de información socioambiental. Pero también es cierto que desde la academia se han propuesto más estándares los cuales sirven para

tener mayor veracidad en la información publicada por las empresas, dichas propuestas se centran en perspectivas económicas, sociales y ambientales. Las teorías empleadas contemplan factores internos y externos: internos como las decisiones tomadas por las administraciones y gerencias y, factores externos como aspectos positivos y negativos con el medio ambiente y la población. También, podemos decir que la academia con las propuestas que ha generado para establecer más estándares ha tratado de analizar las posturas empresariales y la función que tiene la contabilidad como papel fundamental en la toma de decisiones en una compañía y como estas logran repercutir en aspectos sociales, ambientales y económicos.

La divulgación de información social y ambiental presenta diferentes perspectivas con las cuales se puede entender mejor los fines de la divulgación de información. En este sentido Archel & Husillos (2009) proponen dos grupos de teorías para la información socioambiental. Por un lado, se tienen las teorías de la aproximación económica y, por otro lado, las teorías con una aproximación sociopolítica.

4.2. Aproximación económica

Las teorías de divulgación con una aproximación económica tienen como referente la teoría económica neoclásica, por lo que sus argumentos se rigen a partir de esta ideología, los estudios realizados han dejado ver cómo los gestores empresariales con oportunismo buscan generar una mayor remuneración. Esto se basa en el individualismo metodológico, el cual se enfoca en la utilidad que tiene el individuo produciendo, según esta perspectiva, un mayor bienestar social, ya que entre más utilidad se tenga mayor será la inversión en compra bienes y servicios.

La aproximación económica distingue, por un lado, los trabajos que sobre la Divulgación de Información socioambiental - DIS se han realizado a partir de la teoría de la utilidad de la información para la toma de decisiones (...) y en segundo lugar la teoría de la agencia o teoría positiva de la contabilidad. (Archel & Husillos , 2009 p.14).

4.2.1. Conductas oportunistas: Teoría de la Agencia y Teoría Positiva

Siguiendo a Ness y Mirza, Archel & Husillos (2009) afirman que las conductas oportunistas la información social y medioambiental obedecen a los intereses monetarios de los gestores y no a la búsqueda de la eficiencia de la organización. Según la teoría oportunista existen dos marcos de referencia: por un lado, la teoría de la agencia y, por otro lado, la teoría positiva de la contabilidad.

Desde las conductas oportunistas se refleja un manejo de acuerdos contractuales que se podrían decir son “contratos labores” estos acuerdos contractuales están dados entre los “individuos” que bien pueden ser agentes, gestores o los administradores y las empresas que también son llamadas ficciones legales, hay que mencionar que las empresas cobran vida gracias a los individuos o personas que ejercen algún rol dentro de estas. Además, estos acuerdos contractuales son los encargados de delegar funciones las cuales ejercen presión en los individuos que velarán por su interés propio, cuya función será el demostrar al inversionista que ha administrado bien sus recursos, mostrando así, una mayor rentabilidad y un buen manejo del ente económico, por otro lado, las corporaciones y empresas tratan de hacer ver al Estado que sus rentas, es decir, sus actividades de producción, sus precios y servicios no son monopolísticas, esto a través de estrategias de divulgación de información social con respecto a periodos actuales y futuros, esto lo hacen con el fin de que el Estado no entre a nacionalizar o expropiar estas empresas o corporaciones o simplemente el Estado desvíe su atención a otras rentas.

4.2.2. Teoría de la utilidad de la información

La teoría de la utilidad de la información plantea que los gestores empresariales revelan o no la información dependiendo de la forma en que se quieran hacer ver ante el mercado. Lo anterior, en función del beneficio que le pueda traer, ya que, dicha información puede beneficiar o perjudicar de forma significativa al ente económico, por lo que esta teoría es utilizada para comprender la toma de decisiones llevada a cabo por los inversores. (Archel & Husillos, 2009)

Dentro de la teoría de la utilidad de la información, se presentan dos tipos de miradas. Una es el razonamiento ético del inversor, en ella, se plantea que la inversión debe estar en

empresas que sean amigables con el medio ambiente y responsables socialmente, convirtiéndose en una práctica positiva en el mercado de capitales. Ya que, si se invierte más dinero en empresas que sean socialmente responsables se logrará una mayor demanda en divulgación de información. Aunque, si está dado por el razonamiento económico del inversor la divulgación de información socioambiental está en función de la maximización de utilidades para el ente económico y, por ende, para el inversor; pero, si se parte de esto, se estará dando un análisis donde el comportamiento social de la empresa dependerá de los resultados económicos obtenidos. (Archel & Husillos, 2009)

Por otra parte, se encuentra el razonamiento económico del inversor, en el cual, se argumenta que hay inversores que consideran que realizar desembolsos en actividades sociales se termina convirtiendo en una carga económica, y que, de ser necesario, se penalizará a la empresa en el mercado de capitales por invertir recursos en actividades que no sean rentables ni generen utilidades para los inversores ni para la compañía. Es por esto que las compañías en ocasiones prefieren pagar los costes de las multas impartidas que reestructurar sus procesos bajo lineamientos de responsabilidad social.

4.3. Aproximación sociopolítica

Las teorías de divulgación con una aproximación sociopolítica se desarrollan bajo un enfoque holístico; suponen que las instituciones como los sistemas políticos, económicos y sociales tienen una identidad propia y diferente, pero son estas instituciones, estos mismos sistemas los que están entrelazados entre sí.

Así, los estados financieros y los informes de sostenibilidad no son considerados como un instrumento para reflejar la realidad económica, son vistos como un instrumento político, económico y social que construye una forma de ver y actuar sobre la realidad.

4.3.1. Teoría de los stakeholders

En el marco de la teoría de los Stakeholders, la empresa se debe entender como el mecanismo de coordinación de los intereses de los stakeholders, donde el gestor ejerce el

rol principal al ser el agente que debe valorar de la mejor forma las demandas de todos los interesados. (Archel & Husillos, 2009)

Para la teoría de los Stakeholders los trabajadores aportan toda la mano de obra, los inversionistas el capital y las demás personas aportan la infraestructura o educación necesaria, es así como los trabajadores obtienen un tipo de remuneración por parte de la empresa y teniendo en cuenta que las obligaciones que tienen por parte y parte ejercen presión en cuanto a los derechos de un grupo. En este caso se puede decir que para satisfacer los derechos de un grupo se vulneran los de los otros grupos,

La información social de la empresa se define como el “proceso de comunicar los efectos sociales y medioambientales de las acciones económicas de las organizaciones sobre grupos de interés particular de la sociedad y sobre la sociedad en su conjunto” (Larringa González, 1997). Esta teoría tiene como objetivo equilibrar las demandas conflictivas entre varias partes interesadas atacando el sistema tradicional ya que no se da prioridad a los inversionistas, también con la presentación de información social y ambiental rinden cuentas sobre la responsabilidad de la empresa con la sociedad.

Teniendo en cuenta esto, la empresa debe estar consciente de la relación con sus objetivos al momento de dar a conocer la información socioambiental, para que dicha información sea relevante para los stakeholders sobre cuestiones relacionadas con su interés.

4.3.2. Teoría de la legitimidad

Esta teoría se ha centrado especialmente en las empresas con el fin de evaluar la responsabilidad en la que incurren con el medioambiente debido a sus procesos de industrialización y maximización de producción, pero esta teoría para Archel (2014) también sugiere que las empresas pueden continuar existiendo si en la sociedad que desarrolla su actividad, logran percibir que la empresa opera bajo valores de acuerdo a los de la propia sociedad, teniendo en cuenta esto y la divulgación de información que es emitida por estos entes económicos se trata de comprobar si dicha DIS está dada estratégicamente para maximizar las inversiones de dichas compañía.

Siendo voluntaria la divulgación de información, las empresas podrían utilizar diferentes estrategias de legitimación con el fin de que agentes sociales no estén en desacuerdo con las

prácticas llevadas a cabo y así el Estado no regule este tipo de información, es por esto que Richardson considera que la contabilidad puede ser vista como una institución de legitimación esto siguiendo a Cooper afirma que “la contabilidad puede ser vista como un medio de sostener y legitimar los actuales acuerdos sociales, económicos y políticos” otros investigadores como Tinker, Tiessen y Waterhouse en sus trabajos muestran a la contabilidad como un grupo de creencias y técnicas, la vinculación de acciones y valores, con los cuales las empresas logran legitimarse. Esta teoría no fue desarrollada dentro de una sola tradición teórica, por el contrario, se encuentran tres perspectivas principales a esta: la estructural-funcionalista, la social-constructivista y la hegemónica, teniendo cada una percepciones diferentes. La perspectiva de la legitimación estructural-funcionalista obedece a un mecanismo para implementar los valores y las acciones, la legitimación social-constructivista consiste en el proceso de dar “sentido” a los “hechos sociales” a la interacción entre los miembros de una sociedad, la hegemónica tiene como perspectiva el proceso de mistificación del poder, considera que los valores son aspectos de las ideologías de las élites y están atadas a los intereses de las elites.

Esta teoría sostiene que las empresas, en un afán por legitimarse ante la sociedad, acuden a la divulgación de información para que sean aceptadas ante la sociedad, esta teoría ha sido importada por unos marcos de referencia más grandes y estructurados que son la teoría de la dependencia de recursos por Pfeffer y Salancik y la teoría institucional sociológica por DiMaggio y Powell. La Teoría de la legitimidad no cuenta con un marco teórico robusto que permita tener claridad acerca de los conceptos que en ella se maneja, es así, como las investigaciones de carácter empíricos se han centrado en la producción de informes sobre la empresa tales como financieros, sociales, económicos y ambientales. Y poco se ha estudiado sobre la percepción de los públicos (Archel, 2014; Quinche Martín, 2017) en particular la teoría de legitimidad se basa en la percepción que asumen los actores, los cuales tomarán decisiones con respecto a la divulgación de información, además de las actitudes y de las opiniones de los agentes que intervienen en el proceso, han sido con el tiempo dejados a un lado (Archel & Husillos, 2009).

Se debe tener en cuenta el papel del contador dentro de esta teoría de legitimación, ya que es este quien con sus prácticas logra brindar la confianza en los stakeholders de la

información contable y no contable que se está presentando, logrando así, cambiar las opiniones que se tienen ante un ente económico.

4.3.3. Teoría de la economía política de la contabilidad

El capitalismo se considera como el modelo económico actual, está constituido por fuerzas de producción como las capacidades humanas, la tecnología, los derechos de propiedad, las máquinas y todos aquellos aspectos que potencialicen la economía, además, es por estas mismas fuerzas que se presentan conflictos sociales, para Larringa (1997) la sociedad, la política y la economía son inseparables, tanto así que los aspectos económicos deben ser investigados teniendo en cuenta las consideraciones del marco institucional, social y político.

La economía política de la contabilidad puede ser vistas desde la mirada burguesa o desde la mirada marxista. Desde la mirada burguesa, el mundo fue categorizado en subteorías sobre clase, conflicto y el papel del Estado. Es decir, que no se toman los problemas estructurales de la sociedad, sino que estos son vistos como procesos normales de la sociedad (Lehman & Tinker, 2005; Tinker, 1982) visto desde un punto esencialmente pluralista, la contabilidad no actúa a favor de intereses específicos, a pesar de que se presenten grupos de interés que ejercen presión. Es por estos grupos que el estado ejerce el papel de actor neutral, tratando de asegurar el beneficio para toda la sociedad.

Desde la economía política, vista a partir de la mirada marxista, se trata de explicar las relaciones que se desarrollan en las sociedades capitalistas, referentes a la divulgación de información socioambiental, se toma la humanidad y la naturaleza como un cuerpo circular, es decir, no son entes separados, sino que para su análisis deben ser vistos y estudiados desde su conjunto. Puesto que al evidenciar que la sociedad tiene problemas estructurales que condicionan la desigualdad y las relaciones de poder, la incidencia que tiene uno sobre el otro es de vital importancia para entender las dinámicas propias de las sociedades capitalistas (Tinker, 1982) desde esta perspectiva la información divulgada es considerada como un medio de disciplina y control social.

Basado en lo anterior, deduce, desde el entendimiento instrumental de la contabilidad sobre la naturaleza, los informes empresariales sociales y ambientales son neutros, los

cuales afirman que los discursos se siguen a la realidad objetiva que da la información contable, basada en la racionalidad del cálculo (Lehman & Tinker, 2005). No obstante, desde la economía política de la contabilidad, siguiendo a Tinker, se afirma que la contabilidad para el medio ambiente y los procesos sociales implica el estudio y el entendimiento de los impactos de los seres humanos sobre la naturaleza. Puesto que se ha centrado en expandir la contabilidad financiera tradicional y centrar la información en ello, no obstante, no se toma en cuenta la incidencia de dicha información en la rendición de cuentas y en las relaciones de poder. Es por ello, que, al mostrar más información sin una crítica de los discursos implícitos en las relaciones sociales, se excluyen los cambios estructurales que implica en los intereses de los grupos de poder (Tinker, 1982).

Así, desde la economía política de la contabilidad, es necesario un análisis de la crisis social y ambiental desde una explicación crítica y dialéctica. Para ello, se debe tener en cuenta en la contabilidad las barreras que tiene el modelo capitalista de producción y que la contabilidad ya no es vista sólo como un origen y un desarrollo para la maximización de utilidades de una empresa o la eficiencia de la misma. Siguiendo a Hopper y Armstrong, Archel y Husillos (2009) hablan de los sistemas contables modernos y la unión existente con las empresas con el fin de aumentar la producción controlando, disciplinando e intensificando la fuerza de los empleados. Es así como la información divulgada por las empresas está en función de un control y una disciplina social el cual intensifica las fuerzas de poder en los contextos o ambientes donde se están emitiendo. Por tanto, una forma crítica de pensar la contabilidad es entender que la información financiera y de gestión es usada para transformar las relaciones sociales de poder y la naturaleza.

Por tal razón, la contabilidad va más allá de transmitir información, es un lenguaje que crea realidades y que condiciona las relaciones (Lehman & Tinker , 2005) teniendo en cuenta esta teoría se considera que la contabilidad comienza por reconocer un valor social a la información contable, teniendo como resultado de dicha información una representación de un contexto político y social determinado .

Teniendo en cuenta las anteriores teorías presentadas es importante mencionar que los siguientes capítulos correspondientes a esta investigación se van a desarrollar

principalmente con la teoría de la legitimidad y la teoría de la economía política de la contabilidad.

5. Marco Metodológico

El presente capítulo tiene como objetivo presentar el marco metodológico con el cual se ha desarrollado la investigación. Este capítulo se divide en 2 apartados. El primer apartado trata sobre el posicionamiento y estrategia metodológica llevada a cabo para el desarrollo de la investigación. El segundo apartado, refiere al análisis de las imágenes el cual se subdivide en la presentación del marco de análisis de las imágenes. Estos análisis dan importancia de la imagen en un texto, informe o demás documentos donde se encuentren plasmadas. Además, es importante mencionar que la imagen da otro significado o infiere en un cambio de pensamiento y opinión con respecto a algo, posteriormente se hablará de la semiología de la imagen tomando como referente a Barthes y sus mensajes denotados, connotados y lingüísticos, después se presenta el Análisis Crítico del Discurso - ACD siguiendo a Van Leeuwen, se continuara con la importancia de la imagen con relación en la teoría de legitimidad y teoría de la economía política de la contabilidad y para finalizar se analizaran las imágenes en los informe de responsabilidad social divulgado en el año 2017 por algunas empresas en Colombia.

5.1. Posicionamiento y estrategia metodológica

La presente investigación se llevará a cabo desde un posicionamiento cualitativo, el cual se “enfoca en comprender los fenómenos explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2006, p. 358) este posicionamiento también se llevara a cabo desde el conocimiento e ideología que se han adquirido con el pasar del tiempo. Teniendo presente en gran medida las herramientas visuales a partir de Barthes (1986), este posicionamiento ayuda a examinar la forma en que las empresas crean y reproducen sentidos mediante representaciones visuales del postconflicto en los informes de sostenibilidad, para este fin se desarrolla caso múltiple de estudio, el cual “consiste en el abordaje de lo particular

priorizando los casos, donde la efectividad de la particularización reemplaza la validez de la generalización de los resultados” (Vasilachis, 2006, pág. 219).

5.2. Análisis de las imágenes.

5.2.1. Estudios visuales en la investigación contable.

Los estudios visuales en la investigación contable son relativamente recientes, aun así, las investigaciones que se han llevado a cabo por diferentes investigadores son un referente para esta investigación ya que se deja ver la influencia de estos en el actuar de las personas. Por tanto, en las siguientes descripciones de investigaciones se presenta un esbozo de lo trabajado para así partir a analizar las representaciones visuales particularmente de los informes de sostenibilidad.

Es así, como Preston, Wright & Young (1996) analizan diferentes imágenes, con el fin de fomentar un diálogo crítico el cual se centra en el papel representativo, ideológico y constitutivo de las imágenes publicadas en los informes de sostenibilidad anuales por las empresas. Comienzan explorando el significado de las imágenes visuales seleccionadas y las cuales aparecen en los informes anuales en los Estados Unidos a finales de los años 80 y principios de los 90, se presentan diferentes formas de usar las imágenes, la primera consiste en transmitir de forma transparente un mensaje corporativo. La segunda se basa en la literatura estética neomarxista donde las imágenes pueden extraerse por su contenido ideológico y pueden revelar las estructuras sociales, las formas institucionales y relaciones de la sociedad. Para desarrollar esta investigación utilizan la teoría del arte posmodernista crítica, para interpretar las imágenes desde diferentes puntos de subjetividad y realidad humana.

Así mismo Parker (2009) explora las dimensiones metodológicas y el potencial en la *foto obtención*, lo cual sería una herramienta en la investigación histórica tanto para historiadores de archivo, contabilidad oral y crítica como para la historia de gestión. Esta investigación se basa en el análisis de la literatura metodológica, teórica y empírica de la antropología visual, la sociología visual, la etnografía visual, la historia oral y métodos de investigación visual. Con el análisis visual logra revelar el potencial para el descubrimiento contextualizado, interpretativo y crítico de la historia de la contabilidad y de la gestión, con

las imágenes obtiene un acceso más directo a la experiencia y al contexto organizacional logrando generar nuevas interpretaciones.

De igual forma, Rämö (2011) explora cómo se utilizan las representaciones visuales de los valores sabios y exigentes para reforzar las características verbales de los informes de sostenibilidad. También analiza cómo el concepto aristotélico puede vincularse con las preocupaciones contemporáneas sobre la responsabilidad, y cómo esto se representa visualmente en los informes de RSE. Este estudio tiene dos proposiciones, la primera, que las imágenes visuales formen parte de las principales estructuras de los informes corporativos, la segunda, que la acción fonética en las organizaciones está sujeta no solo a la documentación, sino también a las imágenes, los autores concluyen que el documento aborda la significación simbólica y contextual de las imágenes en las corporaciones de sabiduría y responsabilidad.

Además de lo anterior, Davison (2014) analiza ejemplos ilustrativos de imágenes de informes anuales para indicar cómo contribuye la retórica visual a la comunicación del capital intelectual, en el desarrollo del documento, se emplea un marco general de la semiótica visual, asimismo, se desarrolla también un modelo de retórica visual y repetición con referencia al trabajo, donde se identifican cuatro tipos de repetición: identidad, simulación, regularidad, acumulación y serie.

Teniendo en cuenta las investigaciones ya realizadas, se evidencia que no se han explorado análisis a las imágenes visuales de los informes de sostenibilidad de las empresas en Colombia siguiendo la teoría de la legitimidad y la teoría de la economía política de la contabilidad, es por esto que esta investigación tratará de plasmar los diferentes análisis de imágenes para determinar si las empresas en Colombia mediante sus informes de sostenibilidad aportan y ayudan a construir posconflicto.

5.2.2. Semiología de la Imagen

Para el estudio de las imágenes, se tomará el trabajo de Barthes (1986), para quien el significado de los textos y las imágenes no solo se construye a partir del emisor, sino que el receptor juega un papel fundamental en esta construcción, puesto que al momento de la interpretación se carga de sentidos subjetivos los textos y las imágenes. Barthes en los

textos “*el mensaje fotográfico*” (1986: 11-27) publicado originalmente en 1961, y “La retórica de la imagen” (1986: 29-47) el cual apareció en 1964, trata el modelo de análisis de las imágenes, donde concentra su mayor parte de estudio en fotografías de prensa o avisos publicitarios, que son más visibles para el receptor y cuyas imágenes son de todo tipo.

Es así como la fotografía constituye un saber que puede influir al realizar la lectura del mensaje, ya que ella puede cambiar de sentido dependiendo de la lectura que se haga de ella. Por tal razón, la fotografía se entiende como un producto y un medio el cual se convierte en un objeto dotado de autonomía estructural. Por tanto, son relevantes los análisis que se dan desde la sociología, puesto que no solo estudia los grupos humanos, sino también estudia sus movimientos, actitudes y la misma interacción que las personas tienen con la sociedad en general.

Barthes desde su construcción teórica sobre la imagen, en un primer momento, plantea dos estructuras que no se pueden homogenizar como lo son: el texto y la fotografía. Esto debido a que son unidades heterogéneas, la primera está constituida por palabras, denominándolo como mensaje lingüístico; y la segunda, siendo parte de la sustancia del mensaje, está constituida por líneas, superficies y tonos.

Por otro lado, Barthes parte del supuesto en el cual la fotografía no es real, pero puede ser vista como el análogo perfecto de la realidad y precisa que la perfección de dicha analogía es lo que define la fotografía, puesto que está constituida a partir del sentido común. Además, el mensaje fotográfico es un mensaje continuo, el cual, se divide en dos: el mensaje denotado y el mensaje connotado.

Abordaremos las características de cada uno de estos mensajes (lingüístico, denotado y connotado) en los siguientes numerales.

5.2.2.1. Mensaje lingüístico

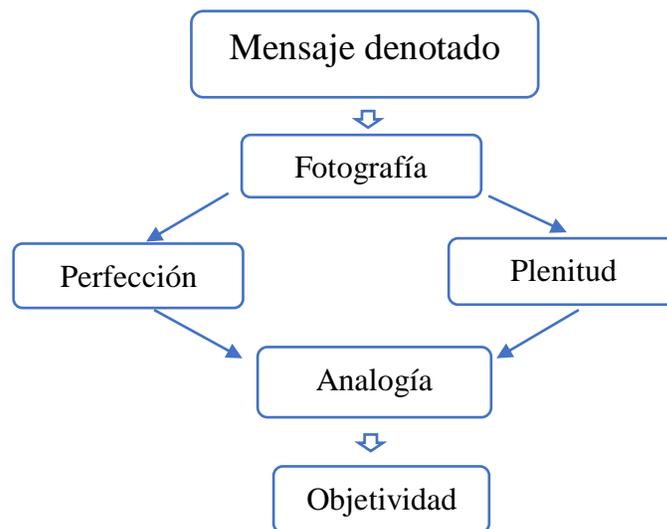
Si bien el mensaje lingüístico puede ser separado de la imagen, el mensaje denotado no puede ser separado del connotado. El mensaje lingüístico tiene dos funciones una es de anclaje y otra de relevo. El anclaje se atribuye a todos los sentidos posibles del objeto, por medio del recurso a una nomenclatura, donde su función principal es de tipo ideológico, es

decir lo que debe entenderse de la imagen; El relevo se da en la secuencia de las imágenes donde contribuye el avance de la acción a desarrollar y el texto que la acompaña, por consiguiente, no se pueden separar.

5.2.2.2. El mensaje denotado

Se refiere a la imagen literal, la cual, puede ser descrita directamente, puesto que, se refiere a los elementos explícitos de la imagen. Es así como, la imagen literal del mensaje denotado puede ser descrita, pero debe entenderse que describir no consiste solo en ser inexacto e incompleto, sino en cambiar de estructura, en significar algo diferente de aquello que se muestra, la gráfica 1 quiere dar a conocer que el mensaje denotado en la fotografía está dado por la perfección es decir que en ella no tiene errores o defectos, también está dado por la plenitud presentándose de manera individual como idónea y perfecta, a lo cual nos lleva a una analogía entendiéndose como un proceso por el cual se crean palabras o expresiones nuevas o se transforman desde unas ya existentes, dando así una opinión por el espectador más objetiva.

Gráfica 1. Características del Mensaje Denotado



Fuente: Adaptación a partir de Roland Barthes (1986)

En tercer lugar, Barthes establece tres procedimientos de denotación que son el trucaje, la pose y los objetos, esto debido a que presentan una modificación de la propia realidad, es decir, del mensaje denotado.

- Trucaje: como método interviene en el mismo plano de denotación; usa la credibilidad en las fotografías para hacer pasar como mensaje denotado uno que ya está, de hecho, connotado con mucha más fuerza, además, el código de la connotación se da como histórico, donde los signos serán las actitudes.
- Pose: el lector recibe un mensaje denotado, pero en realidad es una doble estructura denotada-connotada, donde se tiene en cuenta el significado de connotación lo cual hace referencia a la gramática histórica, además la connotación iconográfica hace referencia a la cultura.
- Objetos: estos son inductores habituales de asociaciones de ideas, donde se parte que los objetos no tienen una fuerza, pero, sí tienen sentido.

5.2.2.3. Mensaje connotado

Se refiere a la imagen simbólica que se entiende como el modo en que la sociedad ofrece al lector o receptor su opinión. Por otro lado, el código de la connotación no es natural, ni artificial, es de carácter histórico o cultural. Además, los signos dan a conocer los gestos, actitudes, expresiones, colores, entre otros que brinda la connotación. Frente a estos signos, se presenta la significación que resuelve la contradicción entre hombre natural y artificial. Según Barthes, la fotografía se verbaliza en el mismo instante en que se percibe, si se llega a retrasar la percepción cambia y aparecen desarreglos, interrogaciones, angustia del sujeto y se pueden generar a raíz de esto, traumas (ver grafica 2).

Gráfica 2. Tipos de connotación

Connotación perceptiva	Hipotética
Connotación cognoscitiva	Analogías
Connotación Ideológica	Ética, razones o valores

Fuente: Adaptación a partir de Roland Barthes (1986)

Barthes en sus procesos: fotogenia, esteticismo, sintaxis, hacen referencia al mensaje connotado. Sin embargo, al incluir los tres procedimientos de connotación, se evidencia la influencia y beneficiación que tiene estos por parte de los procedimientos de denotación.

- Fotogenia: el mensaje connotado está en la imagen misma, la cual es embellecida por la iluminación, impresión y reproducción, cada uno de estos aspectos tienen un mensaje connotado
- Esteticismo: en este proceso se aclara que la fotografía es diferente a la pintura, en cuanto a la fotografía, cuando pasa a ser pintura se convierte en arte, por el contrario, la pintura desarrolla códigos por figuras retóricas y símbolos de época.
- Sintaxis: se basa en la consecución o secuencia de fotos, donde se da a conocer la acción que se está desarrollando, es por esto que la connotación está presente en el encadenamiento, este procedimiento deja ver las variaciones de las actitudes.

Por otra parte, el texto influencia a la imagen grabándola con una cultura, una moral, y una imaginación. Esto debido a que la relevancia de la imagen se da por la influencia del texto que la acompaña. El texto, entonces, produce (inventa) un significado enteramente nuevo, donde en cierto modo resulta proyectado de forma retroactiva sobre la imagen. No obstante, en ocasiones el texto contradice a la imagen, generando así una connotación compensatoria.

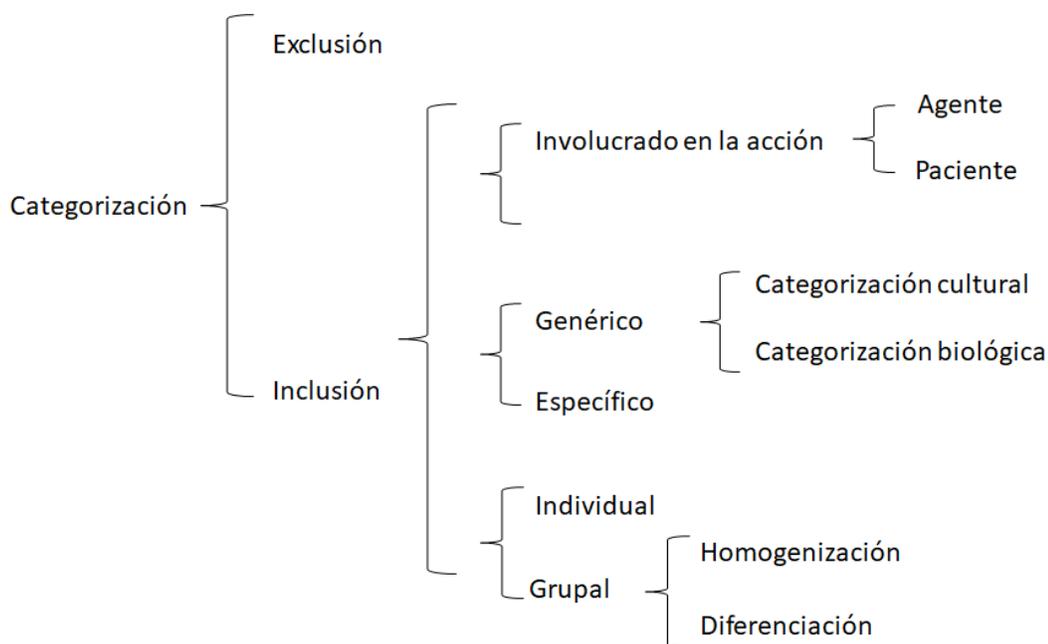
Otro aspecto importante, en la construcción teórica de Barthes, es la política, ya que, por ella, es que se permiten todos los lenguajes, por ejemplo, la connotación fotográfica es una actividad institucional; donde su función es integrar al hombre. Asimismo, los códigos son el medio por el cual el hombre se prueba ya que goza de razón y de libertad.

5.2.3. Análisis crítico del discurso

Como estrategia de investigación, se utilizó el Análisis Crítico de Discurso (ACD) siguiendo a Van Leeuwen (2008) para poder llevar a cabo 3 tipos de análisis dados por Barthes: uno denotado, uno connotado y uno lingüístico.

El mensaje denotado describe las características de las imágenes como: inclusión o exclusión; dependiendo de cómo el actor se encuentre involucrado en la acción la característica a mostrar será de activo o pasivo; actor presentado de manera genérica (aspectos culturales o biológicos) o específica; o individuos presentados de manera grupal (homogenización), (ver grafica 3).

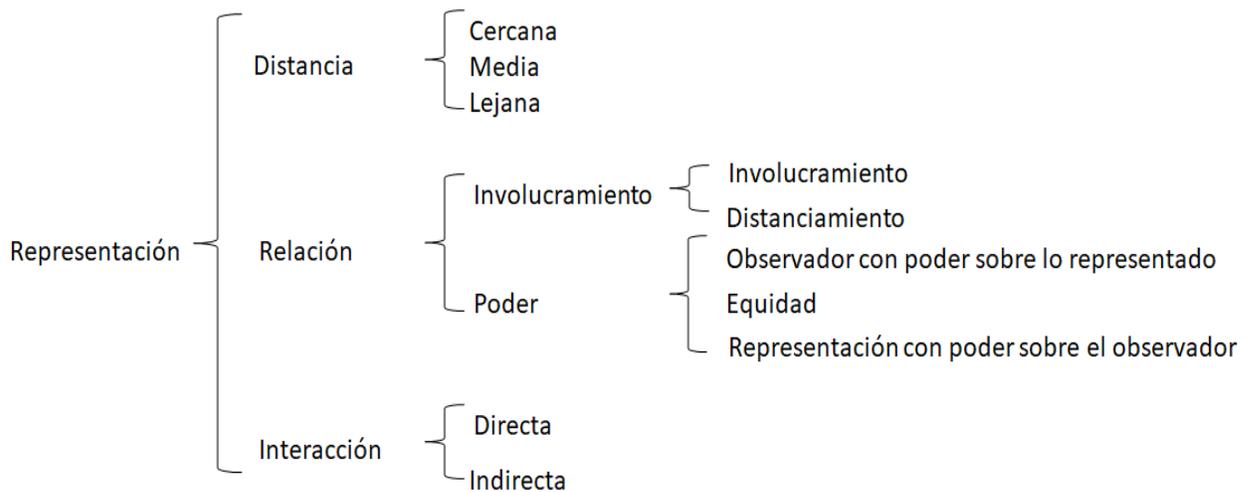
Gráfica 3. Representación visual de los actores sociales



Fuente: (Van Leeuwen, 2008, p. 147)

El mensaje connotado trata de presentar la relación que se produce entre el espectador y el actor representado. Para ello, Van Leeuwen (2008) consideró tres dimensiones: distancia social entre las personas representadas y el espectador; la relación social entre las personas representadas y el espectador, y, por último, la interacción social entre las personas representadas y el espectador. La distancia social indica la cercanía o lejanía del actor en la acción representada. La relación social implica los ángulos en como se muestra al actor en la acción representada y el espectador y como puede darse el poder e implicación. La interacción social puede darse de forma directa (cuando el actor mira al espectador) e indirecta (el actor no mira al espectador) (ver gráfica 4).

Gráfica 4. La representación y su relación con el observador



Fuente: (Van Leeuwen, 2008, pág. 141)

En caso de los mensajes lingüísticos, son todos aquellos que acompañan a las imágenes, ya sea para darle un nombre a la persona u objeto, a la acción que se está llevando a cabo, o a las explicaciones que pueden desencadenar más significados en las acciones realizadas por los actores en las imágenes.

Teniendo en cuenta los diferentes mensajes que presenta Barthes y siguiendo a Bengoetxea (2019) cabe resaltar el proceso de la fotografía, ya que dicho proceso desemboca en una idea, en una historia o en muchas historias, pero no se debe tratar de someter el proceso a una idea, al hacer esto la fotografía o las imágenes transmitirán una o varias mentiras, si tenemos en cuenta el mensaje denotado, connotado y lingüístico podemos evidenciar que muchas de las imágenes pueden transmitir diferentes ideas dependiendo del receptor, es por ello que el proceso de la fotografía se vuelve relevante para los análisis según la semiología de la imagen expuesta por Barthes. Hoy en día el mercado hace posible que el arte la fotografía sea visible, pero muchas veces este arte” está disfrazado por la misma ciencia logrando que el receptor interprete de forma diferente la imagen que está observando.

La fotografía es el objeto y lo que transmita debe tener un objetivo, en las fotografías más allá de ver un paisaje o ver una cosa lo que se busca es entender una revelación, teniendo en cuenta lo anterior, podemos decir que las empresas al momento de divulgar imágenes en

sus informes de sostenibilidad logran cambiar la perspectiva del receptor empleando a la fotografía también llamada arte para obtener beneficios positivos como es la aprobación de las personas. Las fotografías son creativas, es el descubrir la respuesta detrás de la pregunta que lleva inmersa, bien es cierto que la única realidad que alude la fotografía, lejos del referente, es a su propio lenguaje, a su propio proceso dinámico, aspectual y cambiante. Las fotografías no hablan de lo ocurrido, sino de lo que pudo haber ocurrido. “En fotografía se invierte el vector del significado: Lo real es el significante, no la información, sino el símbolo”.

Por tanto, la presente investigación se centró en analizar las imágenes que la gerencia incluyo en el informe de sostenibilidad del año 2017 sobre el postconflicto, para así interpretar el significado que dichas imágenes tienen. Por tanto, la categoría principal serán las imágenes, en tanto, que en ella recae este análisis para así desarrollar el mensaje denotado, connotado y lingüístico. En consonancia con lo anterior, como técnica se utilizará el análisis documental el cual llevará como instrumento de recolección de información en matrices de análisis.

5.2.4. El análisis de las imágenes y las teorías de la legitimidad y de la economía política de la contabilidad

Las imágenes juegan un papel fundamental en el informe de responsabilidad social emitido por las empresas, ya que con las imágenes allí presentes pueden hacer que la opinión que tenga el receptor sea positiva o negativa. Las empresas a través de las imágenes pueden dar a conocer las acciones que han realizado en aspectos sociales, ambientales y económicos. Es así como el análisis de las imágenes puede ser analizando la teoría de legitimidad para evaluar el papel de las imágenes a partir del análisis de sus características y cómo estas terminan legitimando o no a las empresas debido a los mensajes connotados y denotados presentes en las imágenes. La legitimación se logra a través de la reproducción de los valores sociales en las imágenes usadas en los informes. Igualmente, desde un punto de vista crítico, la legitimación se produce al mantener las relaciones de poder y reproducir los discursos ideológicos predominantes en la sociedad (Richardson, 2009).

Por ello, se puede decir que, incorporar la teoría de la economía política de la contabilidad con el análisis de las imágenes visuales, pues, con las características que las imágenes pueden presentar se puede inferir el contexto de las relaciones sociales capitalistas, en estas relaciones sociales se pueden encontrar diferentes ideologías. Las imágenes construyen realidades e identidades utilizando la ética para obtener así una forma de representar el interés económico manipulando la opinión en todo el ambiente social apoyándose de las preocupaciones de las personas.

5.2.5. Caso múltiple de estudio: los informes de RSE de varias empresas colombianas

El crecimiento en la divulgación de informes de sostenibilidad ha sido exponencial en los últimos años. A nivel nacional e internacional, la RSE se ha convertido en un discurso necesario para las actividades empresariales (Gómez & Quintanilla, 2012). Es por esto que, en el año 2005 se evidencia en la GRI (2019) el primer informe divulgado por una empresa en Colombia y, en los años posteriores, se evidencia un incremento de los mismos (ver tabla 4).

Tabla 4. Evolución en la divulgación de informes de RSE en Colombia desde el año 2010 hasta el año 2019

Año	Informes	Empresas
2005	1	1
2006	3	3
2007	6	6
2008	10	10
2009	26	26
2010	31	28
2011	55	55
2012	107	104
2013	135	132
2014	178	175
2015	206	204
2016	196	195
2017	191	182
2018	105	101
2019	10	10

Fuente: Elaboración propia, datos tomados de (Global Reporting Initiative, 2019)

En la Tabla 5, se muestra la concentración de informes divulgados en cada sector económico desde el año 2005 hasta lo corrido del año 2019, como la publicación de informes no se da de una forma oportuna los datos aquí presentados pueden variar.

Tabla 5. Divulgación de informes de RSE por cada sector económico

Sector	Informes	Empresas
Agricultura	24	7
Automotriz	3	1
Aviación	10	3
Químicos	16	3
Servicios Comerciales	12	5
Conglomerados	23	4
Construcción	40	13
Materiales de Construcción	36	7
Consumo Durable	1	1
Energía	155	32
Empresas de energía	100	19
Equipamiento	2	1
Servicios Financieros	183	34
Productos de comer y beber	64	15
Productos forestales y de papel	9	2
Productos para el cuidado de la salud	16	4
Servicios de cuidado de la salud	37	10
Productos de aseo doméstico y personal	10	3
Logística	27	9
Medios	14	3
Productos de metal	5	4
Minería	37	9
Sin ánimo de lucro / Servicios	95	25
Otros	192	65
Agencias publicas	9	4
Minoristas	22	4
Tecnología de hardware	0	3

Telecomunicaciones	29	6
Textiles y confección	7	1
Turismo / Esparcimiento	6	1
Universidades	19	8
Manejo de basuras	3	2
Empresas de agua	52	11
Total	1258	319

Fuente: Elaboración propia, datos tomados de (Global Reporting Initiative, 2019)

Como se evidencia en la Tabla 4, para el año 2018 se publicaron 105 informes de sostenibilidad, estos informes refieren al año 2017, los cuales se tomaron y se analizaron para determinar cómo las empresas representaban el postconflicto en Colombia a través de sus imágenes visuales. De estos informes, 22 tratan sobre postconflicto, pero son 8 informes los cuales contienen imágenes referentes al postconflicto. La Tabla 6 muestra los respectivos informes que cumplen los parámetros a analizar.

Tabla 6. Informes de sostenibilidad con imágenes visuales sobre el postconflicto en Colombia (2017)

Nombre	Sector	Fotos
Bancamía	Servicios Financieros	2
Bolsa de Valores Colombia	Servicios Financieros	1
Finagro	Servicios Financieros	3
Fundación Saldarriaga Concha	Sin fines de lucro/Servicios	15
Grupo Energía de Bogotá	Energía	2
Oleoducto Bicentenario de Colombia	Otros	1
Universidad Cooperativa de Colombia	Universidades	7
Zona Franca de Barranquilla	Logística	3

Fuente: Elaboración propia, datos tomados de (Global Reporting Initiative, 2019)

El estudio se centra en la posibilidad de interpretar las imágenes que están en relación con el postconflicto en Colombia. Siendo nuestra categoría principal las representaciones nos fijaremos en las fotografías para evaluar el mensaje denotado, connotado y lingüístico. Para esto, se analizarán las imágenes contenidas en los informes de sostenibilidad de las empresas expuestas en la Tabla 6.

Teniendo en cuenta lo anterior, para interpretar las representaciones del postconflicto que realizan unas empresas colombianas en sus informes de sostenibilidad del año 2017, se van a presentar a continuación dos tipos de análisis. El primero, en el cual se van a presentar los resultados generales de los mensajes denotados, connotados y lingüísticos de la totalidad de las imágenes analizadas en los diferentes informes de sostenibilidad. En el segundo análisis, se presentarán casos particulares de las imágenes más representativas dentro de las 34 imágenes que están en los 8 informes que cumplieron los criterios de selección para el respectivo análisis.

6. Hallazgos: El postconflicto representado en imágenes 2017

El presente capítulo tiene como objetivo presentar el análisis a las imágenes visuales que hablan sobre el postconflicto en Colombia, estas imágenes están contenidas en los informes de sostenibilidad del año 2017, dicho análisis se realiza teniendo en cuenta la semiología de la imagen expuesta por Barthes y el Análisis Crítico del Discurso por Van Leeuwen. Este capítulo se divide en tres apartados. El primero trata sobre la caracterización cuantitativa de las imágenes, además, este apartado tiene en cuenta el análisis denotado, connotado y lingüístico. En el segundo apartado se realizará un análisis a profundidad de 8 imágenes que están relacionadas y hablan sobre el Postconflicto en Colombia para el año 2017. Finalmente en el tercero se incluyen los resultados obtenidos por los diferentes análisis a las imágenes visuales de la teoría de la legitimidad y la teoría de la economía política de la contabilidad.

6.1. Caracterización cuantitativa de las imágenes

6.1.1. Caracterización del Análisis Denotado

Las imágenes analizadas en este trabajo se caracterizan principalmente por representar a personas, se tendrán en cuenta tres categorías dentro del análisis de las imágenes visuales que son: *oportunidades*, *seguridad* y *reconciliación y convivencia*. La totalidad de las imágenes son 34, donde 33 de ellas contienen diferentes actores: artistas, niños, comunidades, fuerzas militares, líderes de paz, usuarios, académicos y escolares. La imagen faltante para las 34 no representa persona alguna.

También, en las imágenes se evidencia que las empresas muestran no a un solo actor, sino que, por el contrario, presentan diversos actores, donde las comunidades obtienen el mayor porcentaje de participación del total de imágenes analizadas. En las imágenes no se puede hablar con certeza de los roles que tienen los actores como comunidades, niños, actores, docentes, con el conflicto armado en Colombia, ya que solo se distinguen por los mensajes que aparecen adjuntos en las fotografías (Tabla 7). Dentro de las tres categorías que se tienen, se evidencia que las empresas que publicaron informes de sostenibilidad en el 2017 y que contienen imágenes sobre el postconflicto quieren que el espectador visualice que ellas están trabajando en estrategias que brindan *oportunidades* a las personas dentro de sus políticas (21 de 34 imágenes corresponden a esta categoría). La segunda categoría con mayor cantidad de imágenes es la de *reconciliación y convivencia* con 11 imágenes, lo cual representa un menor interés por parte de las empresas en generar espacios para ello. Por último, se encuentra la *seguridad*, obteniendo la menor cantidad de imágenes. Se puede argumentar que, las acciones encaminadas a la seguridad caen en manos del Estado y las Fuerzas Armadas, lo cual explicaría la menor representación de esta categoría en las imágenes.

Tabla 7. Actores relacionados con las categorías que representan al postconflicto en Colombia para los informes de sostenibilidad 2017

Actor	Oportunidades	Seguridad	Reconciliación y convivencia	Total
Artistas	0	0	1	1

Niños	0	0	2	2
Comunidad	20	0	3	23
Fuerzas Militares	0	2	0	2
N/A	1	0	0	1
Líderes de paz	0	0	2	2
Académicos y escolares	0	0	2	2
Usuarios	0	0	1	1
Total	21	2	11	34

En lo que respecta a los resultados de las imágenes sobre el posconflicto y su relación con los actores sociales que se encuentran inmersos en ellas (Tabla 8). Se presentan a los diferentes actores como agentes o pacientes, siendo los actores agentes quien realiza la consecución directa de la acción y los actores pacientes por el contrario no desarrollan actividad alguna en la imagen. La comunidad se destaca por ser el principal actor en la construcción de paz. Las empresas presentan a las comunidades en las imágenes como actores agentes y pacientes, donde, 9 de las imágenes contenidas se encuentran como actores pacientes y 14 se encuentran con actores agentes, para un total de 23 imágenes visuales. Los actores como líderes de paz, fuerzas militares y niños, son representados con 2 imágenes cada uno. En proporción con las imágenes de comunidades, estos 3 actores tienen una baja participación según lo expresado por las empresas en la construcción del postconflicto. Por último, se tiene al grupo de usuarios, artistas, académicos y escolares, este grupo de actores se encuentran excluidos de los informes de sostenibilidad, ya que son representados en una sola imagen por las empresas.

También los actores se presentan en la categoría de inclusión, tanto genérica como específica. En la categorización específica, se sitúan los actores que se representan con características diferenciadoras al resto. Teniendo en cuenta esto, se presenta que, el 6% de las imágenes, correspondientes a actores en Fuerzas Militares se encuentran en esta categoría. En la categoría genérica, podemos encontrar actores con un tipo de inclusión biológica o cultural. En el aspecto cultural puede tenerse en cuenta la raza, el sexo, la edad, las tradiciones, el género. En la inclusión biológica se tiene el 3% del total de las imágenes, mientras que en la inclusión cultural se tiene el 83% del total de las imágenes incluyendo

actores tales como artistas, niños, la gran mayoría que se encuentra en la comunidad, líderes de paz, académicos y escolares, y usuarios. Por último, se tiene un 3% restante para las imágenes que no presentan actor alguno. Teniendo en cuenta que la gran mayoría de las imágenes hacen alusión a la inclusión cultural, se puede plantear que dichas imágenes no cuentan con la presentación de actores específicos en la construcción del postconflicto en Colombia.

La inclusión de los actores puede hacerse de manera grupal o individual. En el carácter grupal se evidencia más de un actor, donde se tienen en cuenta dos aspectos: la homogenización y la diferenciación. En el carácter individual se destaca un actor por imagen. En las imágenes analizadas se observa que el 41% del total de las imágenes corresponden al carácter individual y su mayor proporción se centra en actores de comunidades, seguido por las fuerzas armadas. Para el carácter grupal, se observa que corresponde al 56% del total de las imágenes, este total se divide en dos grupos, correspondientes a homogenización y diferenciación; 50% para homogenización, donde su mayoría se da en las comunidades, seguido por los niños, líderes de paz, académicos y escolares; el 6% para diferenciación compuesta por actores de comunidad. Esto evidencia que las empresas presentan en mayor proporción a los actores en grupos donde no se perciba alguna caracterización que pueda diferenciar actores.

Tabla 8. Hallazgos en las imágenes visuales sobre el postconflicto en una relación directa con los actores sociales.

Agencia	Artistas	Niños	Comunidad	Fuerzas Militares	N/A	Líderes de paz	Académicos y escolares	Usuarios	Total
Agente	1	2	14	2	0	2	1	0	22
N/A	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Paciente	0	0	9	0	0	0	1	1	11
Tipo de inclusión									
Categorización Biológica	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Categorización Cultural	1	2	22	0	0	2	2	1	30

N/A	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Específica	0	0	0	2	0	0	0	0	2
# Inclusión									
Diferenciación	0	0	2	0	0	0	0	0	2
Homogenización	1	2	9	0	0	2	2	1	17
Individual	0	0	12	2	0	0	0	0	14
N/A	0	0	0	0	1	0	0	0	1

6.1.2. Caracterización del Análisis Connotado

En el análisis connotado se presenta la relación que se produce entre el espectador y el actor representado. Por ello, se tiene en cuenta: la cercanía o lejanía del actor en la acción, los ángulos en cómo se presenta al actor en la acción y al espectador, y cómo se puede dar el poder e implicación y la forma directa o indirecta de cómo el actor mira al espectador en una acción. Según Barthes (1986) la connotación da signos que dan a conocer gestos, actitudes, expresiones, colores, es por esto, que el mensaje connotado esté dado por significados culturales, históricos y contextuales que da la imagen.

Por un lado, la distancia hace referencia a la cercanía o lejanía que tiene el actor en la imagen visual con respecto al observador. Teniendo en cuenta la tabla 9, se evidencia que el 53% de las imágenes tienen una categorización de distanciamiento cercano. Las comunidades están representadas con el 83% de las imágenes dentro del distanciamiento cercano, esto quiere decir que los actores con participación cercana son los más involucrados en la construcción de paz y contribución al postconflicto. Para los actores tales como artistas, niños y usuarios las empresas los representan con un distanciamiento lejano teniendo un 44% del total de las imágenes. El 3% faltante corresponde a una imagen que no tiene ningún artista que la represente o desarrolle una acción.

Por otra parte, la relación entre el actor y el espectador tiene dos características: involucramiento y distanciamiento. Las empresas presentan a la comunidad tanto en involucramiento como en distanciamiento, con un 77% las empresas presentan a las comunidades como el actor con más involucramiento en la construcción del postconflicto. Además, de estas dos características el involucramiento es el más relevante con un 65% del total de las imágenes analizadas. Los actores tales como académicos, niños, fuerzas militares, líderes de paz y usuarios son representados en la categoría de distanciamiento

obteniendo un 32% de las imágenes, estos actores son los menos representativos en la construcción del postconflicto.

El tipo de poder se presenta en tres formas: observador con poder, representación con poder e igualdad. La forma más común entre las imágenes se da en el observador con poder ya que presenta un 59% del total de las imágenes visuales, donde, la comunidad es el actor que predomina en esta forma de poder. La igualdad también se presenta como una forma de poder con un total de 35% de las imágenes analizadas, la igualdad es importante, ya que nos da a conocer que estamos en igualdad de condiciones, esto en relación con el actor y el espectador. Los actores tales como fuerzas militares, líderes de paz, académicos y escolares se presentan con observador con poder lo cual infiere que a estos actores no se les otorga ningún tipo de poder y, por el contrario, los actores representados con poder es casi nula donde se evidencia una imagen obteniendo así un 3% del total de las imágenes.

Por último, la interacción entre el observador y la representación se presenta de dos formas: directa e indirecta. Dicha interacción debería estar dada en su mayoría de forma directa, ya que se estaría contribuyendo con la paz y construyendo postconflicto. Por el contrario, se muestra una relación indirecta con el 71% de las imágenes, el actor con mayor porcentaje de interacción indirecta obedece a las comunidades con un 75%. De forma directa se presenta un 26% de las imágenes, este porcentaje lo constituyen actores tales como comunidades, niños, académicos y escolares.

Tabla 9. Hallazgos en las imágenes visuales sobre el postconflicto en una relación directa con él espectador.

Distancia	Artistas	Niños	Comunidad	Fuerzas Militares	N/A	Líderes de paz	Académicos y escolares	Usuarios	Total
Lejos	1	1	8	0	0	2	2	1	15
Cerca	0	1	15	2	0	0	0	0	18
N/A	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Relación									
Involucramiento	0	2	17	0	0	1	2	0	22
Distanciamiento	1	0	6	2	0	1	0	1	11
N/A	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Poder									

Observador con poder	0	1	15	2	0	1	1	0	20
Representación con poder	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Igualdad	1	1	7	0	0	1	1	1	12
N/A	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Interacción									
Directa	0	2	5	0	0	0	2	0	9
Indirecta	1	0	18	2	0	2	0	1	24
N/A	0	0	0	0	1	0	0	0	1

6.1.3. Caracterización Mensaje Lingüístico

Finalmente, para el mensaje lingüístico se evidencia que el 6% de las imágenes contienen un mensaje nominativo, posteriormente un 9% utiliza un mensaje descriptivo y un 85% emplea un mensaje explicativo. Es así como las empresas al añadir en sus imágenes mensajes explicativos y descriptivos logran cambiar la opinión y percepción que tendría el espectador sobre la imagen visual.

Tabla 10. Mensaje Lingüístico.

Tipo de Mensaje	Artistas	Niños	Comunidades	Fuerzas Militares	N/A	Líderes de paz	Académicos y escolares	Usuarios	Total
Nominativo	0	0	2	0	0	0	0	0	2
Explicativo	0	2	21	2	1	0	2	1	29
Descriptivo	1	0	0	0	0	2	0	0	3
N/A	0	0	0	0	0	0	0	0	0

6.2. Análisis a profundidad de las imágenes visuales sobre postconflicto.

En este apartado se presentará el análisis a profundidad de las imágenes visuales sobre el postconflicto. Teniendo en cuenta que son 8 empresas en Colombia (ver Tabla 6) las cuales hablan de postconflicto por medio de imágenes, se procedió a establecer criterios para seleccionar 8 de las 34 imágenes en total.

El criterio se establece en 8 empresas de las cuales se escogerá una imagen por cada una. Dichas imágenes deberán cumplir al menos uno de los aspectos, asegurando su importancia y relevancia para el análisis. Por lo cual, se deberá escoger una imagen que cuente los datos más relevantes en el análisis denotado, connotado y lingüístico, estas imágenes deberán contener actores que representen a las comunidades, ya que este actor representa más del 50% del total de las imágenes obtenidas. Una imagen que contenga actores cuya función está dada a la representación de la seguridad. La inclusión de adultos mayores por las empresas como constructores de postconflicto. Una imagen que no presente actores. Estas imágenes deberán contener tanto mensajes nominativos, descriptivos o explicativos.

Cada imagen es objeto de análisis profundo, haciendo una descripción detallada de la imagen para dar cuenta de su mensaje denotado; una interpretación de lo presentado en la imagen para hablar del mensaje connotado y un análisis del mensaje lingüístico tanto en su contenido como en su relación con la imagen.

6.2.1. Bancamía

Bancamía (2019) es un banco con sentido social que busca apoyar el desarrollo productivo de emprendedores. Abrieron sus puertas por primera vez el día 14 de octubre de 2008, tienen como misión “mejorar la calidad de vida de las familias de bajos ingresos” y su visión se centra en “facilitar el desarrollo productivo de los clientes en la base de la pirámide económica a través de la provisión de productos y servicios financieros”.

Además, esta empresa considera que la manera en combatir la pobreza y la desigualdad se da sembrando un futuro con base en la pirámide económica. La metodología que emplea son las Finanzas Productivas Responsables, las cuales se convierten en un arma para el desarrollo social y monetario de las comunidades más desfavorecidas, al proveerles productos y servicios encaminados a generar ingresos y excedentes por medio de negocios (Bancamia, 2019). Se tomó la siguiente imagen del informe de sostenibilidad para realizar el desarrollo de análisis denotado, connotado y lingüístico.

Ilustración 1. Beneficiaria programa de créditos Bancamía



Fuente: Informe de gestión Bancamía (2017)

Análisis denotado: En la imagen se muestra a una de las personas que, según la institución, fue beneficiada en los créditos que ofrece Bancamía. Se trata fundamentalmente de una mujer de mediana edad, en blusa de colores rojo y negro, con el cabello recogido en trenza. Esta mujer de mediana edad se encuentra en su almacén, por la imagen se podría decir que es una miscelánea y se encuentra organizando un producto: las cubetas de huevos. Detrás de ella se encuentra un conjunto de estantes o vitrinas, con diversos productos: jabones, suavizantes, latas de atún y sardinas, son los más visibles. La mujer se encuentra como un actor paciente, también se establece en la categoría de oportunidades, por el crédito que le otorgaron, su tipo de inclusión está basado en una categorización cultural y su número de inclusión es de carácter diferenciador ya que solo se encuentra ella en la imagen.

Análisis Connotado: siguiendo lo planteado por Van Leeuwen (2008), se puede decir que la distancia del actor es cercana con respecto al espectador por lo cual infiere que está

construyendo paz y contribuye al postconflicto, por la imagen se puede decir que la presentan como un igual ya que está de forma vertical, su posición es centrada en la foto y su ángulo no aplica para dar poder al actor o al espectador. La expresión de la tendera es de cierta felicidad. Por la posición en la que está y la disposición de la fotografía se puede evidenciar que está a gusto con su negocio y con el fortalecimiento de este, puesto que ella es la que está organizando sus productos. De igual forma, en el fondo se muestra el negocio totalmente surtido, esto genera la sensación de prosperidad en el negocio. Cabe destacar que la mirada del actor no está dirigida al frente, sino por el contrario, está dirigida hacia abajo, donde se encuentra uno de sus productos lo cual evidencia el poder del espectador sobre el actor.

En otras palabras, la imagen busca obtener familiaridad con los lectores u observadores al presentar un escenario cotidiano en la vida social colombiana: una tienda de barrio y productos varios al que acuden los ciudadanos del común. Se pretende mostrar que Bancamía apoya la inclusión de los excombatientes y víctimas del conflicto a la vida civil a través de la financiación de proyectos comerciales y productivos. De allí también que la imagen tenga una proximidad y una nivelación igual a la del actor representado.

Mensaje lingüístico: Se puede observar que la imagen contiene un texto, que se puede clasificar como mensaje nominativo y un mensaje explicativo: “Bibiana Vera, Miscelánea / Oficina Villavicencio”. Nominativo ya que menciona el nombre de la persona que aparece en la imagen. Explicativo, porque las palabras ‘miscelánea’ y ‘Oficina Villavicencio’, dan a entender que el tipo de negocio financiado por Bancamía es un negocio de barrio, cotidiano, de esos a los que la gente acude normalmente; así mismo, se da a entender que la oficina que financió el proyecto es la ubicada en Villavicencio. El mensaje lingüístico refuerza el mensaje connotado, en tanto le provee a la imagen de significados que acercan el informe, y por ende a Bancamía, a la gente del común. En otras secciones del informe, Bancamía afirma que la mayoría de sus clientes son beneficiarios de los créditos y demás productos que ellos ofrecen, puesto que el 84% de sus clientes han sido personas que han sufrido el conflicto armado y que en el marco del postconflicto se han beneficiado por los créditos que otorga esta entidad, los cuales, han ayudado a crecer los emprendimientos de las personas logrando sacarlas de la pobreza.

La imagen en general, entonces, busca mostrar a Bancamía como cercana a los beneficiarios de sus créditos. Si bien nada asegura que lo dicho en el mensaje lingüístico sea totalmente cierto, hablar de la ‘miscelánea’ o de ‘Villavicencio’ pone a Bancamía al lado de la gente, compartiendo con ella, así como presente en ciudades no principales del país.

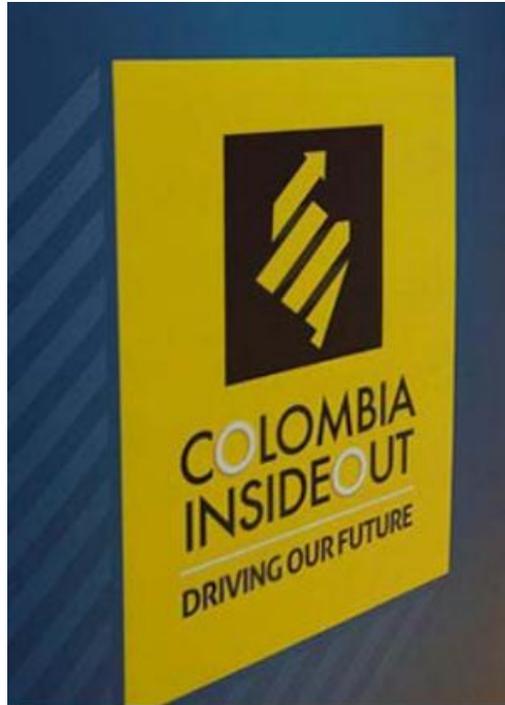
6.2.2. Bolsa de Valores Colombia

La Bolsa de Valores de Colombia – BVC (2019), es el operador líder en la infraestructura del mercado de capitales colombiano, fue creada el 3 de julio de 2001, y se posiciona en el sector financiero, la BVC tienen un proyecto llamado “BVC sostenible”, el cual tiene como objetivo el financiamiento e inversión para diferentes empresas e inversionistas, a través de, productos financieros verdes, esto con el fin de promover proyectos que ayuden a cumplir compromisos en Colombia en la transición a una economía baja en carbono.

Su enfoque y visión de sostenibilidad está dado a promover mejores prácticas de gobierno corporativo y revelación de información, estando comprometidos con el fortalecimiento del desarrollo económico sostenible o inclusivo del país. (BVC, 2019).

Esta imagen se encuentra en la sección de clientes y mercado del informe de sostenibilidad del año 2017, la Bolsa de Valores de Colombia cuenta con un programa llamado BVC sostenible, este programa tiene como objetivo la financiación e inversión para empresas e inversionistas a través de proyectos financieros verdes, estos con el fin de incentivar la inversión en las zonas donde se presentó conflicto armado y también para el resto del país.

Ilustración 2. Logo del programa sostenible de BVC



Fuente: Informe de gestión Bolsa de Valores de Colombia (2017)

Análisis Denotado: En la imagen se presenta el logo de un programa de la BVC. En este se muestra una alegoría al mapa de Colombia hecho a partir de flechas de indicadores. El mapa de Colombia se encuentra enmarcado en un recuadro negro, fuera de este se presenta el nombre del programa y su lema. Se observa que la frase “COLOMBIA INSIDEOUT” [Colombia de adentro hacia afuera] predomina en la imagen ya que se encuentra de un tamaño grande, en mayúscula, y la vocal “O” se repite dos veces en color blanco. Dicha frase está subrayada por una línea de tonalidad blanca. Luego la frase “DRIVING OUR FUTURE” [Liderando nuestro futuro] se encuentra debajo de la frase anterior, está escrita en letra mayúscula pero su tamaño es mucho menor al de “COLOMBIA INSIDEOUT”. Todo lo anterior se encuentra inmerso en un marco de color amarillo. También, se puede observar unas líneas en diagonal de tonalidad azul claro, pero no cubren la totalidad de la

imagen, las cuales son diferentes al tono azul que se encuentran en el fondo de la imagen. La imagen no se encuentra de frente al espectador, sino que la muestran de costado.

Análisis Connotado: Referente a la connotación de la imagen, el mapa de Colombia al estar representado con flechas de indicadores muestra el propósito del programa, es decir, muestra el avance de la inversión en el país, ya que este programa tiene como finalidad el dar a conocer y promover las prácticas sostenibles, para así, contribuir con la construcción del postconflicto. También se puede evidenciar que la imagen de este programa está dada como una especie de señalización, lo cual genera un estado de alerta en el espectador enfatizando la importancia de lo que ella contiene. Los colores vivos y el tamaño de las frases hacen que el espectador preste atención y se detenga en esta imagen.

La imagen busca dar a conocer al espectador, que la BVC se preocupa por el progreso y el futuro de este país. El mostrar la imagen en una especie de cuadro da una similitud de arte, resaltan significativamente el mapa de Colombia por lo que se infiere que este ente económico nos quiere resaltar la importancia que tiene el país para su empresa y que la tiene presente dentro de sus estrategias y proyección representado por medio de flechas que salen del país, significando la potencialidad del país a las inversiones extranjeras de generar productos, servicios y beneficios para el exterior.

Mensaje lingüístico: Se puede visualizar en la imagen “Colombia Inside Out” “Driving our future”, estas frases hacen referencia al programa de la BVC denominado “bvc sostenible” el cual está encargado de promover la inversión extranjera en Colombia, teniendo en cuenta el marco del postconflicto y así lograr superar los inconvenientes y dificultades que se presentaron por el conflicto armado y forjar un mejor futuro. Este mensaje es de carácter explicativo ya que las frases están dando a conocer la finalidad de la imagen la cual es hacer ver que Colombia se encuentra en un proceso de construcción y de nuevas inversiones. Este mensaje es importante ya que construye nuevas opiniones en el espectador y refuerza lo connotado, dan una mirada a lo que puede estar contenido en el informe de sostenibilidad. El mensaje se vincula con la imagen, tanto las flechas como la frase ‘Colombia Inside Out’ dan a entender el interés de llevar el país hacia el exterior, de internacionalizar al país, lo cual se espera lograr a partir de la inversión extranjera. También se relaciona la imagen con la frase ‘Driving our future’ porque se quiere mostrar que la

inversión extranjera va a ser relevante en la construcción del postconflicto, la inversión está llamada a ‘liderar nuestro futuro’.

6.2.3. Finagro

Finagro (2019) es una entidad que promueve el desarrollo del sector rural colombiano, más específicamente en el sector agropecuario, con instrumentos de financiamiento que estimulan la inversión. Finagro es un banco de segundo piso y fue fundado el 22 de enero de 1990. Su misión está enmarcada en la oferta de productos y servicios financieros apropiados a las cadenas productivas para el fortalecimiento y competitividad del sector rural con pequeños productores.

Es importante mencionar que dentro de sus valores y principios se encuentra el compromiso, el respeto, la responsabilidad y la sostenibilidad e integridad, también, en sus imperativos estratégicos como política sectorial tienen el contribuir activamente en “la formulación y compromiso en la ejecución de la política para el desarrollo agropecuario y rural, integral y sostenible”. (Finagro, 2019). Se tomó la siguiente imagen del informe de sostenibilidad para realizar el desarrollo de análisis denotado, connotado y lingüístico.

Ilustración 3. Actores simbólicos en el informe de Finagro 2017



Fuente: Informe de gestión Finagro (2017)

Análisis Denotado: En la imagen se puede evidenciar a un grupo de campesinos que caminan por un valle cercado hacia algún lugar. Este valle no se encuentra con una superficie llena de pasto verde y frondoso, por el contrario, se ve seco; su aspecto es de

deterioro de color amarillento, un verde opaco, se evidencia partes de suelo, en la parte inferior del cercado se encuentran unas pequeñas plantas, al fondo se puede ver la copa de un árbol y un cielo completamente nublado. Las personas no van aglomeradas, por el contrario, se puede observar que las personas van en una fila seguido uno del otro, en su gran mayoría son hombres que se encuentran con gorras y sombreros, camisetas de colores vivos como: rojo, blanco, azul, negro, amarillo. También en este grupo se encuentran tres mujeres de camiseta rosada, blanca y negra y se encuentran en los últimos puestos de la fila, la persona que lidera en apariencia es un adulto mayor. El plano que se usa en la imagen es un plano frontal, el cual, toma a los actores de perfil y a su vez de cuerpo completo. La imagen al tener las anteriores características se muestra de una forma horizontal y rectangular. Los actores que participan en esta imagen se muestran como agentes, ya que son los principales involucrados para contribuir con la paz, su tipo de inclusión es de carácter cultural lo cual produce una homogenización en la imagen. Los actores como son presentados en grupo y se hace referencia a una homogenización no se logra tener características específicas de las personas allí plasmadas.

Análisis Connotado: La imagen en relación con el espectador se encuentra lejana, ya que las personas se ven al horizonte, la relación entonces está dada en el distanciamiento, es decir, que el vínculo de la entidad con estos actores es más alejado para una construcción de paz. El tipo de poder que esta imagen nos permite observar es ‘representación con poder’, ya que los actores están mirando hacia abajo lo cual ejerce un poder simbólico sobre otra persona. Al mostrar el trasegar de los campesinos por el valle, el camino que recorren para llegar a un lugar específico se intenta mostrar el avance o la determinación que tienen ellos para lograr un objetivo. Se puede inferir por el contexto de la imagen, que los campesinos o reinsertados (pues no es claro qué papel tuvieron estos actores en el conflicto armado) caminan por un lugar, donde, su salida es pantanosa, pero van rumbo a una nueva vida. Salen de un contexto complejo y llegan a un lugar, en el cual, con ayuda de Finagro, pueden resurgir y tener un nuevo comienzo. Además de lo anterior, se evidencia el liderato de un hombre adulto mayor que con determinación guía al grupo. Esto puede evidenciar la política de inclusión y de equidad de Finagro, aun así, la integración de estos actores es indirecta.

Finagro presenta esta imagen con el fin de mostrar una unión con los campesinos y adultos mayores, así el espectador verá la inclusión de las personas del sector rural. Pretende mostrar que Finagro apoya la inclusión en zonas rurales del país que han sido afectadas por el conflicto armado y a las personas que han tenido que desplazarse de su lugar de origen a causa del conflicto armado. Además, apoya en este proceso a adultos mayores, hombres y mujeres al crear una nueva vida sin tener que dejar el campo, ya que este ayuda en el fortalecimiento y competitividad de pequeños productores, para que así por medio de la financiación como banco de segundo nivel ayude a las personas a salir adelante sin tener que dejar las zonas rurales del país.

Mensaje Lingüístico: Esta imagen está acompañada de un texto, que se puede clasificar como explicativo: “en materia externa, se destacan las líneas para víctimas del conflicto armado, que a través de 14.503 operaciones superaron los 131, (un 96% más que en 2016), y el lanzamiento de la línea de crédito para entes territoriales que permitiría financiar proyectos estratégicos de desarrollo en las regiones, una contribución decidida a la paz de Colombia”. Es explicativo ya que dan a conocer que este banco de segundo nivel con sus operaciones y lanzamientos de líneas de crédito han ayudado a víctimas del conflicto armado. Además, este mensaje refuerza otras secciones del informe puesto que habla de la línea de crédito para ayudar a las personas con una contribución directa para la paz en Colombia.

De acuerdo al análisis anterior, basado en la empresa Finagro y aunque en su página web dice que son una de las empresas que apoyaron al gobierno para llevar a cabo el acuerdo de paz, se puede evidenciar por medio del Análisis Crítico del Discurso realizado a la imagen, que ellos pretenden verse como un ente que se encuentra cerca a las comunidades que tuvieron afectaciones por el conflicto armado, por lo tanto ellos buscan que el postconflicto se ligue al discurso para así legitimarse ante la sociedad y verse como un actor clave con los beneficios que le brinda a las diferentes comunidades.

6.2.4. Fundación Saldarriaga Concha

La Fundación Saldarriaga Concha fue creada en febrero de 1973, su principal objetivo es “transformar a Colombia en una sociedad solidaria que reconozca y respete a las personas con discapacidad y las personas mayores” (Fundación Saldarriaga Concha, 2019). También, se evidencia un gran interés en la divulgación de información y el desarrollo de proyectos capaces de incidir y transformar políticas públicas sociales junto con la importancia de evolución en el sector social (Fundación Saldarriaga Concha, 2019). Se tomó la siguiente imagen del informe de sostenibilidad para realizar el desarrollo de análisis denotado, connotado y lingüístico.

Ilustración 4. Actores simbólicos en el informe de la Fundación Saldarriaga Concha 2017



Fuente: Informe de gestión Fundación Saldarriaga Concha (2017)

Análisis Denotado: En la imagen se muestra a dos adultos mayores trabajando en las labores agropecuarias. En la primera foto, se encuentra un hombre con un sombrero vueltiao, camisa blanca, la imagen muestra cómo está “arreglando” unas plantas, se evidencia una malla de color amarilla posiblemente rodeando unos surcos en macetas hechas en concreto, cada maceta tiene un aviso y al fondo de la imagen hay unos árboles frondosos grandes, que cubren el fondo de la imagen. En la segunda fotografía, se muestra una mujer mayor de camiseta esqueleto color amarillo, con cabello corto de color negro, se ven unas macetas recubiertas con plástico, donde ella se encuentra arreglando unas plantas. Estas dos imágenes están relacionadas a la categoría de oportunidades. Los dos actores que se observan son agentes, es decir, están involucrados con la construcción de paz, su inclusión se presenta individual ya que aparece un actor por imagen y su tipo de inclusión es cultural.

Análisis Connotado: Se evidencia que es una actividad normal y que la fotografía es, aparentemente, tomada de forma casual. Los actores se presentan con una expresión de felicidad en su rostro, evidenciando el gusto de estas personas por la labor que están desarrollando, el agrado de poder sostenerse con esta labor, el poder sentirse útiles aun en la sociedad y poder contribuir desarrollando una actividad que los apasiona. También se puede establecer que la posición del actor con el espectador es de cercanía. Además, se puede decir que por el ángulo de las fotografías se presenta poder al espectador, es decir que, el espectador ve las imágenes desde una perspectiva inclinada. Los actores a su vez no miran al frente, sino que su mirada se dirige a las plantaciones a la labor que están ejerciendo en ese momento.

La imagen busca una cercanía entre la empresa y el espectador al presentar a los adultos mayores en un escenario cotidiano, un escenario sin preocupaciones, un escenarios que les brinde paz. Se pretende mostrar que la Fundación Saldarriaga Concha apoya la inclusión de adultos mayores y discapacitados víctimas del conflicto armado a través de proyectos sociales y productivos.

Mensaje Lingüístico: Esta imagen contiene un mensaje de carácter explicativo “75 personas mayores le venden productos a los mejores restaurantes de Cartagena”, es explicativo, ya que esta fundación está haciendo referencia a las políticas de responsabilidad social que tienen, buscan que las diferentes comunidades los conozcan por medio de programas en diferentes zona del país dirigidas a personas con discapacidad o vulnerabilidad que han sido afectadas y son víctimas del conflicto armado colombiano, acogiendo principalmente a personas mayores, para brindar una sensación de preocupación por el adulto mayor y por las personas discapacitadas. Teniendo en cuenta la imagen, se puede decir que está haciendo referencia al proyecto que tiene la fundación Saldarriaga Concha el cual lleva por nombre “Patios Productivos” al llevarse a cabo este proyecto en Cartagena podemos decir que este ente se trata de plantear cercano a esta población en específico tratando de legitimarse.

6.2.5. Grupo Energía de Bogotá

El Grupo Energía de Bogotá (2019) fue fundado en 1896 por los hermanos Samper Brush, este grupo de energía bajo su modelo de sostenibilidad tiene como objetivo el desarrollo de actividades enmarcadas en los diez principios del Pacto Global, teniendo en cuenta sus cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción.

El grupo de energía de Bogotá realizó la línea de transmisión Tesalia-Alfárez desde el año 2012 con el cual llevó energía a las regiones de Tolima y Valle del Cauca, esta zona fue fuertemente golpeada por el conflicto armado colombiano, hoy en día en el marco del postconflicto, esta zona fue despejada y puesta a disposición de la comunidad, sin embargo, en las lógicas de la guerra, fue minado su territorio. Por tanto, es un peligro para la población, por tal razón, en alianza con las Fuerzas Militares se llevó a cabo desminado humanitario en la región. Se tomó la siguiente imagen del informe de sostenibilidad para realizar el desarrollo de análisis denotado, connotado y lingüístico.

Ilustración 5. Hombres de las fuerzas militares



Fuente: Informe de gestión Grupo Energía Bogotá (2017)

Análisis Denotado: En la imagen, se evidencia a dos hombres fuertemente protegidos por uniformes de color azul oscuro, cascos con una barrera transparente, unas botas negras,

También tienen una bolsa grande en la parte de su ingle, en el uniforme también tienen una insignia de color rojo en el costado de su brazo izquierdo y tienen un dispositivo en la mano de color gris para detectar material explosivo o las denominadas minas antipersonales. Se encuentran caminando por un campo que se evidencia está acordonado con una cinta de color amarillo y el sendero está enmarcado por unas estacas de madera y su parte superior es de color rojo, se pueden apreciar árboles y diferente vegetación. Esta imagen se encuentra dentro de la categoría de seguridad, los actores que representan la acción en esta imagen obedecen a fuerzas militares, como están desarrollando la acción directamente son actores agentes. Su inclusión es de carácter individual y específica, ya que se logra determinar características específicas en los actores.

Análisis Connotado: La imagen fue tomada de forma frontal a los actores, esto representa que los actores van hacia la cámara, haciendo alegoría a que se acercan para quitar el peligro y poder abrir los caminos a la población, lo cual quiere decir, que los actores y el espectador se muestran como cercanos, y su tipo de relación es de carácter indiferente. Estos actores se presentan aislados, pero son clave en el proceso para la construcción de paz y contribución al postconflicto. Además, las cintas de peligro que se muestran en la imagen hacen notar que están en una zona cercada que posiblemente tiene material explosivo enterrado, como las minas antipersona.

Esta imagen representa el desarrollo de actividades en zonas rurales de Colombia, con esta imagen podemos representar a las fuerzas militares tratando de desminar una zona generando un camino acordonado para que las personas que transiten por este se encuentren libres de peligro. En pocas palabras, esta imagen busca presentar al espectador la problemática que viven muchas zonas en el país por las cuales siguen muriendo personas, el Grupo de Energía de Bogotá quiere hacer ver que según las alianzas con el Ejército ayuda a las comunidades que se encuentran en zonas minadas, pero esta imagen nos deja ver que la seguridad se encuentra en manos del estado y las empresas no presentan seguridad para las comunidades, ya que solo el Estado es quien interviene en estas problemáticas, esta imagen está dada también en beneficio de la empresa, ya que si no se desminara esta zona, ellos no podrían llevar a cabo su objeto social que sería colocar las líneas de energía.

Mensaje lingüístico: la imagen está acompañada de un mensaje explicativo “Energía para la paz. En 11 municipios del Valle, Tolima y Huila, el Grupo realiza un programa de desminado humanitario” es explicativo ya que este tipo de mensaje logra que el espectador adquiera una percepción sobre la imagen más allá de la descripción de la situación. También infiere que este grupo de energía a través de la alianza con las fuerzas militares lograron brindar paz a los 11 municipios mencionados en el mensaje. El mensaje lingüístico refuerza todo mensaje connotado, en tanto que brinda conceptos con respecto al informe de responsabilidad social.

El Grupo de Energía de Bogotá con esta imagen, trata de establecer a estos dos actores: fuerzas militares y comunidades, como cercanos por la labor que ellos realizan, tratando de visualizar a las fuerzas armadas como un actor que ayuda y protege siendo el estado el único capaz de brindar seguridad.

6.2.6. Oleoducto Bicentenario de Colombia

El Oleoducto Bicentenario de Colombia (2019) fue creado el 18 de agosto del 2010 por siete compañías de la industria del petróleo, su propósito es “diseñar, construir, operar y ser propietaria, mantener y explorar comercialmente el Oleoducto que lleva el mismo nombre de la compañía”.

Como responsabilidad social empresarial tienen diferentes líneas de acción que son: proyectos productivos, fortalecimiento institucional, infraestructura social y comunitaria, educación, donde su campo de desarrollo está dado en las comunidades de Arauca y Casanare. Se tomó la siguiente imagen del informe de sostenibilidad para realizar el desarrollo de análisis denotado, connotado y lingüístico.

Ilustración 6 Niños del programa educativo de Oleoducto Bicentenario de Colombia



Fuente: Informe de gestión Oleoducto de los llanos Orientales y Oleoducto Bicentenario de Colombia (2017)

Análisis Denotado: esta imagen se encuentra en la categoría de reconciliación y convivencia. Se evidencia en la imagen varias niñas que se encuentran en un prado. Ellas se muestran sonriendo, lo cual infiere que están a gusto en este lugar. Se puede observar que las niñas tienen una camiseta de color blanco con terminados de color azul y rojo en cuello y mangas, su pantalón también es de color azul oscuro. Las niñas tienen su cabello recogido lo cual permite apreciar sus rostros. La mirada de las dos niñas que se encuentran en los extremos están dirigidas a otro punto del prado; por el contrario, la niña del centro se encuentra mirando a la cámara. Se ve un pantalón en el fondo de la imagen de color negro haciendo alegoría a una persona adulta que posiblemente sería quien los estaría guiando. También, los actores en esta fotografía son niños y se establecen como agentes a la mirada del espectador, por el plano en el que se toma la foto se evidencia que hay más niños. Su tipo de inclusión es de carácter cultural y al presentar la imagen en grupo no se establece diferenciación generando así una homogenización.

Análisis Connotado: La imagen es cercana lo cual nos deja ver que las tres niñas se muestran con gestos de regocijo y felicidad. Una de ellas, mira fijamente al frente con su gesto sonriente; las expresiones de las niñas son de felicidad, lo cual deja ver que se encuentran a gusto en este lugar, se sienten cómodas compartiendo con las demás personas que las acompañan y que es un lugar seguro para compartir. También, se presenta a los niños como constructores del posconflicto de forma directa, pero con igualdad de

condiciones ante el espectador, en el fondo de la imagen se visualizan unas piernas aparentemente de un adulto, lo cual nos hace inferir en que este grupo de niños están supervisado y acompañado por un adulto.

En otras palabras, la imagen busca obtener la familiaridad con los observadores, al presentar un escenario donde se irradia felicidad, donde se encuentran los niños cómodos, donde juegan y no se deben preocupar por más que no sea estudiar y sentirse en un espacio de paz y aprendizaje. Se pretende mostrar que Oleoducto Bicentenario de Bogotá apoya la inclusión de los niños que han sido víctimas del conflicto armado, con proyectos educativo y sociales.

Mensaje lingüístico: Según el informe de sostenibilidad, el Oleoducto tiene en sus políticas de inversión social variedad de programas educativos en la región en donde opera. Uno de estos programas lleva por nombre “Construcción de ciudadanía para la paz”. Esta imagen cuenta con un mensaje explicativo: *“desde el año 2016 y con una inversión de COP \$1.505.426.872 desarrollamos este seminario, con los objetivos de consolidar estrategias de transformación cultural en los planteles educativos, establecer relaciones de cuidado y transformación democrática de conflicto”*. Explicativo ya que da a conocer a los receptores que este ente en sus estrategias tiene proyectos que involucran principalmente actores como niños y apoya el aprendizaje de los niños, dando a entender que esta empresa se involucra directamente con los actores llevando felicidad y teniendo en cuenta a niños que han sufrido las problemáticas de la guerra. Se presenta a los niños como receptores de programas de formación o educación, como una metáfora de la preocupación por el futuro de las organizaciones.

6.2.7. Universidad Cooperativa de Colombia

La Universidad Cooperativa de Colombia (2019) es una institución de educación superior, perteneciente al sector de la economía solidaria, fue creada en 1983 como sucesora del instituto de Economía Social y Cooperativismo creado en 1958.

Esta Universidad en sus principios cree y practica Responsabilidad Social Universitaria, asumiendo compromisos institucionales con el cuidado y promoción de ambientes naturales

y sociales sanos y justos, con el ejercicio profesional y académico ético y responsable con los otros presentes y futuros por una convicción de que un mundo mejor e incluyente se construye con la participación de todos. Se tomó la siguiente imagen del informe de sostenibilidad para realizar el desarrollo de análisis denotado, connotado y lingüístico.

Ilustración 7 Niños y niñas en las brigadas de la Universidad Cooperativa de Colombia.



Fuente: Informe de gestión Universidad Cooperativa de Colombia (2017)

Análisis Denotado: En la imagen se puede evidenciar a un grupo de niños de diferentes edades, los cuales están en su mayoría con ropa deportiva de tonalidades rojo con blanco y algunos visten con uniformes de color amarillo con líneas negras, presentándolos de manera homogénea y que da a entender que están listos para hacer algún tipo de ejercicio o actividad lúdica. También se encuentran niños sin ningún tipo de uniforme, la mayoría de estos niños se encuentran con camisetas de color blanco. Además, se observa seis personas adultas que corresponden solo a mujeres, vestidas con chaleco azul oscuro, lo cual las hace diferenciar del resto. Se observa que en el fondo de la imagen se encuentra una pared con colores vivos como: blanco, amarillo, naranja, morado y verde, lo cual evidencia que el lugar está preparado para recibir niños. En la imagen se muestra a la mayoría de sus actores sonriendo, lo cual expresa felicidad y que están disfrutando del momento. El plano de la fotografía es frontal y horizontal, lo cual permite observar a los actores de cuerpo completo. Esta imagen según el informe de responsabilidad se encuentra categorizada en reconciliación y convivencia. Los actores son presentados de manera pasiva, a espera de algo. La inclusión es de tipo cultural y al presentarlos en grupo se convierte en una inclusión por homogenización, también, se puede observar que a los niños los acompaña un grupo de mujeres con chalecos diferenciadores, esto hace inferir que ellas los acompañan y guían en el proceso que están realizando los niños.

Análisis Connotado: La distancia de la imagen en relación con el espectador se muestra lejana o de esta forma la presenta la empresa para que sea vista, a pesar de que son actores alejados, ellos construyen y están de cara en el postconflicto, la relación que se presenta es de involucramiento. Son actores directos presentados como desplazados y víctimas del conflicto armado. El tipo de poder que se demuestra en la imagen es observador con poder, es decir que, el espectador tiene poder sobre esos actores. La expresión de todos los niños es felicidad de regocijo. Por la forma en que se presenta la imagen, se puede evidenciar el gusto de los niños por este lugar y con las posiciones en la que se encuentran estos actores se puede inferir que es de relajación, que están sin problemas en este lugar. Mostrando este lugar tan colorido da a entender que solo está dado para que los actores sientan felicidad y se desconecten al ingresar allí.

En otras palabras, la imagen busca presentar a los actores en un entorno de igualdad ante los diferentes observadores al presentar un lugar cotidiano para los niños en Colombia como lo es un centro educativo o un espacio de desarrollo y aprendizaje. Se pretende mostrar que la Universidad Cooperativa de Colombia influye en el aprendizaje de los niños que han sido víctimas del conflicto armado, a través de brigadas y proyectos sociales.

Mensaje lingüístico: Teniendo en cuenta el informe de responsabilidad social, esta imagen esta acompañada de un mensaje de carácter explicativo “*En las brigadas se atienden niños y niñas desplazados y víctimas de la violencia*”. Es de carácter explicativo puesto que presenta a la Universidad Cooperativa de Colombia como influyente en la construcción de aprendizaje de los niños que han sido víctimas del conflicto armado por medio de brigadas estableciendo lugares sanos para ellos, demostrando así, que los niños son prioridad dentro de sus estrategias y programas.

La imagen, en general, busca mostrar a la Universidad Cooperativa de Colombia como cercana a los niños que se han beneficiado por sus brigadas y proyectos, nada asegura que lo que está expresado en sus discursos y mensajes sea del todo cierto, pero al realizar lugares aptos para los niños, la hace poner al lado de las comunidades, compartiendo con lo que serían las generaciones futuras.

6.2.8. Zona franca de Barranquilla.

La Zona Franca de Barranquilla (2019) fue fundada en marzo de 1958 y es pionera en Colombia. Tiene como misión “consolidarse como un aliado clave para el desarrollo de negocios en el comercio global, actuando con responsabilidad social empresarial por medio de una Fundación”, la cual, se encarga de apoyar diferentes actividades como la educación básica, actividades lúdicas, jornadas de salud y desarrollo social en los sectores aledaños a la zona franca, contribuyendo así en el crecimiento y desarrollo de aproximadamente de 1000 niños y jóvenes. Se tomó la siguiente imagen del informe de sostenibilidad para realizar el desarrollo de análisis denotado, connotado y lingüístico.

Ilustración 8 Niños en las actividades de la Fundación Zona Franca de Barranquilla



Fuente: Informe de gestión Zona Franca de Barranquilla (2017)

Análisis Denotado: En la imagen se muestra a un grupo de solo niños, uniformados con pantalonetas blancas y camisetas azules destacando el logo de la Zona Franca de Barranquilla, rodeados de árboles, casas y personas lo que permite evidencia que se encuentran en un ambiente seguro. También, se encuentra un grupo de adultos que visten de color azul claro y que estarían coordinando esta actividad, en la cual también se

encargan de incentivar a los niños al deporte y trabajar en equipo, al fondo sentadas en lo que parece una grada serían niñas y señoras, hermanas o mamás de los niños que van a jugar.

Se puede observar que al respaldo de ellas se encuentra un muro de color blanco en el cual se visualiza una pintura que hace relación a un paisaje lleno de color, lo que hace más amigable y llamativo el lugar en donde van a estar situadas las personas que verán estos eventos deportivos. Se ve que la foto fue tomada en un día soleado, hace que la imagen se embellezca y sea agradable a los ojos del espectador.

Además, esta zona se encuentra rodeada por una malla metálica brindándole seguridad a los niños y adultos que se encuentren allí. Por las características que presenta este lugar se estaría haciendo referencia a un colegio. También, se puede observar a un muchacho que tiene puesto un buzo con capota de color azul y se encuentra tomando una fotografía al señor que hace la labor de patear el balón, por la posición del niño con camiseta gris y pantaloneta de color negro se puede inferir que se prepara para tapar el tiro realizado por el señor. Los actores de esta fotografía se presentan como agentes y se muestran como comunidad dado que su categorización es de carácter cultural, por cómo se encuentra la imagen y su inclusión por homogeneización no podemos distinguir actores específicos de frente al postconflicto.

Análisis Connotado: la distancia entre los actores y el espectador es lejana, aun así estos actores están en la construcción del postconflicto y la construcción de la paz. Al estar alejada, esta fotografía no deja ver las características faciales de las personas que se encuentran involucradas, pero se infiere que están felices por las actividades que están desarrollando. Por otra parte, la relación entre el actor y el espectador es implicada, siendo la comunidad representativa en esta visión. El tipo de poder utilizado en esta representación es espectador con poder, eso quiere decir que el espectador influye en esos actores. La interacción entre el observador y la imagen es indirecta ya que no los establecen en la construcción de paz y contribución postconflicto

Esta imagen presenta la interacción de las personas mayores con los niños en un lugar cotidiano como lo es una escuela o un colegio. Se pretende mostrar que Zona Franca de Barranquilla se interesa por la comunidad, por lo cual es incluyente con los niños que han

sido víctimas del conflicto armado a través de educación básica, actividades lúdicas, jornadas de salud y desarrollo social en los sectores aledaños a la zona franca, contribuyendo así en el crecimiento y desarrollo de niños y jóvenes.

Mensaje lingüístico: esta imagen está acompañada de un mensaje lingüístico de carácter explicativo, “*VI campeonato de mini futbol fundación zona franca de Barranquilla 2017*” “*Por la convivencia y la paz*”, es de carácter explicativo ya que este mensaje logra añadir un nuevo significado en los actores y las acciones realizadas ante el espectador. Este texto indica que la fundación zona franca de Barranquilla ha realizado campeonatos de mini futbol y, para el año 2017, realizó el VI campeonato por la convivencia y la paz. Da a entender que los proyectos sociales que realizan están en barrios lo cual se acerca a las comunidades. El mensaje lingüístico refuerza el mensaje connotado, ya que provee a la imagen de nuevos significados que acercan al informe y por ende a este ente económico. La imagen plantea a Zona Franca de Barranquilla como cercana con las comunidades aledañas. Ya que establece que deben estar en un ambiente de paz y buena convivencia.

6.3. Discusión

Esta investigación ha tratado de mostrar cómo las empresas colombianas en el año 2017 a través de sus informes de sostenibilidad y por medio de sus imágenes representan el postconflicto. La producción y divulgación de informes de sostenibilidad con base en los estándares GRI se ha vuelto más común con el pasar de los años. Aun así, esta investigación solo detectó 8 empresas que en sus informes del año 2017 y, por medio de fotografías, hacen referencia a la construcción del postconflicto.

Desde la perspectiva de legitimidad es claro que las empresas analizadas asumen que dentro de sus discursos el postconflicto. Esto lo llevan a cabo con el fin de legitimar sus acciones, estrategias y principios por medio de los informes de sostenibilidad. Para Colombia el postconflicto ha sido un suceso histórico por todo el conflicto armado y las consecuencias sociales, ambientales y económicas que éste desató. Las empresas Bancamía, Bolsa de Valores de Colombia, Finagro, Fundación Saldarriaga Concha, Grupo de Energía de Bogotá, Oleoducto Bicentenario de Colombia, Universidad Cooperativa de

Colombia, Zona Franca de Barranquilla, en sus informes de sostenibilidad contienen en promedio 3 imágenes dedicadas al postconflicto. Esto podría decir que las empresas emplean estos temas para la aprobación y aceptación de los terceros, entendiéndose como todos aquellos que infieren en la organización y la sociedad en general, ya que son temas sensibles de tratar. Sin embargo, se puede afirmar que hay un mayor compromiso por parte de la Fundación Saldarriaga Concha y la Universidad Cooperativa de Colombia, pues son las que cuentan con mayor cantidad de imágenes, las demás empresas presentan el postconflicto con el uso de pocas imágenes, lo que daría a entender que es un tema marginal dentro de los informes.

Las empresas en sus estrategias de legitimación emplean en las fotografías actores que aluden a las acciones desarrolladas en pro de la construcción del postconflicto. Aun así, no se tiene certeza si los actores son desplazados o víctimas del conflicto armado, ya que la mayoría de imágenes no contienen nombres, por el contrario, se podría decir que son actores simbólicos, representativos de un grupo poblacional. Esto se relaciona con los mensajes lingüísticos, los cuales tienden a ser explicativos o descriptivos, más que nominativos, evidenciando que es necesario para las empresas darle un significado a las imágenes que usan para acercarlas discursivamente al postconflicto. Además, estas representaciones evidencian que las empresas prefieren mostrar como actores a las comunidades, dando a conocer los planes y estrategias que llevan a cabo para brindarles oportunidades a las personas que se encuentran involucradas directa o indirectamente con el conflicto armado.

La presentación de las comunidades busca mostrar una cara generosa, bondadosa, dadivosa de las empresas que se acercan a las comunidades para favorecerlas, ayudarlas, salvarlas de la oscura profundidad en la que las ha dejado el conflicto. Además, las imágenes, en tanto tienden a mostrarse de manera de equidad, queriendo las empresas con esto decir que hay un involucramiento con ellas, directo, cercano, familiar. Las empresas se legitiman con esto, pues aparecen como salvadoras, pero también como parte de la comunidad.

En términos de Economía Política, en Colombia las empresas se han legitimado en relación con las acciones y estrategias desarrolladas para el postconflicto. Cabe mencionar que las prácticas y la rendición de cuentas de las empresas dan evidencia de sus relaciones y/o

percepciones con el estado. Es por ello que los informes de sostenibilidad dejan ver las prácticas realizadas como independientes, dejando al estado totalmente fuera viéndolo simplemente como el responsable de la seguridad de los entes económicos y las personas en general. Las empresas se hacen ver como las generadoras de trabajo, lo cual brinda oportunidades, tanto en aspectos sociales, ambientales como económicos. Se puede evidenciar el rol que la empresa juega en las zonas alejadas del país, donde, no se presenta intervención por parte del estado, dejando estas zonas vulnerables al conflicto armado.

Las empresas buscan mostrar a los actores sociales en un ambiente de inclusión y equidad, es decir, mostrándolos como iguales ante sí y en algunos casos con el espectador, esto daría a entender que las empresas en sus imágenes y en el informe de responsabilidad dejan a un lado las clases sociales, y por el contrario pretenden mostrar a sus espectadores la unión que se puede generar. Las diferentes entidades dejan ver las oportunidades laborales que brindan a las personas siendo estas aún muy pocas, las entidades financieras, por el contrario, son más significativas con la aprobación de líneas de crédito para la financiación de proyectos de emprendimiento. La inclusión de niños en las fotografías, como muestra de importancia a las generaciones futuras, buscan generar conciencia en ellos con los proyectos educativos para la construcción del postconflicto y contribución a la paz.

Así, el discurso que se evidencia en los informes está cercano a las perspectivas económicas de la divulgación de información social. El interés está en mantener las relaciones sociales vigentes a través de la ampliación de la base consumidora de productos y servicios de las empresas a partir de la financiación (otorgamiento de créditos) o la prestación de servicios. La intención no es transformar las relaciones sociales, sino aprovechar el contexto que entrega el postconflicto para la inversión extranjera, para la ampliación del mercado, entre otros. Se muestra a la empresa como la responsable de la política social, mientras que se minimiza la representación del estado. Se busca entonces otorgar más poderes a las empresas, llamadas a liderar la sociedad a partir del discurso de la responsabilidad social.

La representación del postconflicto, en síntesis, a partir del uso de imágenes, busca mantener y ampliar la legitimidad de las empresas con la sociedad, mostrándolas como comprometidas con el postconflicto; pero también, busca construir un discurso ideológico

en el que las empresas son las llamadas a liderar la política social, o, en otras palabras, se busca mantener el control por parte de las empresas de la sociedad en general.

7. Conclusiones

La investigación ha pretendido interpretar las representaciones visuales del postconflicto de unas empresas en Colombia en los informes de sostenibilidad del año 2017, con el fin de establecer si los entes económicos construyen paz, teniendo en cuenta a la contabilidad como una práctica social donde nace la información que posteriormente será divulgada con el fin de legitimar las acciones realizadas.

Seguido de ello, al presentar las teorías de divulgación de información y representación de imágenes, se puede afirmar que al tener tanta variedad en las perspectivas de divulgación se puede llegar a transgiversar el verdadero sentido de la responsabilidad social empresarial. Es por esto que, las teorías se acomodan a las dinámicas particulares dando beneficios al sistema económico y empresarial. Además, las empresas no han dejado la ideología de seguir creciendo financieramente y generar cada vez más utilidades al inversionista.

Colombia es un país que ha vivido el conflicto armado desde hace décadas, dicho conflicto ha dejado múltiples afectaciones, tanto para las personas en general como para los empresarios y el estado. Estas afectaciones están dadas a la pluralidad de actores que han estado inmersos en esta problemática, ya sea de carácter social, ambiental o económica. Viéndose seriamente afectadas las comunidades alejadas del país, donde, el Estado no toma partido en algunas ocasiones. Se debe agregar que, entre los principales afectados se encuentran niños y mujeres que han tenido que vivir desplazamiento, atentados, masacres, violencia sexual, reclutamiento y demás acciones que vulneran totalmente sus derechos humanos.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, es el Estado el que busca darle un fin al conflicto armado buscando soluciones con grupos rebeldes, es por ello, que desde 1982 buscaron un acuerdo de paz y cese al fuego para evitar problemáticas socioambientales en el país, pero fue hasta 2016 que se logró confluir este acuerdo. Hay que mencionar que este

acuerdo no erradica la violencia total en el país, pero sí se debe ver como el mecanismo que se utiliza para una construcción y transformación social. Es aquí donde las empresas son un factor determinante para que sea posible dicha construcción de paz, son estas, las que pueden brindar oportunidades a las personas para salir de las zonas de conflicto. Aun así, muchas de las empresas no desarrollan acciones por el hecho de ayudar, sino que ven en esta, la oportunidad de atraer inversionistas y maximizar utilidades, por lo cual, se apoyan en la generación y divulgación de información social cuyos informes contienen imágenes visuales que tratan y refieren a las prácticas realizadas en pro al postconflicto y así legitimarse ante los terceros que se encuentran interesados en este ente económico.

Por consiguiente, las empresas Colombianas emiten informes de sostenibilidad mostrando imágenes sobre postconflicto desde el año 2016, es por ello, que se analizaron las empresas que publicaron informes en el año 2017, para así poder detectar cuales entes económicos hablaban sobre postconflicto y cuántos de ellos empleaban representaciones visuales para legitimarse, de 187 empresas que divulgaron información de sostenibilidad solo 8 emplearon imágenes para abordar de postconflicto, esto en términos generales es un porcentaje bajo y no se evidencia un apoyo significativo en las prácticas que llevan a cabo las empresas para contribuir con la paz y construir postconflicto.

La legitimación también se da en la forma como las empresas presentan a los actores relacionados con el postconflicto. Las representaciones visuales se dan alrededor de las comunidades, ya que en ellas recae la mayor cantidad de imágenes en los informes de sostenibilidad. Presentan a los actores, pero no se especifica si ellos participaron directamente en el conflicto armado. En su mayoría presentan a los actores como indirectos, pero en muchos casos ellos juegan un papel fundamental en la construcción de paz, siendo presentados como indirectos, las empresas dan mensajes al espectador sobre el tipo de poder que tienen, en este caso más del 60% de las imágenes definen al espectador con poder.

Las empresas plantean a los actores como cercanos, esto da a entender que las empresas se preocupan por las comunidades, desarrollando proyectos sociales y de inclusión están en un ambiente de paz y convivencia. Teniendo como referentes a los niños las empresas plantean proyectos sociales para su desarrollo aprendizaje y por otro lado, a los adultos mayores con

proyectos productivos ya que aparte de tener una inclusión con víctimas del conflicto armado o personas en discapacidad también tienen en cuenta a estos adultos que muchas veces se ven excluidos por la sociedad y a los adultos con proyectos productivos basados en líneas de crédito para que desarrollen algún tipo de idea de negocio y con ello poder tener un ingreso y solventar sus gastos.

Los mensajes ya sean de carácter nominativo o descriptivo los emplean las empresas para cambiar la opinión del espectador con respecto a la imagen que están viendo, teniendo en cuenta esto, se podría inferir que sin dichos mensajes no se tendría certeza de lo que quiere transmitir la imagen puesto que se valen de estos para explicarla, el 85% de las imágenes empleadas describen los programas y estrategias dependiendo de la imagen a la cual hacen referencia, con esas descripciones la empresa hace entender al espectador que apoya y ayuda a las comunidades más vulnerables del país.

Finalmente, la presente investigación abre el camino a otras investigaciones sobre las imágenes visuales en los informes de sostenibilidad y cómo las empresas en ellas plantean a los actores en relación con el postconflicto en Colombia. Además de ello, surgen nuevos interrogantes en torno a los resultados de esta investigación. Teniendo en cuenta esto, por qué las empresas por medio de representaciones visuales excluyen a actores y los tornan alejados; ya que el Estado solo está presentado como un ente generador de seguridad; analizar por qué solo las empresas representan actos sociales y no ambientales, siendo que el ambiente también sufrió afectaciones por el conflicto armado. De igual forma, se abre camino a los cuestionamientos de cómo son utilizados los discursos por las empresas y cómo el receptor a través de sus conocimientos e ideología termina legitimando a dichas empresas.

8. Bibliografía

- Agudelo G, D. V., Gutierrez, A., & Johansson, S. (2012). Negociar la paz: una síntesis de los estudios sobre la resolución negociada de conflictos armados internos. *Estudios Políticos*, 149-174.
- Alvarez , S., & Rettberg, A. (2008). CUANTIFICANDO LOS EFECTOS ECONOMICOS DEL CONFLICTO: una exploración de los costos y los estudios sobre los costos del conflicto armado colombiano. *Colombia internacional*, 14-37.
- Archel, P. (2014). Perspectivas críticas de investigación en contabilidad: una revisión de la literatura y una visión personal. *Segundo congreso global en contabilidad y finanzas*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Archel, P., & Husillos, J. (2009). Divulgación de información social y medioambiental: Una revisión de la literatura. En J. Gil , & W. Rojas , *Irrupciones significativas para pensar la contabilidad* (págs. 13-60). Cali: Universidad del Valle.
- Bancamía. (2017). *Informe de gestión sostenible 2017*. Bogotá: Bancamía.
- Bancamía. (07 de 08 de 2019). *Bancamía Facilitamos su progreso*. Obtenido de Acerca de Bancamía: <https://www.bancamia.com.co/sobre-nosotros>
- Banco de la Republica de Colombia . (15 de 05 de 2019). *Flujos de inversión directa - balanza de pagos*. Obtenido de Flujos de inversión directa - balanza de pagos: <http://www.banrep.gov.co/inversion-directa>
- Barthes, R. (1986). Imagenes, gestos, voces. En R. Barthes, *Lo obvio y lo obtuso* (págs. 11-49). Paidós Ibérica S.A.
- Bengoetxea, J. (30 de Julio de 2019). *JosebabengoetxeaFOTOGRAFÍA*. Obtenido de JosebabengoetxeaFOTOGRAFÍA: <https://www.jbengoetxea.net/tag/marco-teorico/>
- Bolsa de Valores de Colombia. (07 de 08 de 2019). *bvc Bolsa de Valores de Colombia*. Obtenido de Acerca de la bvc: <https://www.bvc.com.co/pps/tibco/portalbvc/Home/AcercaBVC/Perfil?action=dummy>
- Bolsa de Valores de Colombia bvc. (2017). *Informe de gestión 2017*. Bogotá: Bolsa de Valores de Colombia.
- Centro Nacional de Memoria Historica. (05 de 05 de 2019). *Observatorio de Memoria y conflicto: Contando la guerra en Colombia*. Obtenido de Observatorio de Memoria y conflicto: Contando la guerra en Colombia: <http://centrodememoriahistorica.gov.co/observatorio/bases-de-datos/cronologica/>

- CEPAL. (2015). *Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe*.
- Chernick, M. W. (1996). Introducción. Aprender del pasado: breve historia de los procesos de paz en Colombia (1982 - 1996). *Colombia internacional*, 4 - 8.
- CIDOB. (12 de Febrero de 2019). *Barcelona Centre For International Affairs* . Obtenido de https://www.cidob.org/publicaciones/documentacion/dossiers/dossier_proceso_de_paz_en_colombia/dossier_proceso_de_paz_en_colombia/conflicto_en_colombia_an_tecedentes_historicos_y_actores
- CIDOB. (25 de 03 de 2019). *Barcelona Centre For International Affairs*. Obtenido de https://www.cidob.org/publicaciones/documentacion/dossiers/dossier_proceso_de_paz_en_colombia/dossier_proceso_de_paz_en_colombia/post_acuerdos_farc_ep
- Davison, J. (2014). Visual rhetoric and the case of intellectual capital. *Accounting, Organizations and Society*, 39, 20 - 37.
- Duncan, G. (2015). *Del campo a la ciudad en colombia. La infiltracion urbana de los señores de la guerra*. Bogotá, D.C.: Uniandes.
- Finagro. (2017). *Informe de gestión sostenible 2017*. Bogotá: Finagro.
- Finagro. (07 de 08 de 2019). *Finagro Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario*. Obtenido de <https://www.finagro.com.co/qui%C3%A9nes-somos/informaci%C3%B3n-institucional>
- Fisas, V. (2010). El proceso de paz en Colombia. *Escola de Cultura de Pau*, 1-18.
- Foladori, G. (2005). La economía ecológica. En G. Foladori, & P. N., *¿Sustentabilidad? Desacuerdos sobre el Desarrollo Sustentable, Colección América Latina y el Nuevo Orden Mundial* (págs. 189-196). México D.F.: Miguel Ángel Porrúa.
- Fundación Saldarriaga Cocha. (2017). *Informe de gestión 2017. Transformar a Colombia en un país para todos*. Bogotá: Fundación Saldarriaga Cocha.
- Fundación Saldarriaga Concha. (07 de 08 de 2019). *Fundación Saldarriaga Concha*. Obtenido de <https://www.saldarriagaconcha.org/la-fundacion/historia/>
- Global Reporting Initiative - GRI. (2012). *La elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI: ¿Vale la pena el viaje?* Amsterdam : Nelmara Arbex.
- Global Reporting Initiative - GRI. (2016). *CONJUNTO CONSOLIDADO DE ESTÁNDARES GRI PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES DE SOSTENIBILIDAD 2016*. Ámsterdam Países Bajos: Stichting Global Reporting Initiative .

- Global Reporting Initiative. (03 de 06 de 2019). *GRI*. Obtenido de <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/gri-history/Pages/GRI's%20history.aspx>
- Gomez V, M. (2009). Tensiones, posibilidades y riesgos de la contabilidad medioambiental empresarial. *Contaduria Universidad de Antioquia*, 55-78.
- Gómez Villegas, M., & Quintanilla, D. A. (2012). Los informes de Responsabilidad Social Empresarial: su Evolucion y tendencias en el contexto internacional y colombiano. *Cuadernos de Contabilidad*, 121-158.
- González Esteban, E. (2007). La teoria de los stakeholders: Un puente para el desarrollo practico de la etica empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *Veritas, Vol. II n° 17*, 205-224.
- Grupo de Energía de Bogotá. (07 de 08 de 2019). *GrupoEnergíaBogotá*. Obtenido de <https://www.grupoenergiabogota.com/informacion-corporativa/historia>
- Grupo Energía Bogotá. (2017). *Informe de sostenibilidad 2017*. Bogotá: Grupo Energía Bogotá.
- Gutiérrez , A. (2012). Negociaciones de paz en Colombia, 1982-2009. Un estado del arte. *Estudios Políticos*, 40, 175-200.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodologia de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hernández, E. (2015). Empoderamiento Pacifista del actual proceso de paz en Colombia 2012 - 2015. *Revista Paz y Conflictos*, 179 - 202.
- Jiménez , P. (2014). Multinacionales y Responsabilidad Social Empresarial en la construccion de paz en Colombia. *Cuadernos de administración* , 67-96.
- Larringa González, C. (1997). Consideraciones en torno a la relación entre la contabilidad y el medio ambiente. *Revista española de financiación y contabilidad*, 957 - 991.
- Lehman , G., & Tinker , T. (2005). Contabilidad ambiental: ¿la contabilidad como discurso instrumental o emancipador? *Baca Feldman, Carlos F., Reseña de "De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y Hegemonía" de Jesús Martín Barbero. Razón y Palabra [en linea] 2011, (Febrero-Abril) : [Fecha de consulta: 18 de julio de 2019] Disponible en: <http://www.redalyc.*
- Mariño, A., & Valencia , M. (2015). Participación de la gran empresa en la politica publica de atención a las victimas del conflicto armado en Colombia. *Cuadernos de administración*, 11-37. Obtenido de [http:// dx.doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-50.pgep](http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-50.pgep)
- Martinez-Echevarría, & Ortega, M. (1997). *La empresa como problema ecológico*. Madrid: Editorial Trotta.

- Medina, A. (07 de 01 de 2018). *Expansión*. Obtenido de El informe de sostenibilidad, obligatorio desde este año:
[https://www.expansion.com/empresas/2018/01/07/5a52544f46163f8c748b460b.htm](https://www.expansion.com/empresas/2018/01/07/5a52544f46163f8c748b460b.html)
 1
- Meira Cartea, P. (2006). Crisis Ambiental y globalización: Una lectura para educadores ambientales en un mundo insostenible. *Trayectorias*, 110-123.
- Melé Carné, D. (2007). Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías. *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*, 65, 50-67.
- Oficina del alto comisionado para la Paz. (24 de noviembre de 2016). *Todos por un nuevo país* . Obtenido de
<http://www.altocomisionadoparalapaz.gov.co/Documents/informes-especiales/abc-del-proceso-de-paz/index.html>
- Oleoducto Bicentenario de Colombia S.A.S. (19 de 08 de 2019). *Bicentenario petroleo por Colombia*. Obtenido de <http://www.bicentenario.com.co/index.php/quienes-somos-2>
- Oleoducto de los llanos Orientales S.A. y Oleoducto Bicentenario de Colombia S.A.S. (2017). *Informe de sostenibilidad 2017*. Bogotá: Oleoducto de los llanos Orientales S.A. y Oleoducto Bicentenario de Colombia S.A.S.
- ONU. (2017). *Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2017*.
- ONU. (23 de 11 de 2018). *La ONU y el Estado de Derecho*. Obtenido de
<https://www.un.org/ruleoflaw/es/un-and-the-rule-of-law/united-nations-environment-programme/>
- Organización de las Naciones Unidas. (16 de 05 de 2019). *Naciones Unidas*. Obtenido de Naciones Unidas: <https://www.un.org/spanish/milenio/>
- Pacto Global. (10 de 11 de 2018). *Pacto Global Red Colombia*. Obtenido de <https://www.pactoglobal-colombia.org/>
- Pacto Global Red Colombia. (16 de 05 de 2019). *Pacto Global Red Colombia*. Obtenido de <https://www.pactoglobal-colombia.org/pacto-global-colombia/que-es-pacto-global-colombia.html>
- Parker, L. D. (2009). Photo-elicitation: an ethno-historical accounting and management research prospect. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 22(7), 1111-1129.
- Preston, A., Wright, C., & Young, J. (1996). IMAG[IN]ING ANNUAL REPORTS*. *Accounting, OrganizaNons and Sociery*, Vol. 21, No. 1, 113 - 137.
- Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo. (16 de 05 de 2019). *Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo*. Obtenido de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

- Quinche Martín, F. L. (2017). *La cuestión ambiental en los informes de responsabilidad social empresarial y el papel de la contabilidad. Un análisis crítico del discurso a los informes de responsabilidad social empresarial de las empresas generadoras de energía en Colombia en el periodo*. Bogotá: Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Colombia.
- Rämö, H. (2011). Visualizing the Phronetic Organization: The Case of Photographs. *J Bus Ethics*, 371-387.
- Rettberg, A. (2008). Explorando el dividendo de la paz: Percepción de los impactos del conflicto armado en el sector privado colombiano. *ConPaz, International Alert*, 37-54.
- Richardson, A. J. (2009). La contabilidad como institución de legitimación. En M. Gómez Villegas, & C. Ospina Zapata, *Avances interdisciplinarios para una comprensión crítica de la contabilidad. Textos paradigmáticos de las corrientes heterodoxas* (págs. 79 - 99). Medellín: Universidad Nacional - Universidad de Antioquia.
- Sánchez, F., & Díaz, A. M. (2005). Los efectos del conflicto armado en el desarrollo social colombiano. *Universidad de los Andes, Facultad de Economía, CEDE*, 1-76.
- Tinker, A. (1982). The normative origins of positive theories: Ideology and accounting thought. *Accounting, Organizations and Society*, 7(2), 167-200.
- Tyson, T. (2009). Discussion of photo-elicitation: an ethno-historical accounting and management research prospect. *Accounting, Auditing & Accountability journal Vol. 22 No. 7*, pp. 1130-1141.
- Universidad Cooperativa de Colombia. (2017). *Balance Social 2017*. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Universidad Cooperativa de Colombia. (25 de 08 de 2019). *Universidad Cooperativa de Colombia*. Obtenido de <https://www.ucc.edu.co/institucion/Paginas/historia.aspx>
- UNWCED. (1987). *Report of the world commission on environment and development: Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.
- Van Leeuwen, T. (2008). *Discourse and Practice. New Tools For Critical Discourse Analysis*. New York: Oxford University Press.
- Vasilachis de Gialdino, I. (2006). *Estrategias de investigación*. Barcelona: Gedisa, S.A.
- Vélez, M. A. (2001). FARC-ELN: evolución y expansión territorial. *Revista Desarrollo y Sociedad*, 151-225.
- Zona Franca de Barranquilla. (2017). *Informe de Sostenibilidad 2017*. Barranquilla: Zona Franca de Barranquilla.

Zona Franca de Barranquilla. (25 de 08 de 2019). *Zona Franca de Barranquilla S.A*
U.O.Z.F. Obtenido de <https://zonafrancabarranquilla.com/nosotros/fundacion-zona-franca/>