



LOS LIBERTADORES
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

**El uso de la contabilidad en la representación de la
realidad en los informes de sostenibilidad
organizacional: un análisis crítico del discurso en
Cerro Matoso S.A. 2013**

Jeimmy Natalia López Avendaño

Fundación Universitaria Los Libertadores
Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
Programa de Contaduría Pública
Bogotá D.C., Colombia

2019

**El uso de la contabilidad en la representación de la
realidad en los informes de sostenibilidad
organizacional: un análisis crítico del discurso en
Cerro Matoso S.A. 2013**

Jeimmy Natalia López Avendaño

Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título de
Contadora Pública

Director:

MSc. (c) Andrés Cabrera Narváez

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 su apoyo incondicional

A mi hermano, por su bondad y entereza

A mi sobrino, por ser la alegría

A la vida, por ser maravillosa

Agradecimientos

A mi familia por su apoyo y confianza en este arduo proceso académico, por enseñarme que desde el amor las cosas deseadas se construyen y se materializan.

A Andrés Cabrera Narvárez por la dirección de mi trabajo de grado, por su confianza y guía constante en todo el proceso; por las largas jornadas de discusión académica que enriquecieron mi carácter académico y profesional. E indiscutiblemente, por mostrarme que desde la pasión la enseñanza transforma mundos.

A mis amigos por motivarme cuando sentí desfallecer, especialmente a Lorena Bello por su incondicional apoyo, por las largas discusiones sobre este proyecto y sobre la vida. Por hacer más ameno este proceso desde la alegría y la amistad.

A los profesores y las profesoras de la Fundación Universitaria los Libertadores que le aportaron a mi formación, por los valiosos aportes que hicieron para la construcción de mi vida académica y profesional.

¡Gracias!

Resumen

Los informes de sostenibilidad han sido el mecanismo por el cual las empresas divulgan sus actuaciones sobre Responsabilidad Social Empresarial. En dichos informes, las empresas presentan sus implicaciones en las dimensiones social, ambiental y económica, mostrando sus contribuciones a la sociedad y el manejo de las posibles afectaciones que se generan con su operación. La información contemplada allí es fuertemente cuestionada por algunos grupos de interés al considerar que el contenido es insuficiente y no refleja la realidad, evidenciando así, una discrepancia entre lo expresado en el informe de sostenibilidad por parte de las empresas y las denuncias y relatos por parte de ciertos grupos de interés, principalmente las comunidades aledañas a las empresas. Frente a ello, desde un estudio de caso, la presente monografía tiene como objetivo evaluar el uso de la contabilidad en la representación de la realidad contenida en el informe de sostenibilidad del año 2013 de Cerro Matoso S.A. Para tal fin, se usó el Análisis Crítico del Discurso para develar las intenciones, sentidos y nociones del informe que motivan a representar la realidad de determinada manera. Dicha representación de la realidad es construida en función de buscar legitimidad, además, de pretender transformar las nociones que tienen los grupos de interés sobre la empresa, buscando construir nociones que comprendan y justifiquen la operación minera. Se concluye que el informe es usado como un instrumento de legitimación, que pretender generar la aceptación de la empresa y su operación, además de ser utilizado para obtener, preservar y expandir el poder empresarial constituyendo un discurso funcional para la empresa y deseado por la sociedad.

Palabras clave: Contabilidad, Responsabilidad Social Empresarial, Informes de sostenibilidad, Análisis Crítico del Discurso, Cerro Matoso S.A.

Tabla de Contenido

1. Introducción	14
2. Planteamiento del problema, objetivos y justificación	15
2.1. Planteamiento del problema	15
2.2. Objetivos.....	19
2.2.1. Objetivo general	19
2.2.2. Objetivos específicos.....	19
2.3. Justificación	19
3. La Responsabilidad Social Empresarial y la divulgación de información social y ambiental. Principales Teorías y enfoques.....	20
3.1. Contextualización de la RSE	20
3.2. Sentidos, Enfoques y teorías sobre la RSE.....	22
3.2.1. Sentidos internos de la Responsabilidad social de la empresa.....	22
3.2.2. Sentidos externos de la Responsabilidad social de la empresa	27
3.3. Teorías de la divulgación de información social y medioambiental	28
3.3.1. Aproximación económica	28
3.3.2. Aproximación Sociopolítica.....	30
3.4. Conclusiones.....	33
4. Cerro Matoso S.A. Surgimiento, actuación y controversias	35
4.1. Cerro Matoso S.A.	35
4.1.1. Contexto histórico de Cerro Matoso S.A.	36
4.1.2. La incidencia de Cerro Matoso	38
4.1.3. Actuación de Cerro Matoso S.A.	42
4.2. Controversias, debates y denuncias	45
4.2.1. Acaparamiento territorial	46
4.2.2. Impactos ambientales	47
4.2.3. Enfermedades	50
4.2.4. Regalías	52
4.2.5. Tutela, sentencia, y nulidad.....	53
4.3. Conclusiones.....	54
5. Metodología	55
5.1. Posicionamiento y estructura metodológica	55

	11
5.2. Categoría de análisis: La representación	56
5.3. Análisis Crítico del Discurso como estrategia de investigación.....	58
5.4. Los fenómenos sociodiscursivos y sus estrategias discursivas	59
6. Análisis Crítico del Discurso en la representación de la realidad en el informe de sostenibilidad 2013 de Cerro Matoso S.A.....	62
6.1. Descripción estructural del informe de sostenibilidad de 2013.....	63
6.2. Análisis categorial del informe de sostenibilidad 2013.....	65
6.2.1. Uso de la contabilidad como herramienta de legitimación	67
6.2.2. Uso de la contabilidad como herramienta de control y disciplinamiento.....	71
6.2.3. Uso de la contabilidad para suplir los intereses de los Stakeholders.....	75
6.2.4. Uso de la contabilidad para la toma de decisiones	78
6.2.5. Uso de la contabilidad para disminuir Costos de agencia.....	81
6.2.6. Uso de la contabilidad para disminuir Costos políticos.....	82
6.3 Análisis crítico del discurso del informe de sostenibilidad 2013	85
6.3.1 Discursos de la categoría Legitimación	85
6.3.2 Discursos de la categoría Control y disciplinamiento.....	87
6.3.3 Discursos de la categoría Stakeholders.....	89
6.3.4 Discursos de la categoría Decisiones del inversor	90
6.3.5 Discursos de la categoría Costos de agencia.....	91
6.3.7 La representación de la realidad que hace Cerro Matoso S.A.	91
7. Conclusiones	94
8. Referencias.....	97

Listado de figuras

Figura 1. Número de conflictos ambientales en países latinoamericanos.....	17
Figura 2. Enfoques y teorías de la RSE desde sus sentidos internos	22
Figura 3. Enfoques y teorías de la RSE desde sus sentidos externos.....	27
Figura 4. Aproximaciones y teorías de la divulgación de información	28
Figura 5. Mapa de Alto san Jorge y localización Cerro Matoso S.A.....	36
Figura 6. Hitos históricos de Cerro Matoso S.A.	37
Figura 7. Evolución de las concesiones y número de hectáreas otorgadas a Cerro Matoso S.A. ...	38
Figura 8. Número de empleados de CMSA por zona de procedencia	41

Figura 9. Montos girados por parte del Ministerio de Hacienda y Crédito Público a los municipios de la zona de influencia de CMSA	41
Figura 10. Grupos de interés de Cerro Matoso S.A.	42
Figura 11. Carta de valores de Cerro Matoso S.A.	43
Figura 12. Gestión ambiental de Cerro Matoso S.A.	44
Figura 13. Bases de los Informes de sostenibilidad de Cerro Matoso S.A.	45
Figura 14. Imagen satelital de Cerro Matoso S.A. con énfasis en las chimeneas y los botaderos de escoria	49
Figura 15. Confluencia comunidades indígenas, Cerro Matoso S.A. y fuentes hídricas	51
Figura 16. Distancia entre la mina de Cerro Matoso y los cabildos Zenúes	52
Figura 17. Categorías principales y secundarias	57
Figura 18. Componentes de la fase analítica	60
Figura 19. Diseño metodológico	62
Figura 20. Secciones y apartados del informe de sostenibilidad del 2013.....	65

Listado de tablas

Tabla 1. Conflictos ambientales en Colombia	17
Tabla 2. Destino de las exportaciones de la producción de Níquel.....	39
Tabla 3. Libras extraídas y regalías entre el año 2012 y 2018	40
Tabla 4. Número de páginas para cada sección del informe	64
Tabla 5. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Legitimación en el marco de la categoría Legitimación	68
Tabla 6. Frecuencia de las Estrategias discursivas del fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y coherencia en el marco de la categoría Legitimación	69
Tabla 7. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Transformación en el marco de la categoría Legitimación	71
Tabla 8. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Legitimación en el marco de la categoría Control y disciplinamiento.....	73
Tabla 9. Frecuencia de las Estrategias discursivas del fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y Coherencia en el marco de la categoría Control y disciplinamiento	73

Tabla 10. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Transformación en el marco de la categoría Control y disciplinamiento	75
Tabla 11. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Legitimación en el marco de la categoría Stakeholders	76
Tabla 12. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y coherencia en el marco de la categoría Stakeholders	76
Tabla 13. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Transformación en el marco de la categoría Stakeholders	77
Tabla 14. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Legitimación en el marco de la categoría Decisiones del inversor	79
Tabla 15. Frecuencia de las Estrategias discursivas del fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y coherencia en el marco de la categoría Decisiones del inversor	79
Tabla 16. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Transformación en el marco de la categoría Decisiones del inversor	81
Tabla 17. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Legitimación en el marco de la categoría Costos de agencia	82
Tabla 18. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Transformación en el marco de la categoría Costos de agencia	82
Tabla 19. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Transformación en el marco de la categoría Costos políticos	84
Tabla 20. Tipo de actores y frecuencia de aparición en las estrategias discursivas	92

1. Introducción

Los informes de sostenibilidad se han afianzado en las prácticas empresariales y contables como una forma de comunicación y relacionamiento entre la empresa y la sociedad (GRI, 2019). En estos informes se muestra las diferentes actuaciones que demuestran el compromiso que tienen las empresas con su entorno. La divulgación de información económica, social y ambiental se ha acrecentado y, con ello, la consolidación de guías que sugieren parámetros para la presentación de dicha información, siendo la más representativa la *Global Reporting Initiative-GRI* (Archel, s.f.; GRI, 2019).

Lo anterior, ha servido no solo como una forma de exponer las actividades de las empresas, sino también como una herramienta funcional a distintos intereses; por lo cual, han surgido al paso de los años diversas teorías que dan cuenta de los múltiples enfoques y usos tanto de la Responsabilidad Social Empresarial como de la divulgación de información (Moneva, 2005; 2007). Frente a las diversas teorías, hay quienes ven en el informe una forma de propagar el poder de las grandes élites empresariales por medio de las estrategias discursivas contenidas en este tipo de documentos que representan una realidad particular (Tregidga, Kearins, & Milne, 2007; Tinker, 1982; Richardson, 1987; Archel, 2007).

Con base en lo anterior, esta investigación evalúa el uso de la contabilidad en la representación que hace Cerro Matoso S.A. de la realidad en su informe de sostenibilidad 2013, identificando las estrategias discursivas que usa para dicha representación, lo anterior permite evidenciar las distintas tácticas y estrategias que usa la empresa para mostrarse sostenible tanto social, económica y ambientalmente. De igual forma, desde una noción crítica se analizan los discursos y las estrategias a la luz del contexto de la empresa.

Para llegar a ese fin, se toman como referentes las teorías sobre Responsabilidad Social Empresarial, en adelante RSE y las teorías sobre divulgación de información social y ambiental y, se sirve del Análisis Crítico del Discurso, para así, comprender el papel del lenguaje en la prevalencia del poder. Lo anterior con el fin de revelar información que ayude a entender los procesos políticos, económicos y sociales que desde sus informes la empresa Cerro Matoso S.A. instaura. Es por ello, que como base teórica para analizar y evidenciar el uso de la contabilidad en la representación de la realidad del informe de sostenibilidad, se toma como categoría de análisis la representación, entendiéndose esta como la producción de sentido de los conceptos y signos en la mente del autor mediante los distintos tipos de lenguaje (Foucault, 2005; Hall, 1997).

Por tanto, la presente investigación se estructura en primer lugar por la presentación del planteamiento del problema, los objetivos y la justificación. Seguido del primer capítulo, el cual se divide en tres partes: la primera es la contextualización de la RSE sus antecedentes y su incidencia social y política, la segunda parte es la presentación de los enfoques y teorías de la RSE y en la tercera parte se encuentran las teorías sobre divulgación de información social y ambiental.

A continuación, en el segundo capítulo, se muestra a la empresa Cerro Matoso S.A. desde un recorrido histórico de su surgimiento, evolución y desarrollo desde las primeras exploraciones en la zona hasta la actualidad, así como la incidencia que ha tenido en el entorno. Sintetizando las diferentes discusiones, demandas, discrepancias y conflictos que han emergido en 30 años de operación. Asimismo, se presenta la respuesta de Cerro Matoso S.A. a los distintos tipos de controversias y su adherencia a la Responsabilidad Social Empresarial, como también a su relación con la GRI y por consiguiente con los informes de sostenibilidad.

Por otra parte, en el tercer capítulo se describe la metodología a utilizar para dar cumplimiento a los objetivos planteados; partiendo de un corte crítico-interpretativo se precisa la estructura metodológica describiendo en un primer momento la “representación” como categoría principal. Seguido de la definición de las categorías de análisis secundarias que indican la forma en que la contabilidad fue usada para estructurar los discursos contenidos en el informe. Por otro lado, como estrategia de investigación se exponen los planteamientos de Fairclough (2000; 2008) y Van Dijk (1999) sobre el Análisis Crítico del Discurso-ACD. Finalmente, se describen las estrategias discursivas que se usan para analizar el informe de sostenibilidad, basado en el desarrollo metodológico de la profesora Neila Pardo (2013).

En el cuarto capítulo se evalúa el informe de sostenibilidad del 2013 de la empresa Cerro Matoso S.A. a la luz de las estrategias discursivas, para así, evidenciar cuál es el uso que se le da a la contabilidad para representar la realidad de dicha empresa. En tanto, se presenta la descripción estructural de informe, seguido del análisis categorial en el cual se muestran las frecuencias de las categorías secundarias y de las estrategias discursivas; finalmente, se presentan los resultados relacionales sobre el tipo de representación de la realidad que usa Cerro Matoso S.A. para construir su informe.

Como último se presenta una discusión de los resultados, así como, las conclusiones generales del documento y, finalmente se plantean las nuevas cuestiones emergentes en la investigación. Seguido de ello, el documento finaliza con las referencias bibliográficas con las cuales se soporta.

2. Planteamiento del problema, objetivos y justificación

2.1. Planteamiento del problema

Latinoamérica es reconocido por la multiplicidad de subsuelos ricos en minerales e hidrocarburos. Esto hace que sea atrayente para los inversionistas y empresarios que ven en este territorio una oportunidad para desarrollar proyectos en su mayoría de extracción. Por ello, en las últimas décadas del siglo XX con la implementación del neoliberalismo, se dio paso a la inversión de capital directo extranjero. Esto conllevó a incrementar sustancialmente la explotación de recursos naturales, abriendo caminos para el usufructo de materias primas para la transformación y el comercio. Como resultado, el plusvalor de las extracciones se va del territorio explotado y se acentúa en los países originarios de las transnacionales o se concentra en los inversionistas privados que tiene poder, lo

que lleva al detrimento en los términos de intercambio (Misas, 2001; Idárraga, Muñoz , & Vélez, 2010).

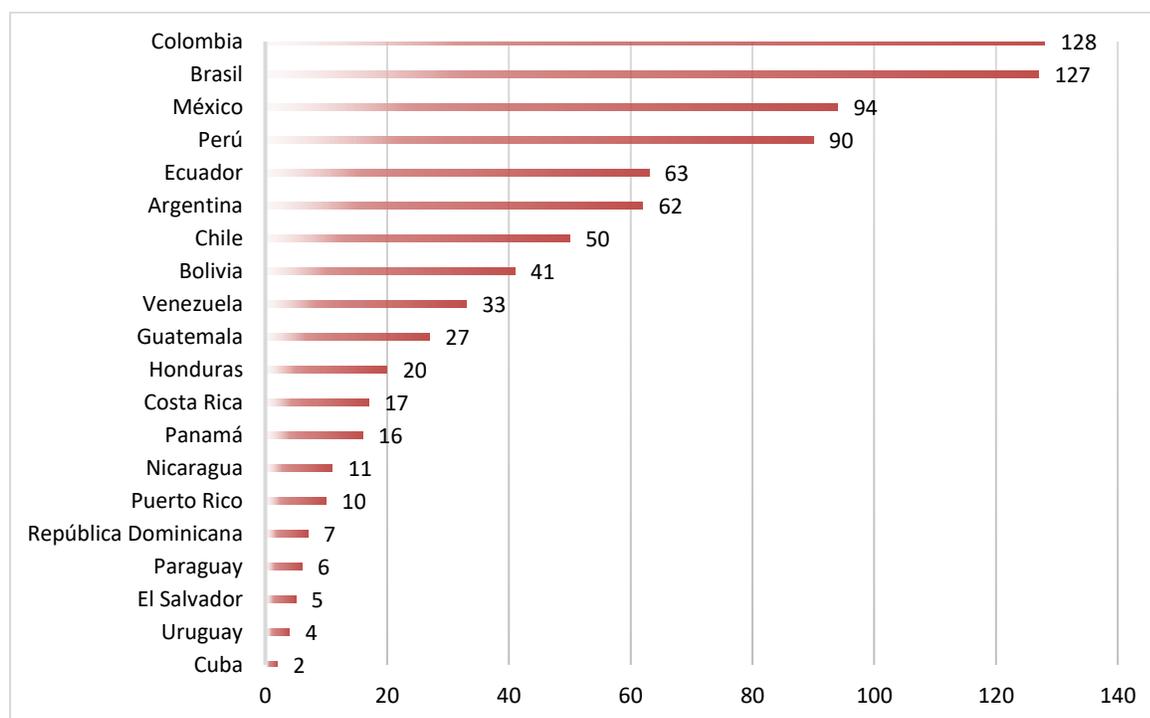
Particularmente en Colombia, el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional ejercieron presión para la implementación de la apertura económica en la década de los 90's (Gudynas, 2011). Debido a lo anterior, se impulsaron reformas políticas y regulatorias para estimular la inversión directa extranjera, con lo cual se eliminaron barreras comerciales principalmente para la implementación del modelo extractivista. Este modelo de explotación de recursos naturales es presentado como el motor del crecimiento económico. No obstante, genera diversos impactos sociales y ambientales que ponen en duda su verdadero aporte al desarrollo nacional (Gudynas, 2011). De igual manera, es acusado de reprimarizar la economía nacional, así como de ser en gran medida responsable de la grave crisis ambiental que se evidencia hoy en día (Betancurt & Porto-Goncalves, 2017).

Asimismo, el entorno violento en el cual se instaura el extractivismo, principalmente en países en vía de desarrollo como Colombia, agudiza los quiebres sociales y estructurales que van más allá de los impactos negativos ambientales. Este modo violento es usado por las empresas trasnacionales para posicionarse en los territorios a costa de despojo y ocupación de tierras de comunidades indígenas, afrodescendientes y campesinas con poca protección estatal. De hecho, en ocasiones se crean alianzas entre empresas y grupos armados tanto ilegales como legales para salvaguardar las instalaciones de los proyectos (Gudynas, 2011; Misas, 2001).

En la actualidad, Latinoamérica cuenta con el 30% del total de conflictos en el mundo con 813 casos de 2723 registrados en el Atlas de Justicia Ambiental¹, de esos 813 casos 128 se presentan en Colombia, siendo el país con mayores conflictos ambientales en Latinoamérica y el segundo a nivel mundial. De esos 128 conflictos presentes en Colombia, el 40% son a causa de extracción de minerales y materiales de construcción como lo muestra la tabla 1 (Temper, del Bene, & Martinez-Alier, 2015).

¹ Plataforma interactiva creada por un grupo de investigadores del Instituto de Ciencia y Tecnología Ambiental de la Universidad Autónoma de Barcelona que presenta evidencias en relación con los conflictos ambientales más relevantes en el mundo.

Figura 1. Número de conflictos ambientales en países latinoamericanos



Fuente: Elaboración propia a partir de recurso interactivo Atlas de Justicia Ambiental (EJATLAS, 2019)

Tabla 1. Conflictos ambientales en Colombia

Tipo de conflicto	Cantidad de casos
Combustibles fósiles y justicia climática	21
Conflictos de biomasa y tierra	15
Conflictos de la conservación de la biodiversidad	5
Conflictos industriales y de servicios públicos	3
Extracción de Minerales y Materiales de Construcción	51
Gestión de Residuos	5
Infraestructura y entorno construido	11
Manejo del agua	15
Nuclear	0
Turismo recreativo	2
Total	128

Fuente: Elaboración propia a partir del Atlas de Justicia Ambiental (EJATLAS, 2019)

Este tipo de denuncias sobre conflictos socioambientales pone en tela de juicio la viabilidad del modelo financiarizado del capitalismo de hoy en día (Buitrago, 2010; Sánchez, 1998). Sin

embargo, como respuesta a este tipo de conflictos y a la crisis mundial sobre el medio ambiente, desde la Responsabilidad Social Empresarial-RSE se busca crear un puente de comunicación y relacionamiento entre empresa y sociedad (Tamanes, 1995). Si bien, la RSE no tiene un significado universal por las múltiples perspectivas, teorías y ejercicios prácticos en los cuales se instaura, ha tomado importancia en la esfera empresarial global por las fuertes coyunturas que presenta la ejecución de las operaciones de ciertas empresas, en su mayoría extractivistas y, los impactos que se producen en el entorno (Ariza, Leon, & Gomez, 2008; Garriga & Melé, 2004)

Aunque las empresas alegan en los informes de sostenibilidad que se está actuando de forma ética y en pro de la sociedad y el medio ambiente, se han denotado prácticas irresponsables de los negocios que hacen que su entorno se afecte (Alimonda, Toro, & Martín, 2017; Betancurt & Porto-Goncalves, 2017; Carvajal, 2016; Idárraga, Muñoz, & Vélez, 2010; Pérez, 2014). En las dinámicas de desarrollo económico, como sinónimo de progreso, los impactos sociales y ambientales de los proyectos empresariales no fueron tomados en cuenta, la acumulación por desposesión toma peso y se convierte en la lógica por excelencia de la era del capitalismo comercial y financiero. Ello, desarrollado bajo los parámetros de las teorías centro periferia, en las cuales, los países cumplen una función en la división social del trabajo, unos como industriales y otros como proveedores de materias primas, como es el caso de Colombia (Harvey, 2005; Pérez, 2014). Como consecuencias de los anterior, los informes de sostenibilidad han estado dentro de cuestionamientos sobre su veracidad y fiabilidad, debido a la discrepancia existente entre los discursos de las empresas y su entorno (Betancurt & Porto-Goncalves, 2017).

Por un lado, los informes de sostenibilidad bajo guías, normas, parámetros y criterios de RSE se presentan como neutros y como un reflejo de la realidad, tomándolos como un espejo que refleja la verdad del mundo de forma transparente (Hall, 1997; Archel, s.f.). No obstante, se usan como un instrumento para instaurar ideas, nociones y creencias permeadas por juicios de valor mediante el uso de léxicos, signos y significados (Archel, 2007; Quinche, 2017). Lo anterior, constituye las estrategias discursivas que son cargadas de sentido y de racionalidad para conducir el informe a discursos permeados por intereses profundamente sintonizados con la globalización financiarizada (Ariza, Gomez, & Leon, 2006). Esta globalización financiarizada ha sido cuestionada por homogenizar la naturaleza para sustituirla por dinero y medir el bienestar humano y social en términos de utilidades, dividendos, interés e impuestos, convirtiendo las buenas obras en lucrativas acciones que venden los mercados (Ariza, Gomez, & Leon, 2006; Sun, Stewart, & Pollard, 2015; Hall, 1997).

En tal sentido, la figura 1 muestra que, basados en el atlas de justicia ambiental (EJATLAS, 2019), Colombia es el país con mayor número de conflictos ambientales y sociales en Latinoamérica con 128 casos documentados. Dentro de estos casos, el mayor número corresponden a la categoría “Extracción de Minerales y Materiales de Construcción” con 51 casos que corresponden al 40% de total de conflictos en el país (Ver tabla 1). Además de lo anterior, el sector Minero es el segundo sector en producir más información social y medioambiental, esto como consecuencia de las demandas sociales que tiene la minería al ser una actividad altamente cuestionada (Quinche, 2017; Tregidga, Kearins, & Milne, 2007). Frente a ello, una de las empresas mineras que presenta más

conflictos ambientales y sociales es Cerro Matoso S.A. quien en sus más de 30 años de actividad se ha visto envuelta en procesos jurídicos, sociales y administrativos por cuenta de diversas acusaciones sobre los impactos de la operación minera (EJATLAS, 2014; Defensoría del pueblo, 2014).

Por todo lo anterior, la presente investigación se centra en el caso de Cerro Matoso S.A. por ser una de las minas más importantes de Colombia y estar en medio de conflictos socioambientales que indica una posible discrepancia entre lo expresado en el informe de sostenibilidad y los discursos de los actores implicados como la comunidad aledaña a la operación, lo cual demuestra una necesidad de análisis de las formas discursivas que se usan en el informe de la empresa. Por tanto, la pregunta orientadora de esta investigación es: *¿Cómo se usa la contabilidad para representar la realidad en el informe de sostenibilidad del año 2013 de Cerro Matoso S.A.? Y a partir de ello, ¿De qué estrategias discursivas se sirve dicha empresa para tales representaciones?*

2.2. Objetivos

2.2.1. Objetivo general

Evaluar el uso de la contabilidad en la representación de la realidad contenida en el informe de sostenibilidad del año 2013 de Cerro Matoso S.A.

2.2.2. Objetivos específicos

- Sintetizar los referentes teóricos de la Responsabilidad Social Empresarial y la divulgación de información social y ambiental por parte de las empresas.
- Describir la situación y las actividades desarrolladas por Cerro Matoso S.A. desde el surgimiento hasta la implementación de los informes de sostenibilidad.
- Analizar en sentido crítico las estrategias discursivas que representan la realidad de Cerro Matoso S.A. en su informe de sostenibilidad del año 2013.

2.3. Justificación

La contabilidad debe fortalecer su sentido crítico y analítico sobre las lógicas mundiales actuales con el fin de reencaminar su praxis a la transformación de la sociedad. Es por ello, que en un contexto como el colombiano es fundamental la búsqueda por la verdad, la equidad y la paz en una sociedad permeada por la corrupción y por el fantasma violento y vengativo que ha constituido nuestra cultura. Es por ello, que la presente investigación busca desde un papel contrahegemónico de la contabilidad aportar al análisis y a la comprensión de fenómenos sociales, ambientales y económicos.

Por consiguiente, la realización de este estudio permite aportar a la contabilidad información y contextualización de ciertas dinámicas de la industria minera desde una mirada crítica e interpretativa, la cual interrelaciona la información contable con el estudio social de las comunidades y con la estructura empresarial y estatal. Lo anterior, con el fin de visibilizar el poder constitutivo e influenciador de la disciplina contable en la estructura de la sociedad. Asimismo, contribuye a los estudios contables cualitativos por medio de este estudio de caso, tomando la información contable desde un aspecto amplio que va más allá de la incidencia de la contabilidad en el funcionamiento interno de la empresa. Al estudiar el caso en prospectiva se busca entender el papel de la contabilidad frente a dinámicas sociales actuales que hacen de esta disciplina un enclave para evaluar, medir y comunicar las características de la realidad, siempre en pro del bienestar colectivo.

Por tanto, la investigación abre el camino para futuros desarrollos académicos como referente para la evaluación de discursos bien sea de informes de sostenibilidad u otro tipo de información contable. De la misma manera, es un punto de partida para investigaciones sobre realidades complejas como parte del desarrollo del campo de las ciencias contables. Asimismo, respecto a la empresa Cerro Matoso S.A., esta investigación es la base para futuras investigaciones referentes a la situación legal, social y normativa de la empresa, donde será un referente para comparar los discursos de la empresa en el año 2013 frente a los hechos ocurridos a partir del año 2017².

3. La Responsabilidad Social Empresarial y la divulgación de información social y ambiental. Principales Teorías y enfoques

El objetivo del presente capítulo es sintetizar los referentes teóricos y conceptuales de la Responsabilidad Social Empresarial-RSE y la divulgación de información social y ambiental por parte de las empresas. Conforme a lo anterior, el capítulo está estructurado en primer lugar por la descripción del contexto en el cual se enmarca la Responsabilidad Social Empresarial; se presenta un esbozo de sus antecedentes y las dinámicas sociales y políticas que hicieron de ella un carácter global. Luego de ello, se analizan y describen los enfoques y teorías sobre RSE, así como también, las teorías sobre divulgación de información social y medioambiental. Finalmente, se delinearán algunas conclusiones.

3.1. Contextualización de la RSE

El ser humano desde su existencia ha vivido a merced de su entorno. Por ello, para saciar sus necesidades ha manipulado y alterado el medio en el que habita. Así, a medida que las nuevas tecnologías han emergido, también lo han hecho las maneras de interactuar con la naturaleza

² En el año 2013 fue interpuesta una acción de tutela por parte de los representantes de las comunidades afro e indígenas en contra de la empresa Cerro Matoso SA, la Corte Constitucional con la sentencia T-733 del 15 de diciembre del 2017 respondió a esta tutela afirmando que la operación de la empresa Cerro Matoso S.A, en el alto San Jorge, ha causado una "grave situación de vulneración de derechos fundamentales en la zona".

(Alimonda, Toro, & Martín, 2017). En tal sentido, en la etapa industrial del capitalismo se produjo el mayor impacto al medio ambiente. Fue tan extrema la alteración del entorno que la forma de vivir cambió totalmente. Sin embargo, tuvieron que pasar tres siglos para que se tomaran en cuenta las alteraciones adversas que este proceso industrial trajo consigo, puesto que fue en la segunda mitad del siglo XX cuando se evidenciaron los daños que por tanto tiempo el ser humano le había causado a la tierra.

Es por esta razón que la RSE se posicionó en el discurso de los actores y agentes sociales, puesto que el tema de la destrucción de los recursos afectaba todos los aspectos, desde los económicos hasta los de subsistencia. Además, las ideologías entraron a jugar un papel importante en esa discusión, puesto que dependiendo la noción de realidad y la idea de la política, así mismo se cargó de sentido el concepto de RSE, causando una diversidad de perspectivas y de nociones que convirtieron a la RSE en un concepto multipragmático que enfrenta diversos discursos (Sun, Stewart, & Pollard, 2015; Garriga & Melé, 2004; Ariza, Leon, & Gomez, 2008).

Asimismo, Moura-leite y Padgett (2011) plantean que el concepto de RSE ha evolucionado en dos vías, la primera es a nivel de análisis, en la cual se centró en un primer momento una discusión macrosocial, para así pasar a ser una discusión a nivel de la organización y de los procesos específicos de la empresa (micro social). Y, en la segunda vía se encuentra la orientación teórica, en la cual, se pasó de un carácter normativo y orientado a la ética en sus comienzos, a un estudio de la gestión de los negocios centrado en la rentabilidad. Lo anterior, se dio en un marco heterogéneo que dificultó dar al concepto de RSE una definición global. Debido a ello, a lo largo de las últimas décadas han aparecido diversas líneas de estudio que han fundamentado variedad de teorías (Carroll A. , 1999; Garriga & Melé, 2004; Moura-leite & Padgett, 2011).

Una de las primeras referencias y líneas que resalta la literatura es la responsabilidad social de los hombres de negocio, signada desde la mitad del siglo XX por Howard Bowen (1953), quien examinó por primera vez de forma categórica y sería el sentido vital del reconocimiento social para el existir empresarial. Ello, como consecuencia de la reflexión sobre la interdependencia de la empresa y la sociedad, puesto que la existencia de una está condicionada por el actuar de la otra. Es así como el argumento principal expone que la empresa, más allá de efectos económicos, también produce efectos sociales, por ello la empresa se debe adaptar a las necesidades de la sociedad para así ganar legitimidad, tomando esta como un tipo de contrato social en el cual se identifican necesidades, se resuelven y es aceptada por la sociedad, creciendo de esta manera su reputación. Asimismo, la empresa es vista como una institución social, donde se consideran los impactos y se cuenta con políticas y programas de respuesta (Bowen, 1953; Mele, 2007; Moura-leite & Padgett, 2011).

Sin embargo, una de las preguntas que se hace Bowen (1953) es qué responsabilidad está dispuesto o es razonable asumir por el empresario. Esto detalla que la intervención en la sociedad es limitada y que debe estar en los márgenes de lo razonable donde no se vea afectada la empresa. Por otro lado, deja en claro que la RSE no se presenta como solución a todos los problemas de la sociedad. No obstante, es una gran oportunidad para que la empresa cumpla sus metas (Sabogal, 2008).

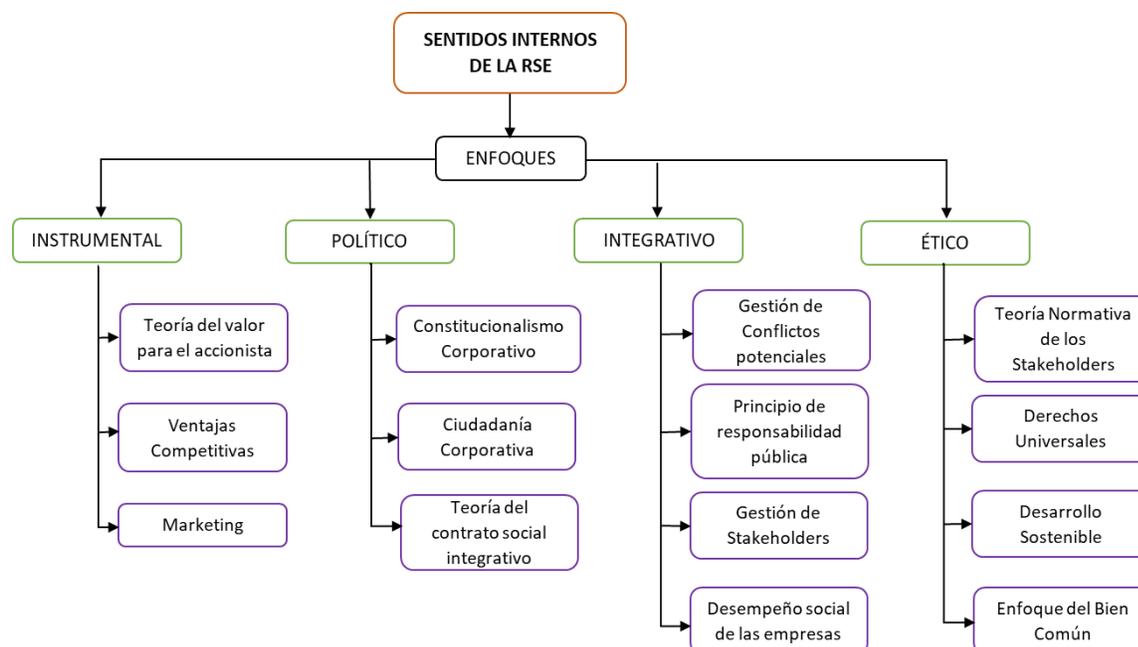
A partir de lo anterior, la RSE ha tenido en los últimos 50 años diversidad de perspectivas y desarrollos teóricos que han mostrado el nivel de complejidad y de divergencia en cuanto a la actuación que debe tener la empresa con la sociedad. Por tanto, es importante describir los enfoques y teorías más relevantes en cuanto a RSE.

3.2. Sentidos, Enfoques y teorías sobre la RSE

El desarrollo de la RSE ha presentado una serie de pasajes, perspectivas y sentidos que han sido clasificados en diversidad de grupos y enfoques por parte de teóricos y estudiosos. En ese marco, Ariza (2011) desde una revisión de la literatura, ha dividido las teorías sobre RSE en dos sentidos: internos y externos. El sentido interno de la RSE se refiere al desplegar instrumental, estratégico, político y ético que sitúa a la RSE como un referente para la satisfacción y persecución de necesidades e intereses empresariales. Por ello, los enfoques y teorías de esta perspectiva asumen a la empresa como agenciadora del bienestar que es capaz de entregarle a la sociedad. Por otra parte, los sentidos externos asumen una perspectiva alternativa, política y reivindicadora, reclamando una RSE construida socialmente. Por ello, la moral y lo público constituyen el centro de esta visión.

3.2.1. Sentidos internos de la Responsabilidad social de la empresa

Figura 2. Enfoques y teorías de la RSE desde sus sentidos internos



Fuente: Elaboración propia a partir de Garriga & Melé (2004)

3.2.1.1. Enfoque instrumental: Teoría de la maximización del valor, ventajas competitivas y estrategias de marketing

El primer grupo de teorías que aquí se presenta, se enmarca en los años 70's en pleno auge del neoliberalismo y de las políticas de libre mercado. Allí, se empieza a consolidar el enfoque de las teorías instrumentales, en donde se toma la RSE como una herramienta para lograr un objetivo principal: la generación de riqueza o utilidad para los accionistas.

La teoría de la maximización del valor toma a la responsabilidad social como un concepto retórico que va en contra de los intereses de los accionistas, puesto que, para esta mirada, los gastos en asuntos sociales deben ser voluntarios y deben partir de las personas, mas no de la empresa. Es decir, que la responsabilidad social la adquieren individuos que por voluntad propia intervienen en el medio, más no se realizan en nombre de la firma. Milton Friedman (1970) consideraba que la única responsabilidad del ejecutivo corporativo era hacer tanto dinero como fuese posible para de esa forma satisfacer las necesidades de los accionistas, quienes serían los únicos stakeholders. Asimismo, la teoría de la agencia cobra vida en tanto se crea una relación fiduciaria entre administrativos y accionistas, donde la empresa es un conglomerado de personas con intereses particulares que solo incurre en costos sociales si hay un beneficio monetario de por medio (Ariza, 2011; Garriga & Melé, 2004; Mele, 2007; Friedman, 1970).

Por otra parte, Porter y Kramer (2006), enmarcados en el enfoque instrumental, toman desde una perspectiva “innovadora” y estratégica la RSE, puesto que no la ven como un obstáculo, sino como una forma de acumular mayor capital para la empresa y, por tanto, para los accionistas. Es así, que, desde la teoría de las ventajas competitivas, la RSE puede ser utilizada como un mecanismo de diferenciación, con el cual se puede maximizar el valor, y así venderse de forma estratégica la firma. Es por ello, que se asignan recursos a actividades sociales para adquirir ventajas competitivas, con las que se busca lograr aceptabilidad, confianza y credibilidad ante la sociedad (Garriga & Melé, 2004).

Siguiendo lo anterior, desde la teoría de las causas relacionadas con el marketing, se toma la RSE como una aliada en la venta de la marca. Varadarajan & Menon (1988) postulan que la relación de la RSE y el marketing se justifica bajo dos objetivos, el primero es el de mejorar el desempeño corporativo y el segundo es ayudar a causas valiosas. Por tanto, se busca invertir en actividades de marketing que estén enmarcadas en causas específicas donde la firma pueda tomar mayor valor. Es por ello, que se busca creación de la marca de la empresa por medio de actividades o eventos con dimensión de responsabilidad social.

Por tanto, en el marco del enfoque instrumental, las teorías aquí relacionadas se basan en una mirada positivista y economicista de la RSE, en donde los objetivos de la empresa no trasgreden los límites monetarios (Garriga & Melé, 2004).

3.2.1.2. *Enfoque político: Constitucionalismo corporativo, contrato social integrativo y ciudadanía corporativa*

El enfoque político de la RSE está basado en la relación que se entreteje entre las empresas y el poder. En este marco, las influencias de lo privado en lo público y la reconfiguración del concepto de ciudadanía son estudiadas. Es así, que se enfoca en las interacciones y conexiones entre la empresa y la sociedad a la luz de poder que ostentan las empresas.

En tal sentido, Davis (1960) presenta la teoría del constitucionalismo corporativo, refiriendo como responsabilidad de la empresa la administración de sus asuntos con justicia de acuerdo con un marco constitucional establecido. Conforme a ello, se plantean dos principios en los cuales se puede evidenciar la incidencia del poder en dicha actuación empresarial. El primero es “la ecuación del poder social” la cual plantea que las responsabilidades sociales de los empresarios son directamente proporcionales al poder social que tienen. Por otro lado, se presenta la “ley de la responsabilidad de hierro” que considera que cuando no se ejerce el poder con responsabilidad, éste se puede perder y ser sustituido por otra empresa que sí pueda suplir las demandas sociales en el marco de responsabilidad.

Asimismo, Donaldson (1994) en el marco del enfoque político, plantea que la relación entre negocios y sociedad es un contrato social. Por tanto, estudia el accionar ético de las empresas desde lo empírico y normativo, confluyendo así dos tipos de contratos, uno normativo e hipotético-general o macrosocial, basado en hiper-normas que se decretan de manera genérica conforme a la convergencia de ideas consagradas en contratos racionales; y otro tipo de contrato implícito existente-específico, o microsocial, el cual se basa en comunidades identificadas y en normas acordes al contexto; teniendo como resultado la teoría del contrato social integrativo.

En consonancia con lo anterior, se presenta la ciudadanía corporativa como la visión en la cual la empresa es un ciudadano más que está inscrito en diversidad de normas y contratos. Siguiendo a Matten, Crane, & Chapple (2003) y a Matten & Crane (2005), la ciudadanía corporativa describe el papel de la corporación en la administración de derechos de ciudadanía para individuos. Allí, la empresa desempeña roles sociales que antes no tenía y no le interesaban. Este enfoque es de índole político e integra deberes y derechos a la empresa. Frente a ello, se exponen tres tipos o niveles de la Ciudadanía corporativa. El primero es la visión limitada, la cual tiene base positiva y se centra en la filantropía corporativa con el objetivo de acumular capital; por otro lado, se encuentra la visión equivalente a la RSE, en donde las acciones sociales se realizan con el fin de tener una armonía con la sociedad; y, por último, se presenta la visión ampliada, en la cual la empresa entra a asumir responsabilidades mayores como las de los Estados para con los ciudadanos.

Frente a este apartado, el enfoque político y sus teorías dan cuenta de los condicionamientos que tiene la sociedad hacia la empresa y cómo desde esta última se pueden configurar lógicas y modos de vida.

3.2.1.3. *Enfoque integrador: Gestión de conflictos, responsabilidad pública, gestión de stakeholders y desempeño social*

Siguiendo con las teorías sobre RSE se presenta el enfoque integrador, el cual se centra en la captación, identificación y respuestas a las demandas sociales por parte de las empresas. Aquí se toma en cuenta el tiempo y el espacio de dicha demanda, puesto que de ello depende el tipo de respuesta (Garriga & Melé, 2004).

Es así, que una de las perspectivas para abordar las demandas sociales es la gestión de conflictos potenciales. En esta perspectiva, se estudia la manera de tratar los problemas que se presentan entre la empresa y su entorno. Es por ello, que se evalúa la capacidad de respuesta de la empresa frente a las demandas que le son exigidas. Sethi (1975) frente a las demandas que debe afrontar la empresa, menciona que el desempeño social de la empresa está mediado por la cultura. Además, precisa que este tipo de gestión se hace con el ánimo de abarcar las situaciones posibles en un plan de contingencia para que de esta forma el nivel de riesgo por imprevistos sea bajo.

Asimismo, en el marco del enfoque integrativo, se presenta por parte de Preston & Post (1981) el principio de responsabilidad pública, el cual hace referencia al cumplimiento de leyes y regulación para obtener una respuesta aceptable frente a expectativas sociales, pero también a un valor agregado por parte de las empresas. No obstante, para que las demandas tengan respuesta satisfactoria, es necesario del apoyo de la opinión pública y de la incorporación de las políticas públicas en las empresas y de la empresa en la construcción de dichas políticas.

Por otra parte, en el enfoque integrador se inscribe la gestión de stakeholders, allí se pretende crear cooperación entre todo el sistema de grupos de interés y la empresa. Puesto que, no solo toma en cuenta a los accionistas, sino a todos los interesados en la operación de la empresa, respetando a cada actor social frente a sus deberes y obligaciones. Por ello, la empresa es responsable de sus acciones y de sus impactos y debe responder a los stakeholders. Además, el diálogo es el mecanismo para conocer y atender las demandas de cada uno de los grupos (Freeman, 1994).

Otra de las teorías del enfoque integrativo, es el desempeño social empresarial propuesto por Carroll (1979), quien presenta una teoría sobre responsabilidad social que integra diversas categorías pertenecientes a otras teorías. Aquí, determina un modelo conceptual sobre el desempeño de las empresas. El primer aspecto que se considera tiene que ver con definir qué es RSE para la empresa en particular. Para esta definición están inmiscuidos categorías económicas, legales, éticas y discrecionales que no se excluyen y que forma así un concepto único para la empresa. Por otro lado, precisa que se deben identificar los conflictos sociales potenciales, puesto que los problemas cambian y difieren de empresa en empresa. Por último, presenta que se debe crear una filosofía de capacidad de respuesta, con la cual se plantean las acciones que se realizarán para dar cabida a las demandas. Es así como el enfoque integrador busca la convergencia de distintas posturas con el fin de construir una mirada general del problema y de la posible solución.

3.2.1.4. *Enfoque ético: Teoría normativa de los stakeholders, desarrollo sostenible, derechos universales y el bien común*

Desde el enfoque ético de la RSE se estudia la relación entre empresa-sociedad-medioambiente desde principios y valores que orientan la actuación empresarial. En contraste con el enfoque instrumental, la sociedad y la naturaleza no son tomadas de forma utilitarista, sino desde una noción normativa con la cual se pretende que haya una reflexión de las consecuencias del actuar (Garriga & Melé, 2004).

En este marco, se encuentran los grupos implicados (stakeholders) desde una mirada normativa, donde se toman como parte de la construcción moral de la empresa. Esta teoría se fundamenta en que las empresas son socialmente responsables cuando toman en cuenta a las partes interesadas, tratando de equilibrar la variedad de intereses. Para ello, se requiere un aparato normativo de principios éticos que guíen las conductas de los gerentes frente a las decisiones que toman en la empresa. Es así, que la teoría normativa de los Stakeholders parte del supuesto en el que los valores son parte necesaria de los negocios, rechazando así la tesis de la separación entre ética y economía (Freeman, Parmar, & Wicks, 2004).

Por otro lado, la ética es vista desde el respeto hacia los demás. Es por ello por lo que se asumen como base de la RSE los Derechos Humanos-DDHH, que se cimentaron en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Más adelante, con los retos que se esperaban del siglo XXI se anunció en 1999 en el Foro Económico Mundial la creación del Pacto Mundial, un instrumento de la ONU para garantizar la Responsabilidad global de las empresas (Pacto Global, 2018; Gómez, 2011). Es así, que esta iniciativa promueve el compromiso del sector privado, sector público y sociedad civil, para llevar a cabo 10 principios que se inscriben en las temáticas de derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción, siendo un marco de acción, en el cual las empresas adheridas se comprometen a llevar sus prácticas empresariales de una forma estable, equitativa e incluyente.

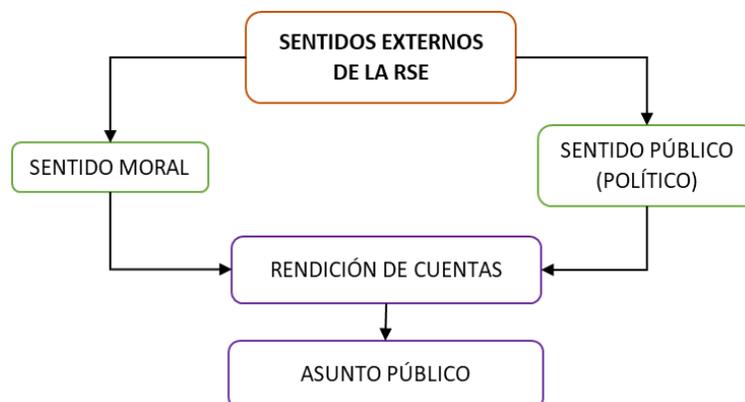
Por otro lado, un acontecimiento importante fue la creación del concepto Desarrollo Sostenible, acuñado en 1987 por la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo y materializado en el informe Brundtland, denominado “Nuestro Futuro Común” (ONU, 1987). El informe propuso al Desarrollo Sostenible como la esperanza que se venía buscando desde la exposición al debate mundial de la crisis ambiental. En esa misma vía, para tener un futuro mejor, se señaló la necesidad de formular políticas y acciones para frenar el desarrollo insostenible e irresponsable de las empresas, el manejo adecuado y equilibrado de los recursos naturales y la preservación del hombre en la tierra. Por ende, el objetivo de la comisión fue encontrar medios prácticos y universales para contrarrestar los problemas que han surgido a través de la crisis ambiental y los cuestionamientos del desarrollo capitalista (Tamanes, 1995).

Por su parte, el último elemento teórico dentro del enfoque ético es el referente del bien común descrito por Mahon y McGowan (1991) quienes plantean que la empresa debe dirigir todas sus acciones al bien común por ser parte de la sociedad. Asimismo, la empresa debe contribuir de forma

positiva a la colectividad y no ser un problema. Se exponen diferentes maneras de contribuir con la empresa como la creación de riqueza, la provisión de bienes y servicios, el respeto a la dignidad y los derechos humanos. Al darse estas condiciones también se contribuye a la armonización de la vida cotidiana de manera justa, pacífica y amigable.

3.2.2. Sentidos externos de la Responsabilidad social de la empresa

Figura 3. Enfoques y teorías de la RSE desde sus sentidos externos



Fuente: Elaboración propia a partir de Ariza (2011) y De la Cuesta (2004)

3.2.2.1. Sentido moral

La cuestión moral descrita por De la Cuesta (2004) es clasificada en los sentidos externos de la RSE por Ariza (2011). Aquí se plantea que en la sociedad hay grupos que exigen actuaciones éticas y morales a las empresas, enmarcadas en las lógicas y sentidos de lo que socialmente se entiende por actuaciones éticas. Además, se aboga por un modelo económico donde prime el interés colectivo sobre el individual, en el cual se defiendan los derechos de los más débiles y perjudicados por la globalización (Ariza, 2011). Por tanto, el deber ser de la RSE contendrá sentido humanista y estará entre los rangos éticos y morales socialmente definidos (De la Cuesta, 2004). Además, se tomará el bienestar de los individuos que conforman la sociedad como un fin, mas no como un medio, así la relación entre empresa y naturaleza estará orientado al imperio de la justicia, limitando el poder de la empresa y sus fines financieros y prevaleciendo la condición humana y su bienestar por encima de lo económico.

3.2.2.2. Sentido público

Asimismo, De la Cuesta (2004) plantea la cuestión social o el *social case*, el cual también es clasificado por Ariza (2011) en los sentidos externos de la RSE. Desde esta mirada, se considera que la RSE debe tener un mínimo regulador. Por tanto, la noción de voluntarismo no tendría cabida. Esto, para dar confianza y garantizar a los implicados las buenas actuaciones y la equidad. Desde esta perspectiva los sindicatos, grupos verdes, movimientos populares, entre otros, reclaman al gobierno una supervisión a las empresas, con el fin de monitorear las acciones que se hacen para

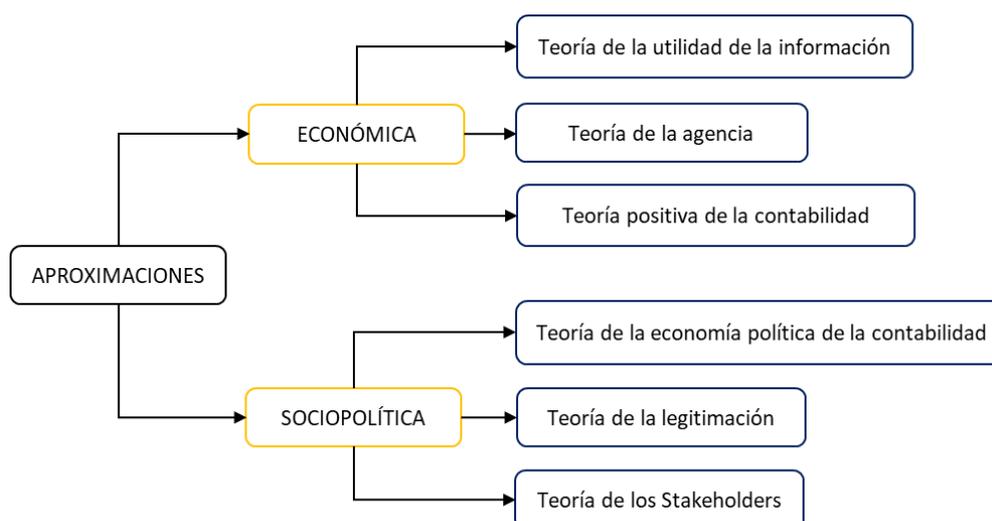
contrarrestar el cambio climático, la pobreza, la exclusión y demás cuestiones. Partiendo desde allí, los entes reguladores serían el Estado y la sociedad civil (De la Cuesta, 2004). De esta manera, se maneja una perspectiva de la inclusión con igualdad y libertad, donde se repare a los posibles afectados en el marco de la democracia, que exija rendición de cuentas a la empresa para potencializar un nuevo sentido de bienestar social (Ariza, 2011).

3.3. Teorías de la divulgación de información social y medioambiental

Hasta este punto se ha delineado el trasegar teórico-conceptual que ha permitido el surgimiento, expansión y evolución de la RSE. En este contexto, se le ha exigido a la empresa que su actuación se centre en la consecución del bienestar social, el cumplimiento de los objetivos sociales y ambientales y la protección del interés público. Para ello, la producción y divulgación de información social y medioambiental se ha tornado fundamental para una medición, valoración y evaluación de la actuación social empresarial.

En este orden de ideas, la divulgación de información social y medioambiental presenta una diversidad de perspectivas y enfoques que permiten entrever el grado de subjetividad tanto para clasificar como para entender los fines de la divulgación de información. De igual modo, existen diversas formas taxonómicas en las cuales se agrupan las teorías. En este sentido, Archel & Husillos (2009), tratan de ordenar la literatura sobre la divulgación de información socioambiental, postulando dos grupos de teorías. Por un lado, se tienen las teorías con una aproximación económica y, por otro lado, las teorías con una aproximación sociopolítica.

Figura 4. Aproximaciones y teorías de la divulgación de información



Fuente: Elaboración propia a partir de Archel & Husillos (2009)

3.3.1. Aproximación económica

La aproximación económica tiene su fundamento en la escuela económica neoclásica, en la cual, cualquier fenómeno se puede inferir a partir del análisis del comportamiento de los individuos

(Archel & Husillos, Divulgación de información social y medioambiental: Una revisión de la literatura, 2009). Por ello, desde esta mirada se maneja el individualismo metodológico, donde básicamente al ganar o tener beneficios de forma individual se estará beneficiando la sociedad en general por la suma de las decisiones exitosas de los individuos (Archel & Husillos, 2009). Debido a ello, se encuentra enmarcada en una ética utilitarista donde la acción es juzgada a la luz de sus resultados, dando así un peso mayor a los fines que a los medios. En torno a esta aproximación, se encuentran la teoría de la utilidad de la información para la toma de decisiones, la teoría de la agencia y la teoría positiva de la contabilidad.

3.3.1.1. Teoría de la utilidad de la información para la toma de decisiones

Dentro de la presente teoría, la información divulgada está en función de la toma de decisiones, siendo este un postulado de la corriente principal de la contabilidad (Chua, 2009). Desde esta teoría, la información está conducida al exterior de la empresa, dirigida hacia los posibles accionistas que se encuentran en el mercado. Asimismo, se centra en los alcances de la información divulgada en cuanto a las fluctuaciones que puede tener el mercado de capitales y las posibles inversiones, ya que, dependiendo de la información suministrada, los inversionistas actuarán (Archel & Husillos, 2009).

Además, la empresa decide qué información va a revelar dependiendo los incentivos que se tenga en cuanto a la posible influencia de esta información en la toma de decisiones y en el posicionamiento de esta. Frente a ello, Verrecchia (1983) afirma que la decisión del agente de divulgar u ocultar información depende del análisis que sea haga sobre las posibles influencias en los precios de los activos. Por otro lado, desde esta teoría, los informes medioambientales tienen contenido informativo. Por tanto, su función es dar señales al mercado, para que este pueda identificar las acciones más efectivas para la maximización del beneficio. Por tanto, la contabilidad desde esta mirada es una fuente de información para satisfacer las necesidades económicas de los inversores (Archel & Husillos, 2009).

3.3.1.2. Teoría de la agencia

Para Jensen y Meckling (1976) la relación de agencia en la cual se basa esta teoría se define como un contrato en el cual una o varias personas crean una relación instrumental. En tal sentido, por una parte, se tiene al principal, accionista o dueño de la empresa y por otro al agente, gestor o administrador de la empresa. El primero, contrata al segundo para que dirija sus bienes y maximice su beneficio. Con ello, delega responsabilidades y funciones al momento de tomar decisiones al agente. Lo anterior, como consecuencia de la ruptura en la noción de propiedad privada, en donde el control y la gestión dejan de recaer en una sola persona, dueño del negocio y pasa a una segunda mano.

Es así, que lo que se busca con la divulgación de información es maximizar la utilidad de los accionistas y de esta misma forma maximizar los beneficios de los gestores; más allá de buscar la eficiencia operativa de la empresa, se busca una eficiencia económica de los agentes. Por tanto,

con la divulgación de información, se pretende llegar a un equilibrio entre los dos tipos de intereses, donde los riesgos contractuales entre agente-principal sean minimizados (Archel & Husillos, 2009).

3.3.1.3. *Teoría positiva de la contabilidad*

Desde la teoría positiva de la contabilidad descrita por Watts y Zimmerman (1978) se asume que los individuos actúan para maximizar su propia utilidad, y que al hacerlo se valen de todo tipo de estrategias innovadoras e ingeniosas. Una de ellas es el tipo de presión que puede tener las empresas hacia las normas contables y hacia el ámbito político. Un ejemplo de ello es los “Costes políticos” que se presentan en empresas con un gran tamaño, puesto que dependiendo como se presente ante la sociedad, puede ser intervenida por el Estado, acusada de monopolizar o jugar con los precios.

Frente a ello, la divulgación de información es la manera por la cual se busca contrarrestar las denuncias del entorno de la operación sobre malas prácticas, para que de esta forma los inversionistas sepan que se están gestionando los conflictos y se está trabajando en pro de sus intereses.

Asimismo, busca que la revelación de información contribuya a la empresa a generar más réditos. Además, por medio de las predicciones y explicaciones de las prácticas contables en el mercado, se toma la divulgación de información ambiental, social y económica como una herramienta para posicionarse en el mercado, estando impulsada fuertemente por motivaciones contractuales, políticas y gubernamentales. Esto como consecuencia del poder económico empresarial que hace de la divulgación de información una herramienta para desviar la atención del Estado y disminuir el riesgo de expropiación o nacionalización (Archel & Husillos, 2009).

3.3.2. Aproximación Sociopolítica

Desde la aproximación sociopolítica se inscribe un enfoque holístico, donde se integran factores y lógicas más allá del reduccionismo económico con un gran peso ideológico y político. En contraposición a la aproximación económica, cada actuar de una institución, sistema político, social o económico tiene particularmente una identidad que no es posible dilucidarla por medio de la suma de los comportamientos individuales. Es por ello, que, desde esta aproximación, la divulgación de información es un instrumento que no refleja la realidad económica de las empresas, sino que, por el contrario, se recubre de la capacidad de reconstruir una realidad conforme a los intereses particulares. Frente a ello, se plantean tres referentes teóricos: la economía política de la contabilidad, la teoría de los Stakeholders y la teoría de la legitimación (Archel & Husillos, 2009; Archel, 2014).

3.3.2.1. *Teoría de la economía política de la contabilidad*

La economía política de la contabilidad es vista desde Archel (2014) en la variable marxista o clásica, en la cual se toma como centro las relaciones de clases. Además, es entendida como el marco social, político y económico en el cual se afecta la vida humana. Por tanto, desde esta visión

la información contable toma un gran valor, siendo esta una representación de un contexto político y social que puede alterar la realidad, además de ser un recurso del sistema para perpetuarse y así legitimar las actuaciones de las empresas que representan un nuevo orden mundial (Tinker, 1982).

Por otra parte, en este enfoque se considera que en la sociedad existen conflictos estructurales inherentes al sistema capitalista. Desde aquí, la información divulgada sirve como mecanismo de manipulación, control y disciplinamiento con la que se obtiene, se reproducen y se expanden las actuales relaciones de poder (Tinker, 1982). En consonancia con lo anterior, Archel (2014), plantea que el informe anual no es un elemento pasivo, sino por el contrario, es usado como una herramienta para construir, sostener y legitimar intereses políticos y económicos enmarcando una ideología particular. Con ello, la distribución de la riqueza se condiciona a los intereses particulares que benefician a los grupos más privilegiados de la sociedad.

Por otra parte, al contador se le es negada la responsabilidad de dar forma a las expectativas subjetivas que afectan las decisiones sobre la asignación de recursos y la distribución del ingreso entre y dentro de las clases sociales, y es tomado como medio para promulgar el papel coaccionador del conocimiento contable (Archel, 2014). Asimismo, desde esta teoría la contabilidad y, por consiguiente, los informes contables no son neutrales ni objetivos, ya que están cargados de sentidos con intereses particulares que utilizan la información para intervenir, silenciar o transformar el conflicto social (Archel, 2014; Archel & Husillos, 2009; Tinker, 1982).

3.3.2.2. *Teoría de la legitimación*

La teoría de la legitimación es clasificada en el grupo de la variante burguesa de la económica política en la taxonomía de Archel (2014), en la cual se configuran diversos contratos sociales con los cuales la empresa dialoga con la sociedad y, en esa medida, tener un comportamiento estratégico que le permitirá seguir en el mercado (Shocker & Sethi, 1973). Asimismo, se toma como una percepción o suposición generalizada que es socialmente construida, donde la contabilidad sirve para construir confianza y evitar conflictos por su poder constitutivo (Richardson, 1987). Puesto que la contabilidad y, en este caso específico la divulgación de información es una fuente de recursos simbólicos con los que los actores manipulan y crean versiones de la realidad (Tregidga, Kearins, & Milne, 2007). Frente a ello Archel (2014) postula que:

...la divulgación de información es un mecanismo que puede ser utilizado por las organizaciones para alcanzar objetivos estratégicos, tales como influir sobre la imagen que su público relevante tiene de ellas o sobre como desea este que sean las firmas a las que se va a consentir operar (pág. 9).

En tanto, se busca la legitimidad para asegurar el compromiso y el apoyo de los *stakeholders*; con lo cual aseguran su supervivencia en el medio y se combaten las amenazas de desaparición, siendo este propósito la principal motivación para divulgar información (Archel & Husillos, 2009; Richardson, 1987; Tregidga, Kearins, & Milne, 2007). Lo anterior debido a que "...una organización sólo puede continuar existiendo si la sociedad en la que desarrolla sus operaciones

percibe que la organización opera en un sistema de valores acorde a los de la propia sociedad (Gray, Adams, & Owen, 1996, pág. 46)

Es así como las empresas, desde esta teoría, divulgan información con el ánimo de mostrar a la sociedad que su comportamiento está acorde con las demandas impuestas, recalcando su sistema de valores y su importancia, en donde la sociedad requiere de los servicios de la empresa (Shocker & Sethi, 1973).

3.3.2.3. *Teoría de los stakeholders*

La teoría de los Stakeholder que Edward Freeman (1994) desarrolló y postuló sobre la RSE, convoca a poner en foco de atención los intereses de los grupos implicados en la empresa. Esto con el fin de direccionar las operaciones hacia un comportamiento estratégico, donde el equilibrio de los intereses de los grupos implicados traerá a la empresa beneficios. Por ello, la RSE se debe hacer en función de los Stakeholders (Moura-leite & Padgett, 2011; Valenzuela, Linares, & Suárez, 2015).

Uno de los objetivos de esta teoría es equilibrar las demandas conflictivas de varias partes interesadas de la empresa (Roberts, 1992). Por tanto, esta teoría desde la divulgación de información reafirma el postulado anterior, debido a que el fin de los informes de sostenibilidad es mostrar a los grupos implicados el desempeño de la compañía y su incidencia en los intereses individuales de cada grupo. Es así como los actores relacionados con las empresas se toman como parte fundamental para el funcionamiento de esta (Archel & Husillos, 2009).

Por otro lado, Archel (2014) clasifica la teoría de los stakeholders, en la variante burguesa de la economía política, donde los conflictos estructurales no existen. A su vez, desde esta postura burguesa se presentan dos enfoques de la teoría de los stakeholders. Uno es el planteamiento normativo-ético o moral y otro el planteamiento centrado en la organización. En el primero, se es consciente que cada grupo implicado tiene derechos por sí mismo, más allá del poder o el dinero que ostenten. Es así como la divulgación de información se centra en la rendición de cuentas (Accountability), donde se reconoce el derecho de los stakeholders a recibir información y la obligación moral de la empresa de suministrarla (Archel, 2014).

Por otra parte, en el segundo priman las preocupaciones de la empresa, donde se jerarquiza a los stakeholders dependiendo el nivel de poder e influencia que estos posean (Roberts, 1992). Referente a eso, Archel (2014) plantea que “la información es el medio más utilizado por la organización para gestionar (o manipular) la relación con sus stakeholders en orden a buscar la aprobación y consentimiento de sus actuaciones” (pág. 7). Es así como esta teoría se basa en evaluar la importancia de satisfacer la demanda de los grupos implicados para así alcanzar los objetivos estratégicos de las mismas empresas (Roberts, 1992).

3.4. Conclusiones

Es indiscutible que las tecnologías que el ser humano ha creado y desarrollado han alterado el curso normal del planeta Tierra hasta el punto de colocar en riesgo la misma subsistencia humana. Mientras las discusiones durante la modernidad se centraban en los poderes políticos, en la distribución de la renta y en el desarrollo industrial, se ignoró totalmente esas alteraciones de las cuales el medioambiente está siendo víctima.

Es por ello, que con la acumulación de afectaciones al medioambiente y con la alteración a su ciclo normal de resiliencia, la vida planetaria empezó a ver cambios significativos y se comenzó a cuestionar la actuación industrial, puesto que ella era la principal causa de las alteraciones que se estaban presentando. Es así, que Bowen (1953) presenta la primera línea estructurada que colocaba en la palestra a la empresa frente a su responsabilidad social y ambiental, sin embargo, esta se limitaba a un asunto de supervivencia con una intervención moderada. No obstante, este planteamiento abrió las puertas para el desarrollo tanto teórico como empírico sobre la responsabilidad que tenían las empresas para con su entorno de operación.

De esa manera, desde las diferentes escuelas económicas, sociales y culturales y, desde sus propias bases pragmáticas, cargaron al concepto de responsabilidad social con su propio sentido. A partir de aquí la RSE se convirtió en un gran agujero donde cada cual, conforme a su interés y su racionalidad, consagraba y acumulaba lo que para ellos debía ser la actuación de la empresa. Por tal razón, la RSE es un concepto multipragmático en cuanto a su diversidad de significados.

Por un lado, al tomarse como instrumento para maximizar la rentabilidad del negocio, la RSE es limitada, puesto que se usa como mecanismo de acumulación, negando así, las problemáticas ambientales y sociales que se presentaban. Por otro lado, la RSE es un contrato, en el cual, está condicionada por el nivel de poder que tiene la empresa para con la sociedad, nivelándose en algunos casos con el poder de los Estados. Asimismo, al entenderse la RSE como la confluencia de diversos intereses y de diversas perspectivas, se inscribe una noción integrativa en la cual se pretende tomar las bases de diversos aspectos para usar la RSE como el modo de suplir las necesidades de cada perspectiva. De igual manera, desde una noción ética y moral de RSE, la empresa obedece a éticas inherentes a la sociedad y a ella misma, que la condiciona a actuar conforme a lo considerado bueno y beneficioso, en el discurso general y global.

Es así como existen posturas contrapuestas que dan cabida a diferentes nociones de realidad y de vida, en donde se inscriben múltiples formas de actuar y en donde cada una es la correcta en tanto se inscriben en un rango de aceptabilidad conforme al campo amplio de la RSE.

Por otro lado, desde las motivaciones para divulgar información ambiental, existen dos miradas principales, la primera se basa en posturas neoclásicas y economicistas desde el individualismo metodológico, en donde la sociedad no tiene problemas estructurales. Aquí la información es un

medio para acumular capital y para procurar por la subsistencia de la empresa, puesto que se usa para la toma de decisiones. Por otro lado, una mirada más social y política cuestiona de cierta forma el uso de la información. Desde allí, la información o bien puede ser usada para manipular a los receptores y mantener su poder, o persuadir a los receptores en cuando a la necesidad de la operación de la empresa en sus vidas, o rendir cuentas a todas las partes que tiene intereses por la operación de la compañía.

Recogiendo lo más importante del capítulo es evidente que tanto la existencia de la RSE como su divulgación están a expensas de diversas interpretaciones, que en el marco de la discusión sobre las afectaciones sociales y ambientales se convierte en un concepto complejo que cada parte interesada defiende a su antojo y conforme a sus intereses.

Es por ello, que la verdadera raíz de la cuestión es la multiplicidad de significados para la RSE, que al ser un concepto tan abierto y con grandes vacíos conceptuales, permite que dependiendo los intereses y la noción de realidad se le atribuya cierta carga semántica y pragmática diversa que hace de sus estudios y análisis un trabajo engorroso. Aun así, han surgido varias interpretaciones prácticas y mecanismos reguladores, pero ello, como lo exponen Ariza, León & Gómez (2008) se "...ha generado una gran dispersión de nociones, concepciones y significaciones que, por su contenido y elasticidad, han promovido más confusión y oportunismo que claridad y cambio" (pág. 191).

Frente a lo anterior, la diversidad de teorías y nociones sobre RSE expresa que este tipo de proliferaciones en vez que esclarecer el panorama y posicionar un concepto universal, termina por multiplicar las interpretaciones y de esa forma se extienden las divergencias en su desarrollo teórico como en su práctica. Es así, que siguiendo a Okoye (2009), la RSE se definiría como un Concepto Esencialmente Controvertido, ya que ostenta dificultades en el análisis teórico y empírico, basándose en la hipótesis explicativa de Gallie (1956) en la cual existe una serie de conceptos complejos cuyo uso apropiado inevitablemente implica disputas interminables.

La RSE se ha transformado de una idea, en un principio, a un referente aceptado y enaltecido, con un alto grado de disputa ideológica. Por tratarse de la relación entre las empresas y la sociedad, es un asunto que le compete a toda la humanidad, por esta razón, es de vital importancia que más allá de las teorías económicas, hoy con las dinámicas del neoliberalismo y de la generación de utilidad, se analicen otros factores que inciden en las dinámicas empresariales, como lo social y lo ambiental para así, crear un mecanismo donde todas las teorías tengan cabida, esto quiere decir, donde todos los objetivos sean cumplidos y donde los múltiples enfoques sobre RSE puedan fusionarse y trabajar en conjunto para hacer un desarrollo empresarial sostenible y en equilibrio con el entorno tanto ambiental como con las comunidades.

Habida cuenta de ello, en el capítulo siguiente se trabajará en particular el estudio de caso para así evidenciar la línea de la RSE en la cual se inscribe la empresa objeto de estudio desde la historiografía y el análisis de su actuación en miras al desarrollo sostenible y a las demandas que contrastan con su actividad.

4. Cerro Matoso S.A. Surgimiento, actuación y controversias

El presente capítulo se propone examinar el contexto de surgimiento, evolución y desarrollo de Cerro Matoso S.A. con el objetivo de caracterizar las actuaciones adelantadas por la empresa en materia de responsabilidad social hasta la divulgación del informe de sostenibilidad del año 2013. Desde una mirada histórica, institucional y política se prevé presentar el contexto en que ha emergido, evolucionado y desarrollado la empresa a la luz de la teoría de la ciudadanía corporativa. Por tanto, este acápite está estructurado de la siguiente manera. En primera instancia, se presenta el contexto histórico en que ha emergido Cerro Matoso S.A. En segundo lugar, se identifica el papel que ha asumido la empresa frente a las acciones de responsabilidad social a nivel internacional, nacional y local. Por otra parte, se exponen los principales conflictos generados en torno a la empresa a causa de su operación. Finalmente, unas breves conclusiones dan lugar al cierre del capítulo.

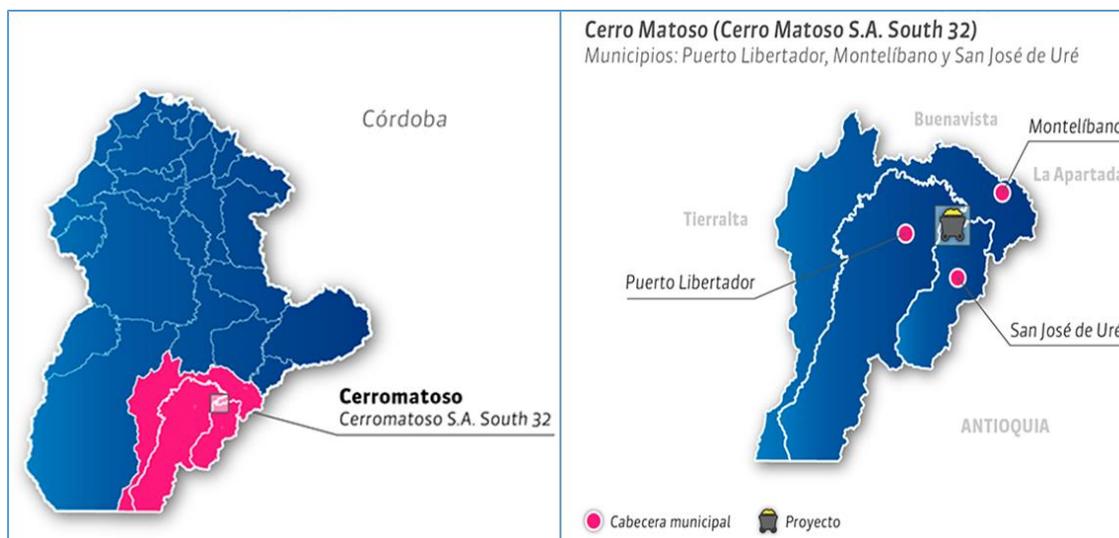
4.1. Cerro Matoso S.A.

Cerro Matoso S.A. es una empresa extractivista ubicada en el departamento de Córdoba en la subregión del Alto San Jorge en los municipios de Montelíbano, San José de Uré y Puerto Libertador. Se dedica a la explotación y transformación de Níquel en ferroníquel. Es dueña de la mina más grande de níquel de Latinoamérica y la cuarta más grande de níquel en el mundo. Ubicada en el sur de Córdoba en el km 22 del municipio de Montelíbano, tiene por casa matriz a la multinacional australiana South32.

El casco urbano más cercano a la mina es la vereda Pueblo Flecha. Todo este territorio antes de empezar la explotación de Níquel era ocupado desde tiempos inmemoriales por el pueblo indígena Zenú, el cual se caracteriza por su complejo sistema hidráulico y por su labor agropecuaria y artesanal. Luego de ello, el territorio fue compartido por campesinos mestizos que trabajan la tierra, realizan pesca y caza, esto por las condiciones de biodiversidad y de riqueza hídrica de la región (Falchetti, 1996; Larraín, 2015).

Además, el territorio donde se ubica la mina se ha desenvuelto en escenarios del conflicto interno armado colombiano, puesto que allí fueron conformados los grupos paramilitares más relevantes y con mayor actuación como las Autodefensas Campesinas de Córdoba y Urabá-ACCU, Autodefensas Unidas de Colombia-AUC y posteriormente las Bandas criminales-BACRIM; así como la presencia de grupos guerrilleros como el Ejército Popular de Liberación-EPL, las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia-FARC y en menor medida el Ejército de Liberación Nacional-ELN. Además, es un punto estratégico para las rutas del narcotráfico. Por ello, confluyen allí diversidad de intereses que están en constante conflicto (MOE-Corporación Nuevo Arcoiris, 2010).

Figura 5. Mapa de Alto san Jorge y localización Cerro Matoso S.A.



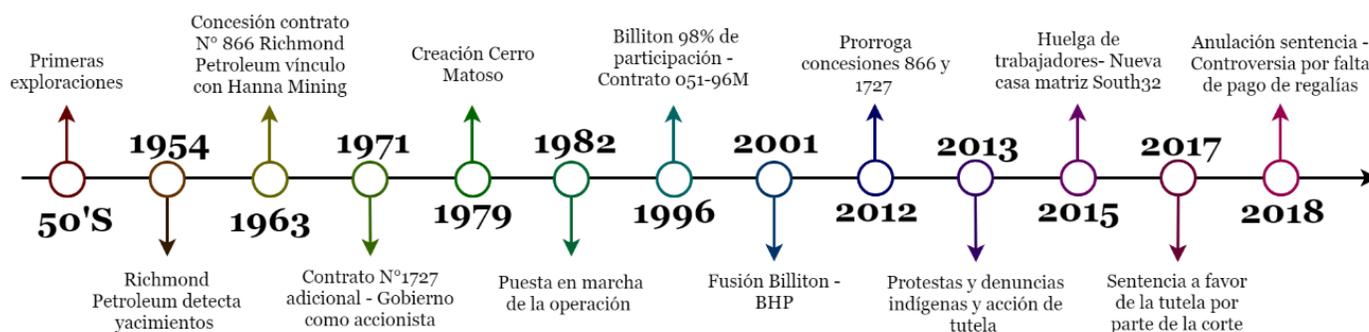
Fuente: Tomado de <https://www.minminas.gov.co/pine-cordoba>

4.1.1. Contexto histórico de Cerro Matoso S.A.

En el libro conmemorativo “Cerro Matoso: 30 años creciendo junto a Colombia” (Cerro Matoso S.A., 2013), se cuenta que el comienzo de Cerro Matoso S.A. se remontan a la década de los 50’s con las primeras exploraciones del geólogo Chileno Enrique Hubach, quien trabajaba para la petrolera Shell. Su misión era la búsqueda de yacimientos de petróleo, pero fue en lo que hoy es Cerro Matoso donde encontró Níquel.

Frente a esta noticia, la petrolera Richmond Petroleum Company inicia en 1956 negociaciones con el gobierno para obtener concesiones para extraer hierro, cobalto y níquel. Conforme a esta negociación, en 1963 se llega a un acuerdo y se suscribe la concesión N° 866 quien daba a Richmond Petroleum Company 30 años de permiso para explotación de 500 hectáreas. Sin embargo, la petrolera no tenía experiencia en la extracción de níquel, por tanto, se vinculó con Hanna Mining Co., empresa estadounidense experta en el procesamiento de hierro (Cerro Matoso S.A., 2013; Defensoría del pueblo, 2014).

Figura 6. Hitos históricos de Cerro Matoso S.A.



Fuente: Elaboración propia

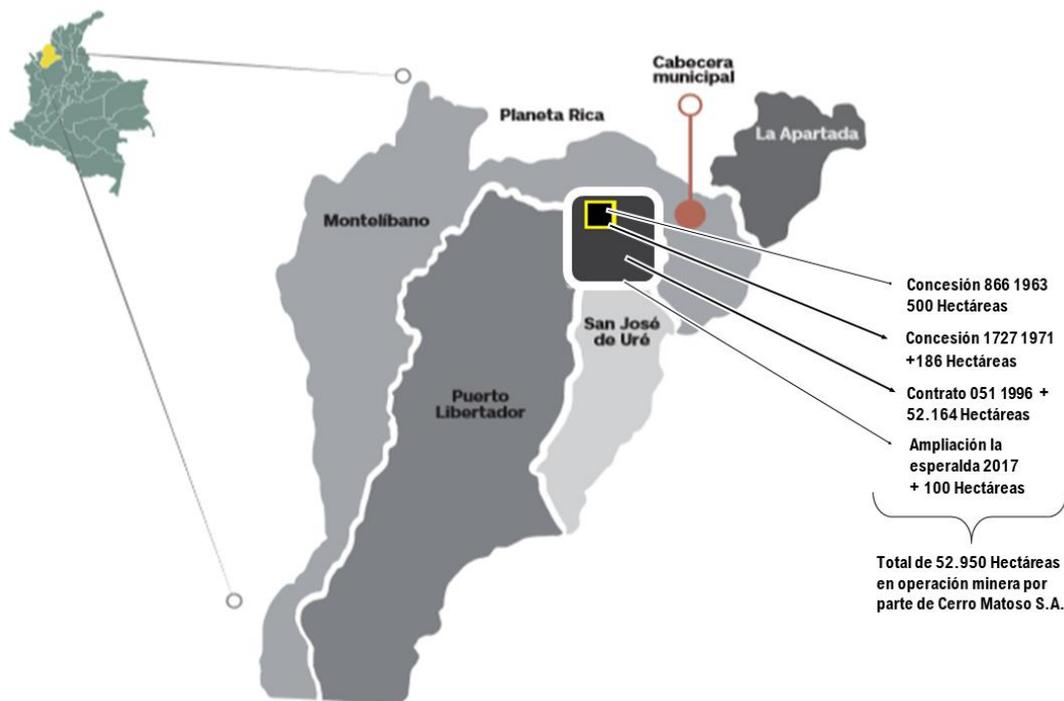
Asimismo, en 1971 se realiza otra negociación bajo la concesión N° 1727 que expande la operación de la mina en 186 hectáreas. Para esta nueva negociación el Estado colombiano entra como accionista del 33,4% de la empresa, representado por el Instituto de Fomento Industrial IFI. Además, Richmond Petroleum pasó a ser Chevron Petroleum Company of Colombia quien cedió a IFI una tercera parte de los derechos y dos terceras partes a la Compañía de Níquel SA – Conicol S.A.

Para este momento, IFI poseía el 44% de la participación y Conicol S.A. el restante. Sin embargo, para 1979 la compañía británica Billiton decidió participar en el negocio debido a su alta capacidad de retorno, creándose así Cerro Matoso SA. Con el nuevo inversionista, la participación quedó de la siguiente forma: IFI-Econíquel 45%, Billiton 35% y Hanna Mining 20%.

Para 1989 Hanna Mining Co vendió su parte de Conicol S.A. a Billiton, quedando esta última con el 55% de participación y el IFI con el 45%. De este modo, la participación estatal se redujo, teniendo Cerro Matoso S.A. cada vez más capital privado. Posteriormente, el impulso privatizador del neoliberalismo propició en 1996 que el Estado colombiano vendiera su participación del IFI a Billiton. Con ello, la compañía británica quedó con una participación del 98% siendo el dueño indiscutible de Cerro Matoso (Sarmiento , 2013).

Para ese mismo año (1996), se otorga una nueva concesión mediante el contrato 051-96M con vigencia hasta el 2012. En esta nueva concesión se otorgó permiso para operar en 52.164 hectáreas. Para el 2001 Billiton se fusiona con la compañía australiana BHP para crear BHP Billiton y ser la nueva casa matriz de Cerro Matoso SA. Con 52.850 hectáreas distribuidas en los municipios de Montelíbano, Puerto Libertador y San José de Uré en Córdoba. Por tanto, se convierte en la mina de níquel a cielo abierto más grande del continente y la cuarta mas gran del mundo (Defensoría del pueblo, 2014).

Figura 7. Evolución de las concesiones y número de hectáreas otorgadas a Cerro Matoso S.A.



Fuente: Elaboración propia

Para el año 2012 las vigencias de las concesiones 866 de 1963 y 1727 de 1971 expiraron, razón por la cual el Estado debió asumir la operación de la compañía. Sin embargo, bajo la presidencia de Juan Manuel Santos un otrosí al contrato 051-M96 del año 2012 prorrogó la concesión de Cerro Matoso a BHP Billiton hasta el año 2029 con posibilidad de extensión hasta el año 2044 (Agencia Nacional de Minería, 2013).

4.1.2. La incidencia de Cerro Matoso

El ser humano con el desarrollo de tecnologías ha usado los materiales de la tierra para suplir sus necesidades. Estos materiales han sido usados para distintos fines. Los principales fueron el bronce, la plata y el oro, puesto que se encontraban en la superficie de la tierra. Con el transcurrir del tiempo y con las nuevas tecnologías, se evidenció que en la litosfera de la tierra se encontraban diversidad de metales y minerales, los cuales empezaron a ser extraídos.

Uno de esos metales que hoy en día es usado en variedad de utensilios de la vida del ser humano es el níquel, el cual es el segundo más abundante luego del hierro. Su uso data desde el siglo IV A.C. pero fue hasta 1751 considerado un elemento químico de número atómico 28 y peso atómico 58,7. El níquel es metálico magnético de aspecto blanco plateado y es generalmente usado para la producción de acero inoxidable y en aleaciones (Defensoría del pueblo, 2014). Por tanto, en el auge del desarrollo de la tecnología entre las décadas de 1970 y 1980, su extracción, producción y uso

aumentaron exponencialmente a causa de ser consumido en baterías de videocámaras y cámaras, computadores portátiles y teléfonos celulares (Cerro Matoso , 2017).

En este contexto, Cerro Matoso S.A. es una de las mineras encargadas de extraer este material para su comercialización. Siendo una de las más grandes del mundo y de las que mayor producción tiene; es importante para los productores de tecnología y utensilios, asimismo para el gobierno por el aporte en regalías y, para los pobladores de la zona de influencia. Por tal razón, su existencia es relevante para distintos fines e intereses que se analizan desde su significado a nivel internacional, nacional y local.

4.1.2.1. Internacional

La casa matriz de Cerro Matoso S.A. es South32, empresa de extracción de diferentes recursos naturales no renovables; tiene presencia en cinco zonas, USA, Australia, África del sur y América del sur. Es dueña del 99.9% de Cerro Matoso S.A. siendo esta una de las mayores productoras de níquel a nivel mundial (Cerro Matoso S.A., 2013). Con Cerro Matoso y sus tres líneas, se produce aproximadamente 350 mil libras de níquel por día que son exportadas a diferentes partes del mundo como lo muestra la tabla 2.

Tabla 2. Destino de las exportaciones de la producción de Níquel

País destino	% de la producción	N° de toneladas
China	36%	13.375
Japón	16%	5.876
Corea del Sur	13%	4.651
India	10%	3.561
Holanda	9%	3.144
España	5%	1.964
Estados Unidos	5%	1.761
Taiwán	4%	1.446
Sudáfrica	3%	963
Colombia	0%	13

Fuente: Elaboración propia a partir de Reporte de sostenibilidad 2016 (Cerro Matoso , 2017)

Los yacimientos de níquel en el mundo son pocos, pero con alta concentración de este mineral. Algunas minas se encuentran en Indonesia, Filipinas, Canadá, Australia, Brasil, Cuba y Colombia. La mina colombiana es la mina de níquel a cielo abierto más grande del continente y la cuarta en el mundo. Lo anterior la hace estratégica para los intereses de South 32, ya que es la única mina de níquel perteneciente a esta trasnacional, que le representa 7% del Beneficio antes de Intereses, Impuestos, Depreciaciones y Amortizaciones, por sus siglas en inglés EBITDA, además, de producir el 3,5 % del níquel del mundo. Cabe mencionar que South32 cotiza en la bolsa de valores de Australia, Johannesburgo y Londres, siendo el níquel un producto clave en sus resultados y predicciones (Souht32, 2018).

4.1.2.2. *Nacional*

La influencia que tiene Cerro Matoso a nivel nacional, desde un aspecto económico, se basa en regalías e impuesto. Se estima que los ingresos que tiene el Estado por Cerro Matoso representan medio punto del PIB que en sus primeros 32 años correspondieron a 1,5 billones de pesos. De igual forma, las regalías que Cerro Matoso transfiere al Estado representan el 2,5% del total (Contraloría General de la República, 2018; Vilorio de la Hoz, 2009). Por otro lado, se calcula que anualmente se paga 61 mil millones de pesos entre impuesto de renta, patrimonio y 4 x mil (Agencia Nacional de Minería, 2012; Cerro Matoso S.A., 2013).

Asimismo, entre el año 2012 y el año 2018 el Estado recibió por concepto de regalías por parte de Cerro Matoso S.A. 712 mil millones de pesos, aproximadamente, correspondiente a la extracción de 662 millones de libra de níquel. En la tabla 3 se muestra los datos por año.

Tabla 3. Libras extraídas y regalías entre el año 2012 y 2018

Año	Libras	Valor regalías
2012	115.462.366	126.075.603.696
2013	108.731.702	97.917.774.854
2014	90.877.272	102.174.935.125
2015	80.844.589	81.067.944.084
2016	81.772.590	65.847.763.993
2017	89.519.871	93.046.307.547
2018	94.919.782	146.685.073.774
Total	662.128.172	712.815.403.073

Fuente: Elaboración propia a partir del Sistema General de Regalías (2019)

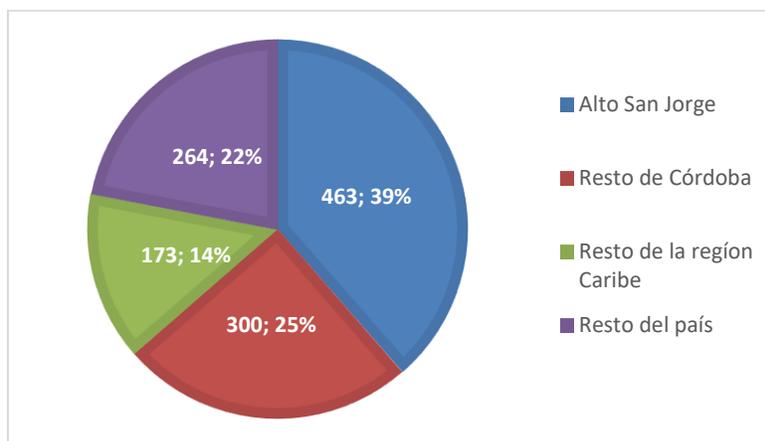
Adicional, la Agencia Nacional de Minería (2012) expresa que con la prórroga del contrato M96 el país recibirá cerca de 11 billones de pesos adicionales hasta el 2044, este valor correspondiente a regalías, impuestos y compensaciones. Además, exalta que el Estado, con esta cifra, aumentará en 6 puntos su participación respecto a los ingresos totales generados por Cerro Matosos S.A. que corresponden al 51%. Asimismo, afirma que este porcentaje es uno de los mayores respecto a la participación del Estado en las operaciones extractivistas de níquel en el mundo.

4.1.2.3. *Local*

Respecto a la incidencia de Cerro Matosos a nivel local, se presentan diversos aspectos para resaltar. Por una parte, las regalías en un principio eran giradas totalmente a la Corporación Autónoma Regional del Valle del Zenú-CVS y, luego de ello, se distribuyen entre la CVS y los municipios del Altos San Jorge; Montelíbano, La Apartada, Puerto Libertador y San José de Uré. Las regalías representan en gran medida el desarrollo social de la región.

Frente a su cadena de suministro, Cerro Matoso S.A. en su informe de sostenibilidad (2013) presenta que el 86% del total de proveedores son nacionales que corresponde a 574 mil millones de pesos, el 12% a suministro local con 78 mil millones de pesos y el 2% a suministro internacional. Por otro lado, para el año 2013, Cerro Matoso pagó por concepto de salarios y beneficios 206 millones de pesos. Los cuales fueron dirigidos a los 1.200 empleados directos y a los 1.036 contratistas que tiene la minera. De los 1.200 empleados directos el 64% son oriundos del departamento de Córdoba, mientras que el 36 % provienen del resto del país.

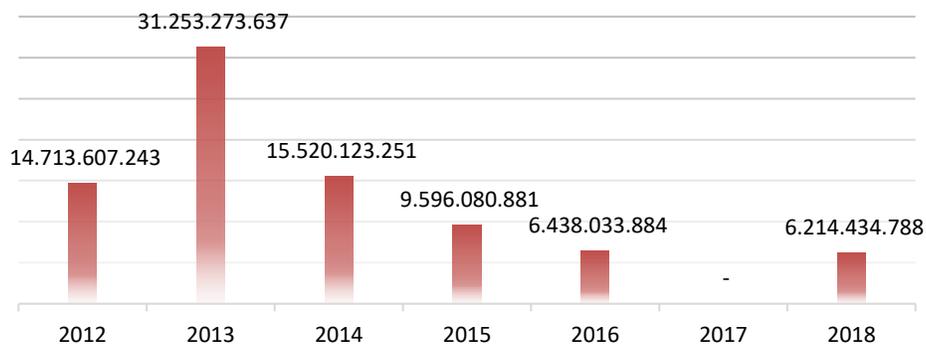
Figura 8. Número de empleados de CMSA por zona de procedencia



Fuente: Elaboración propia a partir de Informe de sostenibilidad 2013

Frente a la distribución de regalías correspondientes a la operación minera de Cerro Matoso S.A., la figura 9 muestra el valor monetario que recibió la subregión del Alto San Jorge que comprende los municipios de Montelíbano, Puerto Libertador y San José de Uré entre los años 2012 y 2018. El año 2013 fue el año que mayores recursos giró el Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Mientras que para el año 2017 no hubo recursos girados.

Figura 9. Montos girados por parte del Ministerio de Hacienda y Crédito Público a los municipios de la zona de influencia de CMSA



Fuente: Elaboración propia a partir del Sistema General de Regalías (2019)

4.1.3. Actuación de Cerro Matoso S.A.

4.1.3.1. La RSE desde Cerro Matoso S.A.

Al ser Cerro Matoso S.A. una empresa minera, su operación gira en torno a una serie de debates, controversias y pugnas a causa de las implicaciones ambientales, políticas, económicas y sociales que presenta. Por tanto, la divulgación de información es un eje clave en las dinámicas de la empresa, puesto que, al ser un puente de comunicación con los grupos de interés, también, presenta a la empresa como un ciudadano el cual debe enmarcarse en ciertas obligaciones y deberes que armonicen la relación en sociedad. Así como también, un sujeto de derechos que cumple una función en la organización social.

En tanto, la empresa jerarquiza los grupos de intereses que están de alguna forma implicados en la operación de la mina. En un primer grupo se encuentran la casa matriz, los empleados, las fundaciones, los sindicatos, los contratistas, los directivos, las familias de los trabajadores, y los convenionados. Luego de ello, en un segundo grupo están presentes el Estados, los proveedores, las ONG's, la comunidad, las entidades de control, los medios de comunicación, la academia, el sector privado y los gremios. Y, en tercer grupo los demás actores que tengan alguna implicación o interés en Cerro Matoso S.A.

Figura 10. Grupos de interés de Cerro Matoso S.A.



Fuente: Obtenido de Informe de sostenibilidad (Cerro Matoso S.A., 2013)

Partiendo de lo anterior, a través de las fundaciones Cerro Matoso, Panzenú y Fundación Educativa Montelíbano, se ejecutan las prácticas de RSE que se derivan en una contribución hacia los aspectos sociales, económicos y ambientales de la empresa y su entorno. Por tanto, han desplegado una carta

de valores como base para las actuaciones que realizarán en el marco de su RSE. Esta carta, tiene seis aspectos: la sostenibilidad, la integridad, el respeto, el desempeño, la simplicidad y la responsabilidad. Basado en ello, la empresa direcciona su actuación enmarcando sus actividades a estos aspectos (Cerro Matoso S.A., 2013).

Figura 11. Carta de valores de Cerro Matoso S.A.



Fuente: Obtenido de Informe de sostenibilidad (Cerro Matoso S.A., 2013)

Desde la puesta en marcha de la operación extractivista de Cerro Matoso S.A, se creó la Fundación San Isidro, quien se encarga de la dimensión social y la inversión que tiene que hacer la empresa con su área de influencia. Para el año 2012, la fundación San Isidro pasó a llamarse Fundación Cerro Matoso, es encargada de estructurar y ejecutar proyectos sociales en cuatro áreas de intervención: desarrollo económico, educación, fortalecimiento institucional, salud y ambiente. Respecto al desarrollo económico, tiene programas de seguridad alimentaria, proyectos de emprendimiento por parte de la comunidad y un programa de desarrollo de proveedores en el cual se impulsan empresas locales proveedores de bienes y servicios para el sector minero energético (Fundación Cerro Matoso, 2019).

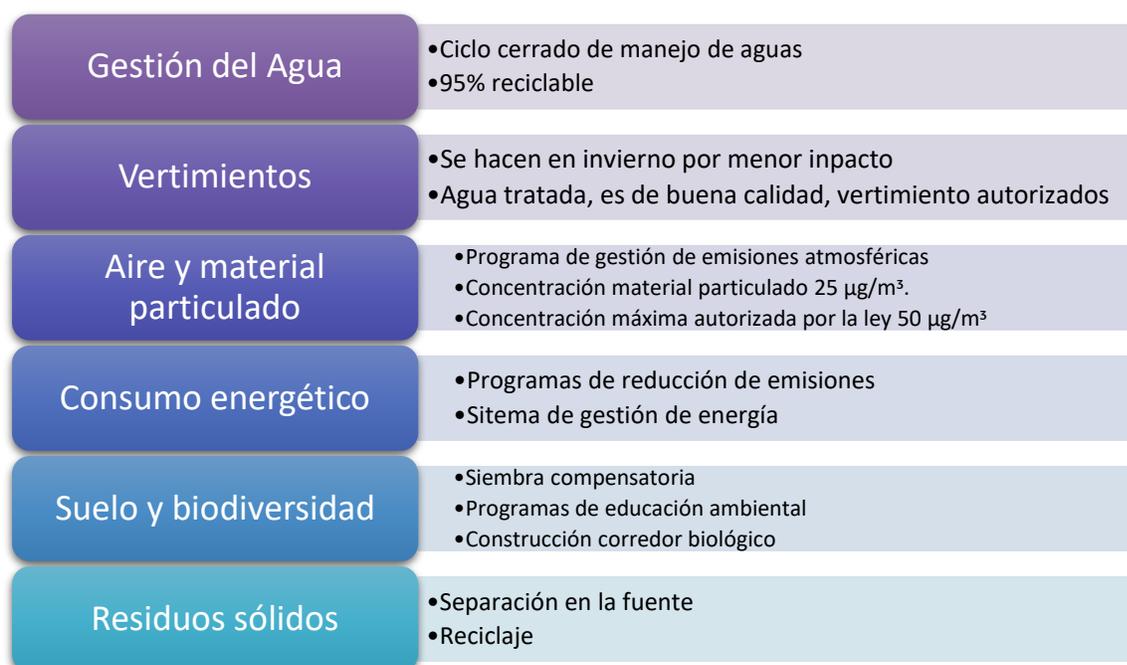
Respecto al área de educación, La fundación cuenta con un programa de fortalecimiento de calidad de instituciones educativas del Alto San Jorge. En el marco de este programa, se han fortalecido más de 5 instituciones educativas. Además, de contar con un programa de becas para educación superior, técnica y tecnológica para jóvenes de las comunidades aledañas. Frente al fortalecimiento institucional, se refiere a la generación de redes de apoyo y capacitaciones para la comunidad. Por otro lado, en el área de salud y ambiente, pretende fortalecer la red de servicios de salud y promover buenas condiciones sanitarias.

Paralelo a lo anterior, Cerro Matoso S.A. constituyó dos fundaciones más, la Fundación Panzenú y la Fundación Educativa Montelíbano-FEM. La Fundación Panzenú se encarga de los servicios

de salud y bienestar. Brinda capacitaciones al personal que trabaja en el área de salud en el sur de Córdoba, presta servicios ambulatorios tanto a los empleados como a la comunidad. Además, de construir tres hospitales en los pueblos de Montelíbano, la Apartada y Puerto Libertador. Por otra parte, la Fundación Educativa Montelíbano-FEM quien se encarga de los programas de educación para los empleados y sus familias. Asimismo, cuenta con el Club Deportivo FEM, un proyecto de género y programas de apoyo pedagógico.

Respecto a su RSE frente al medio ambiente, se construyó el Parque Ecológico de Montelíbano, área de 70 hectáreas con diferentes actividades educativas. Cerro Matoso afirma haber invertido para el año 2013 21.000 millones de pesos para la gestión ambiental. Este dinero ha sido destinado para la gestión de agua, los vertimientos, la gestión del aire, la gestión energética, la preservación del suelo y la biodiversidad y la gestión de residuos sólidos (Cerro Matoso S.A., 2013; Fundación Cerro Matoso, 2019). Tal como lo muestra la figura 12.

Figura 12. Gestión ambiental de Cerro Matoso S.A.



Fuente: Elaboración propia a partir de informe de sostenibilidad (Cerro Matoso S.A., 2013)

Sumado a todo lo anterior, en el año 2013 se suscribe La Alianza por lo Social para el Alto San Jorge, alianza-pública privada entre Cerro Matoso, el SENA, las alcaldías de La Apartada, Montelíbano y Puerto Libertador y el programa de Prosperidad Social del gobierno. Con este proyecto se intensifica el acaparamiento que tiene la empresa en temas de índole social y se convierte en un actor clave en la región.

Dentro de esta alianza, se han realizado diferentes actividades. Entre estas se encuentran: la construcción del centro de formación del SENA para el Alto San Jorge, el centro de desarrollo infantil los Cisnes, la ruta deportiva de Montelíbano, el fortalecimiento de 7 colegios, el

saneamiento del agua para algunos municipios, un portal de la cultura en La Apartada, una biblioteca y la construcción de 300 casas para los indígenas de Pueblo Fecha.

4.1.3.2. Cerro Matoso bajo GRI

Cerro Matoso S.A. anualmente realiza informes de sostenibilidad conforme a la Global Reporting Initiative (GRI), organización que expide parámetros para presentar dicha información. Este informe, con el fin de dar a conocer las situaciones de impacto y las actividades de mitigación y fortalecimiento de la alianza con la comunidad del sur de Córdoba, es la carta de presentación a la sociedad de la minera.

Desde la década de los 90's, Cerro Matoso ha presentado informes o balance sociales con el fin de mitigar las controversias a las cuales ha estado expuesto, allí presentaba en gran medida el trabajo de sus fundaciones. Ya para el año 2012 presenta su primer informe de sostenibilidad basado en las dimensiones sociales, ambientales y económicas del Desarrollo Sostenible bajo los parámetros de la guía GRI-G3. Desde el año 2012 hasta el año 2016, ha presentado consecutivamente este tipo de informes. Además de ello, en los informes se presentan los distintos parámetros y pactos a los cuales está suscrito y ha adoptado. Entre estos se encuentra, el Pacto Global, los Objetivos del Desarrollo Sostenible, ISO26000, ISAE3000, ICMM, EITI, entre otros.

Figura 13. Bases de los Informes de sostenibilidad de Cerro Matoso S.A.



Fuente: Elaboración propia

4.2. Controversias, debates y denuncias

Antes de la década de los años 70's y la entrada de la crisis ambiental no se tomaban en cuenta las afectaciones que el extractivismo traía con su operación. Estas afectaciones pasaron al debate global por las diferentes denuncias de las comunidades que alegaban ser afectadas. Además, también existían denuncias por parte de los defensores de Derechos Humanos y activistas ambientales (Alimonda, Toro, & Martín, 2017). Al pasar el tiempo y, con un impacto innegable en el ambiente y en la sociedad, entra a debate la actuación de la empresa y su responsabilidad con su

entorno. Conforme a ello, la responsabilidad social se posiciona como un tema clave en el ámbito empresarial y, más significativamente en las operaciones de explotación de recursos naturales. Sin embargo, con toda la regulación ambiental y social que se desarrolló, con los pactos suscritos y con los objetivos del Desarrollo Sostenible, las empresas mineras se encuentran en constante controversia debido a la movilización social que ha surgido en contra de sus actividades (Carvajal, 2016; Vélez, 2014).

Frente a esta situación, Cerro Matoso S.A. no se encuentra exento, dado que, desde las primeras exploraciones, la comunidad ha denunciado afectaciones. Estas denuncias se acrecentaron a partir de los años ochenta cuando la mina empezó la explotación de níquel. El diario El Tiempo en su especial “El pueblo Zenú acorralado por el desarrollo” (2019) presenta un estudio de campo en el cual se evidencian diferentes afectaciones que ha sufrido la zona de influencia de la mina. Asimismo, Álvaro Idrovo (2017) presenta la percepción de contaminación que tiene la comunidad indígena, quienes alegan contaminación por parte de Cerro Matoso S.A. desde prácticamente la puesta en marcha de la empresa. Por lo anterior, sobre la minera recaen denuncias sobre acaparamiento de predios, diferentes formas de contaminación, enfermedades, no pago de regalías y entre otros.

4.2.1. Acaparamiento territorial

Antes de empezar las exploraciones para la futura explotación de níquel, el Alto San Jorge era una tierra habitada por indígenas Zenú que se dedicaban principalmente a la agricultura, la caza, la pesca y la siembra de caña flecha. Los territorios en que hoy opera la mina eran territorios ocupados por más de 5 siglos por los indígenas del pueblo Zenú y campesinos mestizos (Ministerio de Cultura, 2010; Falchetti, 1996). Según el cacique indígena Israel Manuel Aguilar en entrevista con Vanessa Vallejo (2018), con la llegada de Cerro Matoso, los indígenas tras estar perdiendo su identidad fueron acorralados al lado de la mina, sin tierra y desconocidos por el Estado. Además, en el artículo de la revista Semana “Cerro Matoso: Mina rica, pueblo pobre” (2012), se muestra que una de las poblaciones más afectada es el cabildo indígena Unión Matoso que se encuentra en Pueblo Fecha. Este grupo de indígenas se encuentra a menos de 800 metros de la mina, llamándolo en el artículo como el pueblo más “miserable de Colombia” al estar al lado de una empresa que produce mucha riqueza que ellos no evidencian, ni siquiera por parte de las regalías, dado que según la investigación de Manuel Sarmiento (2013) estas regalías se pierden en la corruptela de la gobernación local.

Además de lo anterior, con la exploración y explotación del territorio, los municipios aledaños sufrieron una fuerte sobrepoblación que aumentó el costo de vida (Larraín, 2015). Asimismo, según El Espectador en su artículo “Cerro Matoso nos está matando” (2013) con la entrada de las multinacionales, se comenzó la compra de terrenos para la explotación, sin embargo, esta compra de terrenos no se dio por los valores reales, sino por paupérrimas sumas que han sido denunciadas por los pobladores. Esto ha conllevado a mayor desigualdad en el territorio y a la creciente pobreza, puesto que hubo grandes olas de movilización poblacional desde lo rural hacia los cascos urbanos (Defensoría del pueblo, 2014).

Otro rasgo por mencionar es que en el informe de la Defensoría del Pueblo (Defensoría del pueblo, 2014) se afirma que Cerro Matoso se ha valido del acaparamiento territorial para restringir la movilidad dentro de los territorios ancestrales y para tomar de forma ilegal terrenos baldíos del Estado. Además, en el reportaje de Vanessa Vallejo (2018) se denuncia un aprovechamiento por parte de la minera en cuanto a los factores sociales que están presentes en el territorio, como lo son la riqueza en materia de recursos naturales, el abandono de tierras por la violencia, el desplazamiento forzado por parte de grupos armados y los cultivos ilícitos, ya que hace a la población vulnerable frente al poder de la multinacional

Como consecuencia de lo anterior, se cuestiona la pertenencia de la minera en términos de garantía del derecho al territorio de los indígenas. Frente a ello, los indígenas Zenú con 20 años de movilización social por el derecho a su territorio ancestral, han enfrentado a la multinacional con diferentes protestas y denuncias, que han pensado llevar a la Comisión Internacional de Derechos Humanos-CIDH y la Corte Penal Internacional-CPI si las autoridades nacionales no cumplen con su obligación de proteger su cultura y cosmovisión (Vallejo, 2018; Falchetti, 1996).

4.2.2. Impactos ambientales

Por su parte, los impactos ambientales han sido uno de los asuntos más sensibles en los cuestionamientos a Cerro Matoso S.A. Tanto en los artículos de prensa de Semana (2012), El Espectador (2013), El Tiempo (2013) los informes del La Defensoría del Pueblo (2014) y el Centro de Investigación y Educación Popular-CINEP (2016), así como también diferentes estudios como Idrovo, Rivero y Amaya (2017), Madrid, Gracias y Marrugo (2011), Marrugo, Riveros y Amaya (2014) y (Pérez, 2014) se muestra Cerro Matoso S.A. ha sido responsable de la alteración de la organización natural del territorio y de la contaminación hídrica, atmosférica, del suelo y auditiva. Debido a esto, a continuación, se describe cada uno de los impactos ambientales que se le atribuyen a la minera.

4.2.2.1. Contaminación hídrica

Referente a la contaminación hídrica, Cerro Matoso es acusado de contaminar diversas fuentes hídricas. Para comenzar, la Defensoría del Pueblo (2014) afirma que el tratamiento al agua que hace Cerro Matoso no es suficiente para no alterar la composición del agua y no contaminarla, perjudicando así a la población. Además, según el CINEP (2016) la empresa taponó por temporadas la cabecera de la quebrada Zaino Macho; al realizar esta acción dejó sin fuente hídrica a las poblaciones aguas abajo. Además, cuando es descanalizada el agua llega a la población en malas condiciones.

Asimismo, en el informe de la Defensoría del pueblo (2014) y en el artículo de Semana “Cerro Matoso: mina rica, pueblo pobre” (2012) se le atribuye a Cerro Matoso la contaminación del río San Jorge y del río Uré a causa del material particulado, el cual es una mezcla de partículas tanto sólidas como líquidas suspendidas en el aire, que proviene de residuos químicos de la mina. Sumado a lo anterior, al estar contaminada el agua se ha presentado el deterioro y la desaparición

de fauna y de flora, como es el caso de las garzas y los peces, perjudicando la siembra de la caña flecha. Es así, que en el especial de El Tiempo “El pueblo Zenú está acorralado por el desarrollo” (2019) se evidencia la preocupación de la comunidad por la contaminación de sus fuentes hídricas que suplen a toda la zona de influencia de la mina, acarreándoles enfermedades.

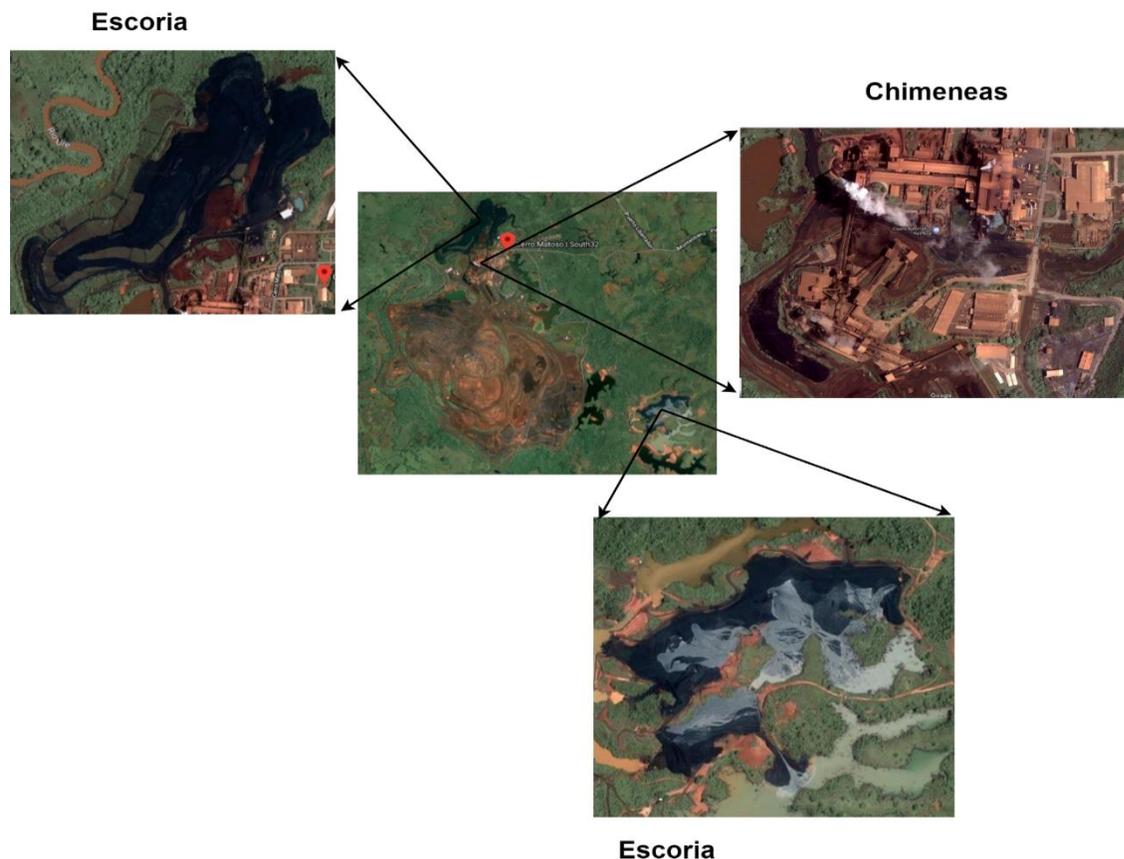
Además de lo anterior, en el estudio de Madrid, Gracias y Marrugo (2011), se realizó un estudio sobre la concentración de metales pesados en la cuenca del río San Jorge, en ella encontraron, que metales como mercurio, plomo, cadmio, zinc se encuentran alojados en el agua como producto de las diferentes actividades mineras de la zona, una de ellas, la extracción de níquel por parte de Cerro Matoso S.A. Estos metales pesados, son peligrosos y tóxicos.

4.2.2.2. Contaminación atmosférica

Según la Defensoría del Pueblo (2014), la Corporación Autónoma Regional del Valle del Zenú le otorgó a Cerro Matoso S.A. permiso para 13 chimeneas. De estas chimeneas sale material particulado con alto grado de monóxido de carbono que se esparce por todo el territorio. Por otro lado, el polvo sobrante del proceso de purificación del ferroníquel, llamado escoria, es depositado a cielo abierto a un kilómetro de Pueblo Fecha y demás asentamientos. Basado en las entrevistas del reportaje de El Tiempo (2019) la escoria llega a las poblaciones generando rasquiña, ardor y piquiña en la piel de los habitantes, además de ardor y ojos rojos. En esa misma vía, la escoria además de ser un contaminante del aire es uno de los principales contaminantes del agua que consumen todos los pobladores.

Por su parte, Marrugo, Rivero y Amaya (2014) en su estudio sobre la deposición atmosférica de metales pesados, recolectaron muestras de posibles contaminantes químicos suspendidos en el aire. Se comprobaron concentraciones elevadas en las inmediaciones de la mina, que se asocia la contaminación atmosférica con enfermedades respiratorias y cardiovasculares.

Figura 14. Imagen satelital de Cerro Matoso S.A. con énfasis en las chimeneas y los botaderos de escoria



Fuente: Elaboración propia a partir de Google Maps

4.2.2.3. Contaminación del Suelo

El alto San Jorge es caracterizado por la siembra de caña flecha, que es la materia prima para la elaboración del sombrero vueltiao (Larraín , 2015). Además de ello, se caracteriza por su suelo fértil y rico en frutales y cosechas, esto como herencia de los procesos hidráulicos de los Zenúes (Larraín , 2015; Falchetti, 1996). No obstante, según El Tiempo (2019), Semana (2012) y el CINEP (2016), desde las primeras explotaciones de níquel, las condiciones favorables del suelo han venido cambiando. A lo largo de los últimos 40 años la composición del suelo ha cambiado a raíz de los procesos mineros, alterando la producción de los cultivos de comida y de la caña flecha, lo cual ha transformado las fuentes económicas de la región. Asimismo, al ser regados los cultivos con el agua de los ríos que están contaminados, las cosechas no son de la misma calidad y en ocasiones expanden los contaminantes hasta los consumidores (CINEP, 2016; MOE-Corporacion Nuevo Arcoíris , 2010).

4.2.3. Enfermedades

A raíz de los diferentes tipos de contaminación anteriormente descritos, se producen diversidad de enfermedades tanto en los trabajadores de la minera como en los pobladores más cercanos (CINEP, 2016). En el reportaje de El Tiempo (2019) se menciona por varios de sus entrevistados que desde que se posicionó la mina en la región, los indígenas han denunciado la proliferación de enfermedades como consecuencia de la operación minera. Además, también existen denuncias por parte de varios exempleados de la mina que fueron retirados de sus cargos por enfermedades en muchos casos cancerígenas (MOE-Corporacion Nuevo Arcoíris , 2010; Vallejo, 2018).

El níquel, recurso natural que explota Cerro Matoso, entra al cuerpo principalmente por los pulmones, el tracto gastrointestinal y la piel. Según la *International Agency for Research on Cancer* (2012) y el *National Toxicology Program* de los Estados Unidos (2014) el níquel es un material peligroso, con alta probabilidad de provocar cáncer nasal y de pulmón. La lista de afectaciones a la salud denunciadas es extensa, entre ellas se encuentra: dermatitis, pérdida de la visión, enfermedades genéticas, malformaciones, esterilidad, rasquiña, gripas, llagas, cáncer, enfermedades respiratorias, problemas motrices, erupciones cutáneas, alergias, brotes en la piel, envejecimiento prematuro, muertes por paro respiratorio, irritación de fosas nasales, boca, laringe y faringe, rinitis y sinusitis, y varios casos de abortos (CINEP, 2016; Defensoría del pueblo, 2014; Marrugo, Rivero, & Amaya, 2014).

Frente a las denuncias de la población, la Corte Constitucional le exigió a Medicinal Legal adelantar un estudio a la población sobre las posibles afectaciones. Este estudio se realizó con varios altibajos, lo que hizo prolongar su desarrollo por un tiempo considerable. Los resultados de este estudio no fueron concluyentes, en gran medida porque Medicinal Legal (2016) admitió que no contaba con las herramientas y equipos necesarios para saber a ciencia cierta si las enfermedades encontradas en la población las producía la operación de la mina. Frente a esta situación, los indígenas deciden valerse de una acción de tutela denunciando a la minera por contaminación y afectaciones a la salud, buscando la detención de la explotación e indemnización (Semana, 2012; Valencia & Acosta, 2015).

Es así, que como lo muestra el gráfico – la mina está rodeada de comunidades indígenas, fuentes hídricas y zonas boscosas ricas en flora y fauna. En el río Uré Cerro Matoso S.A. hace los vertimientos de aguas servidas de la operación. Este río a su vez desemboca en el río San Jorge el cual sule de agua a toda la subregión del Altos San Jorge (Defensoría del pueblo, 2014; Idrovo, Rivero, & Amaya, 2017). De igual forma, en el grafico – se evidencia la cercanía de las poblaciones a la minera y en específico el cabildo indígena La Libertad que se encuentra a 750 metros de uno de los puntos de desecho de escoria a cielo abierto. Por otro lado, se encuentra el cabildo indígena pueblo flecha a 902 metros de la mina siendo el más cercano a la operación (El Tiempo, 2019).

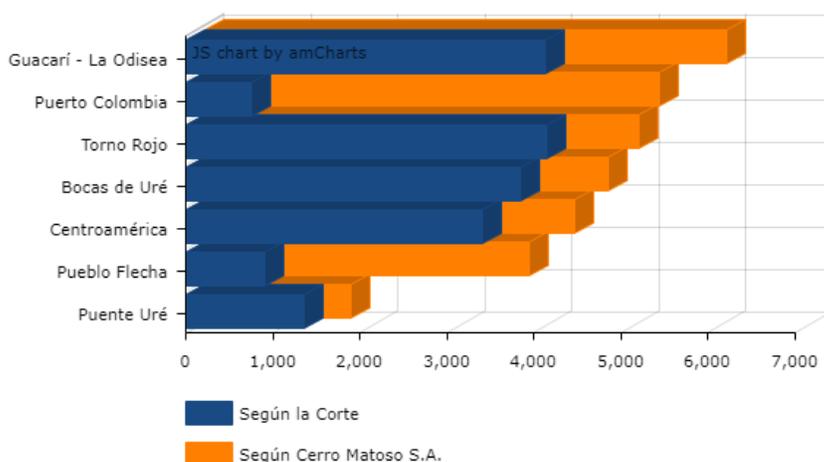
Figura 15. Confluencia comunidades indígenas, Cerro Matoso S.A. y fuentes hídricas



Fuente: Recuperado de El tiempo (2019)

Las distancias de las comunidades respecto a la minera que se muestran en la figura 15 son los datos que tiene la Corte Constitucional, sin embargo, Cerro Matoso S.A. expone otras. Es así, que en el reportaje de El Tiempo (2019) se hace el comparativo como lo muestra la figura 16 de las distancias que argumenta la Corte Constitucional y las que dice presenta Cerro Matoso S.A.

Figura 16. Distancia entre la mina de Cerro Matoso y los cabildos Zenúes



Fuente: Recuperado de El tiempo (2019)

4.2.4. Regalías

Los contratos 866 de 1963, 1727 de 1971 y 051 de 1996 con diferentes condicionamientos, responsabilidades y tarifas, tienen cada uno su propia base de liquidación de regalías. Según la Defensoría del Pueblo (2014) se calcula que en promedio Cerro Matoso ha girado, en estos 30 años de operación, 2 billones de pesos por concepto de regalías a la Nación colombiana.

No obstante, la Contraloría General de la República (2014) en los últimos 10 años ha venido investigando y auditando la liquidación y posterior desembolso de regalías al Estado Colombiano por parte de Cerro Matoso S.A. Esta investigación ha evidenciado varios casos de no pago de la totalidad de regalías. En un primer momento, en el 2011 anunció que Cerro Matoso dejó de pagar regalías por 36 mil millones de pesos. Para el año 2012 la cifra aumentó a 63 mil millones. Sin embargo, en el último comunicado del 2018 de la Contraloría Delegada para Minas y Energía se pudo evidenciar, que Cerro Matoso adeuda a la Nación cerca de 170 mil millones de pesos más intereses por concepto de regalías (Valencia & Acosta, 2015; Sarmiento, 2013).

Esta cifra la genera la Contraloría General de la República (2018) a partir de comprobar por medio de las bases de liquidación estipuladas en los contratos que, entre 1998 y 2003 se dejó de pagar 48 mil millones de pesos concernientes al contrato 866 de 1963; este no pago obedeció a deducciones de costos y gastos no estipuladas en los contratos. Igualmente, de este mismo contrato en el periodo 2007-2012 por concepto de menor valor por el pago de regalías se calcula que se adeudan 120 mil millones de pesos. Por otra parte, sobre el contrato 1727 de 1971 se dejaron de pagar regalías por 4 mil millones de pesos correspondientes a los años 2007, 2008 y 2011 (Contraloría General de la República, 2018).

Frente a estas acusaciones, Cerro Matoso en el año 2016 estaba en proceso de demanda hacia el Estado por las bases de liquidación de regalías, argumentando que las reglas de los contratos habían sido alteradas y las supuestas deudas no tenían peso. Por otro lado, frente a las últimas acusaciones de la Contraloría, la empresa rechazó el monto de la deuda y expuso que la única entidad que puede atribuirles a ellos una deuda es un juez. Por lo tanto, hasta cuando eso no se diera, ellos no reconocerían el no pago de regalías. Asimismo, alegan que esas regalías ya no tienen cabida porque son de concesiones ya terminadas y que se basaron en las estipulaciones de los contratos (Sarmiento, 2013).

4.2.5. Tutela, sentencia, y nulidad

Para el año 2013, los indígenas del pueblo Zenú protestaron en contra de la minera Cerro Matoso por afectar su salud, contaminar el medio ambiente y por contribuir con su pobreza. En el marco de la protesta, cerca de 2000 indígenas bloquearon y entraron al complejo minero, obligando a suspender la operación. Los indígenas exigían la conformación de una mesa de negociación donde fueran escuchadas sus denuncias y se pudiera hacer un acuerdo con la empresa. Sin embargo, dicha mesa no fue conformada y la situación de paro se prolongó, frente a este panorama, los líderes indígenas con la asesoría de un colectivo de abogados instauraron una acción de tutela contra Cerro Matoso (El Tiempo, 2013).

La tutela es presentada el 14 de septiembre de 2013 en la cual se denuncia a Cerro Matoso por contaminación ambiental, daños a los recursos naturales, lesiones personales con perturbación funcional del sistema respiratorio de carácter permanente y, además, deformidad física. Pidiendo como contraprestación una indemnización con la cual puedan sostenerse y reactivar los cultivos y la economía, creando un fondo especial de ecodesarrollo para administrar la indemnización. Además de ello, exigirle a Cerro Matoso actualizar la licencia ambiental y cumplir con lo pactado en tanto a la protección del medio ambiente y la salud de las personas (Defensoría del pueblo, 2014; El Tiempo, 2018).

Luego de cinco años, en diciembre del año 2017 la Corte Constitucional falló a favor de los indígenas con la sentencia T-733-17. En ella, se afirma que la empresa Cerro Matoso S.A. “ha incurrido en irregularidades e imprecisiones a lo largo de treinta y cinco años de exploración y explotación minera y ha incumplido las obligaciones ambientales que le han sido impuestas” (Corte Constitucional, 2017, pág. 368). Además de vulnerar los derechos fundamentales de la zona. Con ello, le exige a Cerro Matoso, crear el fondo de ecodesarrollo, preservar las consultas previas, tramitar una nueva licencia ambiental, reparar los daños de salud e indemnizar por más 300 millones de dólares a la población (Corte Constitucional, 2017).

No obstante, Cerro Matoso presentó un recurso de nulidad al fallo y, para septiembre del 2018 la misma Corte Constitucional aceptó la nulidad parcialmente, argumentado que cuando se formuló la sentencia se saltó el debido proceso. La Corte dejó en pie la obligación que tiene Cerro Matoso de tramitar de nuevo la licencia ambiental, de igual forma amparó la consulta previa y le exigió a la empresa que evaluara y resarciera las afectaciones sobre contaminación y daños a la salud. Lo

que sí anuló fue la indemnización para los indígenas alegando que detrás de ella habían intereses privados de abogados y que por medio de una acción de tutela no se podía pedir una indemnización colectiva y mucho menos de esas proporciones, pues causarían afectación a la operación de la empresa y así mismo a su mercado (El Tiempo, 2018).

4.3. Conclusiones

Al presentar la situación y las actividades desarrolladas por Cerro Matoso S.A. desde su surgimiento hasta la implementación de los informes de sostenibilidad, se evidencia el complejo panorama de su operación y en general del extractivismo en el territorio. Es así como su historia está enmarcada en fuertes debates sobre su operación. Puesto que desde que se conocieron los yacimientos de níquel en la década de los 50's y, posteriormente, el inicio de la extracción en los 80's, la relación con los indígenas Zenú ha sido punto de encuentros y desencuentros por las diferentes disputas que existen entre la empresa y los indígenas.

Sumando a la rareza que fue para los indígenas la llegada de la maquinaria pesada y de la compra de predios para la consolidación de la mina, la privatización de la minera en los 90's conllevó a que el Estado perdiera el control de la mina y se limitara a recibir regalías. Por otro lado, con el contrato 051-M96 Cerro Matoso S.A. aseguraba la propiedad de la mina hasta el año 2012, año en el que se negoció nuevos términos que llevaron por medio de un otrosí a prorrogar el contrato hasta el año 2029 con opción al año 2044. Esta negociación estuvo enmarcada por arduos debates sobre la viabilidad y el beneficio de preservar la mina.

Paralelo a lo anterior, desde la modificación del paisaje y el cambio en las dinámicas de los municipios cercanos a la mina, las denuncias por diversas afectaciones provenientes de la operación de la mina se hicieron y se hacen presentes por parte de las comunidades indígenas, activistas sociales y medio ambientales y defensores de derechos humanos. Por otro lado, la Contraloría General de la República afirma que la minera debe al Estado montos por concepto de regalías. En contraste con esta visión, en los informes de sostenibilidad de Cerro Matoso S.A. se presentan las diferentes iniciativas que estos han tenido para con su zona de influencia, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de los habitantes, además de afirmar que cumplen con todos los requisitos legales para realizar su operación, además de explicar por qué las acusaciones sobre el no pago de regalías no tienen fundamento.

Frente a todo lo anterior, cabría decir que confluyen en el territorio diversos intereses enmarcados en dos lógicas diferentes. Esto lo que ha llevado es a posicionar disputas tanto por el poder como por la verdad que no han sido concluyentes. En este panorama, el Estado, como actor mediador, era el que debería entrar a definir qué lógica se inscribe más a la realidad. No obstante, este se encuentra en un dilema, ya que la política de los gobiernos de las últimas 3 décadas ha sido el desarrollo económico a partir de la explotación y exportación de materia prima. Con lo cual, exhorta a la actividad minera, en este caso la exploración y explotación de níquel. Por otro lado, el Estado es responsable por atender las denuncias de la comunidad. Además, desde el derecho, este debe velar, desde los mecanismos más pertinentes, las actuaciones sujetas a la realidad para así

tomar partido. Frente al dilema, el Estado no ha sido concluyente y ha entrado como un tercer actor a las disputas que se están librando.

Aunque Cerro Matoso S.A. alega en los informes de sostenibilidad que se está actuado de forma ética y en pro de la sociedad y el medio ambiente, su posición contrasta con los discursos que se presentan por parte de las comunidades y por los diferentes informes de instituciones que evidencian prácticas irresponsables que afectan de forma considerable tanto a la población como al medio ambiente. Por lo que los informes de sostenibilidad han sido cuestionados sobre su veracidad y fiabilidad, debido a que una cosa es lo que dicen las empresas en la divulgación de información y otra la que dice la sociedad sobre los impactos que genera la minera.

5. Metodología

El presente capítulo tiene como objetivo presentar el marco metodológico con el cual se ha desarrollado la investigación. En este sentido, se plantea la estructura metodológica usada para obtener los resultados, seguido de la descripción del concepto de “representación” como categoría de análisis principal, tomando la representación de la realidad como un constructo social. Por otra parte, se presentan los planteamientos del Análisis Crítico del Discurso como estrategia de investigación, para develar los intereses subyacentes que conforman el informe de sostenibilidad. Por último, se describen las estrategias discursivas utilizadas por Cerro Matoso para realizar dicho análisis.

5.1. Posicionamiento y estructura metodológica

Con el objetivo de evaluar la representación de la realidad contenida en un informe de sostenibilidad, se asume un posicionamiento cualitativo para describir un fenómeno social a partir de rasgos determinantes (Bernal, 2010). Además, ontológicamente, la realidad se asume como una construcción social donde confluyen diversidad de realidades que se configuran a partir de los actores y su sentido individual (Ryan, Scapens, & Theobald, 2004). Con este posicionamiento se busca contribuir a la investigación contable alternativa, con el ánimo de evidenciar los alcances e influencias que tiene la contabilidad en la sociedad.

Como estrategia de investigación el Análisis Crítico del Discurso ACD, se utiliza para escudriñar las intenciones, sentidos y nociones del informe de sostenibilidad que motivan a representar la realidad de la empresa de determinada manera. Para tal fin, se usa un estudio de caso en tanto que permite “...el abordaje de lo particular priorizando el caso único, donde la efectividad de la particularización reemplaza la validez de la generalización” (Vasilachis, 2006, pág. 219). Con base en lo anterior, la empresa minera Cerro Matoso S.A. constituye nuestro caso de estudio haciendo énfasis en el informe de Responsabilidad Social Empresarial del año 2013. Se toma este informe al evidenciar que en el año 2013 se libraron diferentes dispuestas en el territorio donde se encuentra la mina, conllevando a grandes fluctuaciones tanto a nivel económico como social.

Dicho lo anterior, se trabaja desde las estrategias analítico-descriptivas del ACD por medio de las técnicas de análisis lingüístico, las cuales desde los fenómenos sociodiscursivos, se categorizan en Consistencia y Coherencia, Transformación y Legitimación y, éstas a su vez, poseen estrategias discursivas que se usarán para categorizar el informe (Pardo, 2013). Es así como, la presente investigación tiene un corte crítico-interpretativo, con el cual se evalúa la representación que hace la empresa de la realidad en su informe de sostenibilidad y analiza a profundidad las estrategias discursivas, para así formular juicios de valor producto de la evaluación.

En el nivel de los métodos, este trabajo se sirve del método hermenéutico, en tanto que permite interpretar en un sentido original los discursos sometidos a análisis, en este caso los discursos contenidos en el informe de sostenibilidad 2013 de Cerro Matoso S.A. Así, se ha buscado la interpretación y comprensión de los signos que están subyacentes en su representación. Esto con el ánimo de evidenciar las estrategias discursivas utilizadas y, posteriormente, la representación de la realidad empresarial expuesta en el informe de sostenibilidad señalado.

5.2. Categoría de análisis: La representación

Los informes de sostenibilidad se presentan como neutros y como un reflejo de la realidad: un espejo que refleja la verdad donde el mundo es transparente. Sin embargo, puede usarse como un instrumento para instaurar ideas, nociones y creencias permeadas por intereses particulares. Lo anterior, se logra usando estrategias discursivas, con las cuales se carga de sentido y de racionalidad a los informes. Es así como, para analizar y evidenciar la representación de la realidad descrita en el informe de sostenibilidad de Cerro Matoso S.A., se toma como categoría de análisis la “representación”, entendiéndose esta como la producción de sentido de los conceptos y signos en la mente del autor mediante los distintos tipos de lenguaje (Foucault, 2005; Hall, 1997). Es decir, representar es usar el lenguaje para dar sentido a las cosas del mundo. El sentido, por tanto, se refiere a la relación entre las cosas en el mundo, bien sea personas o cosas reales o ficticias, y el sistema conceptual.

La representación está constituida por dos sistemas: el sistema de los mapas conceptuales, siendo los principios de inteligibilidad con los que se piensa el mundo y el sistema de lenguaje, que permite externalizar en actos comunicativos lo derivado de los mapas conceptuales (Hall, 1997). Frente a ello, la realidad se puede representar desde tres supuestos ontológicos: el primero es el enfoque *reflectivo*, donde se concibe una realidad concreta, en tanto no cambia sino solo se representa o se explica lo que ya está constituido como realidad en el mundo. Por otro lado, está el enfoque *intencional*, donde el lenguaje expresa solo lo que el hablante quiere decir, o sea, el hablante es quien pone el sentido al mundo de las cosas para crear así su realidad. Y, por último, se encuentra el enfoque *construccionista*, donde se reconoce el carácter público y social del lenguaje, así como las nociones del hablante y del mundo (Hall, 1997).

De acuerdo con lo anterior, ni las cosas ni los hablantes por sí mismos pueden darle sentido a la lengua y, por tanto, a la representación de la realidad en el mundo. Las cosas no significan, sino que el hablante en su interrelación con el mundo construye el sentido usando sistemas

representacionales como conceptos y signos. Por otra parte, no se debe confundir el mundo material, en donde existen las cosas y las personas, con las prácticas simbólicas y los procesos donde la representación del sentido y el lenguaje actúan, esto con el fin de subrayar que no es el mundo material quien da sentido, sino el sistema de lenguaje que representa los conceptos; es así como el hablante o autor social usa los sistemas conceptuales y los sistemas lingüísticos para construir sentido y de esa forma el mundo tenga significado. Stuart Hall (1997) señala al respecto que “El sentido depende, no de la cualidad material del signo, sino de su función simbólica” (p. 459).

Con base en la categoría de análisis principal “representación”, se definieron seis categorías secundarias: Control y disciplinamiento, Legitimación, Stakeholders, Costos de agencia, Costos políticos y Decisiones del inversor. Las cuales indican el uso que hace Cerro Matoso de la contabilidad en el informe de sostenibilidad. Para su elección se partió de la revisión del marco teórico sobre divulgación de información social y medio ambiental.

Figura 17. Categorías principales y secundarias



Fuente: Elaboración propia

Por tanto, para poder realizar el análisis deseado, se parte del supuesto ontológico en el cual la realidad es construida socialmente, donde el mundo social es recreado por actores y la realidad es la unión de varios sentidos individuales en el cual muchas realidades son posibles (Berger & Luckmann, 2003; Ryan, Scapens, & Theobald, 2004). Es así como se toma a la empresa no solo como agente económico, sino también como actor social dentro de la sociedad (Mele, 2007), en donde la contabilidad sirve para reforzar grupos de intereses particulares (Tinker, 1982).

5.3. Análisis Crítico del Discurso como estrategia de investigación

La estrategia de investigación para el presente trabajo monográfico utilizada es el Análisis Crítico del Discurso-ACD. El ACD se describe como un recurso interdisciplinar que integra teorías y métodos para el estudio y crítica de los procesos lingüísticos que se desarrollan en la sociedad. Con base en ello, según Neila Pardo (2013), su principal propósito es develar la injusticia y la desigualdad social mediante la comprensión de los discursos hegemónicos. Esto con el fin de platear un discurso alternativo construido desde las alteridades que pueda desarticular las estructuras discursivas de poder (Pardo, 2013; Fairclough, 2008; Van Dijk, 1999)

Desde el ACD, el lenguaje es una práctica social y, como tal, se configura en un modo de acción situado histórica y socialmente. Por tanto, es una relación dialéctica que se da entre los aspectos de la sociedad, mediados por discursos, dentro de un contexto social particular (Fairclough, 2008). Asimismo, existe una fuerte tensión en el uso lingüístico, debido a que se constituye socialmente, pero al mismo tiempo es constitutivo de lo social, puesto que configura identidades sociales, relaciones sociales y sistemas de conocimiento y creencias, que en definitiva condicionan la cosmovisión del mundo y la realidad (Fairclough & Ruth, 2000).

Por su parte, Van Dijk (1999) refiere que el uso del lenguaje posee dimensiones cognitivas, emocionales, sociales, políticas, culturales e históricas, con las cuales se despliegan estructuras específicas del discurso con el fin de reproducir el dominio social. Es así como se plantea la existencia de dos modos de la reproducción discursiva del dominio. Por un lado, se encuentra la relación de grupos poderosos y el discurso, puesto que este último es usado por los primeros como un recurso simbólico para ganar adeptos. Y, por otro lado, se encuentra el control del contexto, en el cual se controlan las categorías, condicionando la situación comunicativa por medio del control del tiempo, el lugar, los actores y sus papeles en las situaciones particulares, recreando así un escenario deseable para sus propósitos (Van Dijk, 1999).

Por tanto, para dilucidar las relaciones de poder impresas en los discursos, Van Dijk (1999) plantea ocho principios del ACD desde los cuales se debe situar el investigador:

1. El ACD trata de problemas sociales
2. Las relaciones de poder son discursivas
3. El discurso constituye la sociedad y la cultura
4. El discurso hace un trabajo ideológico
5. El discurso es histórico
6. El enlace entre el texto y la sociedad es mediato
7. El análisis del discurso es interpretativo y explicativo
8. El discurso es una forma de acción social (pág. 24)

Asimismo, Fairclough (2008) plantea un marco analítico para desarrollar el ACD, por medio de un encuadre tridimensional de análisis, en el cual cada evento discursivo tiene tres dimensiones: es un texto oral o escrito; es una instancia de una práctica discursiva que implica la producción e

interpretación del texto; y es parte de una práctica social, combinando de esta forma, la práctica discursiva de la interdiscursividad y la práctica de poder de la hegemonía. Basado en ello, el análisis del texto es un análisis de forma-contenido que puede configurar significados ideacionales, interpersonales y textuales.

Conforme a lo anterior, al analizar los informes de RSE a la luz del Análisis Crítico del Discurso, los actores, las acciones y los contextos son tanto constructos mentales como sociales, en el que los grupos que tienen poder (en este caso las empresas que emiten el informe de RSE) sí son capaces de controlar por su propio interés los actos y las mentes de los otros grupos (referentes a la sociedad).

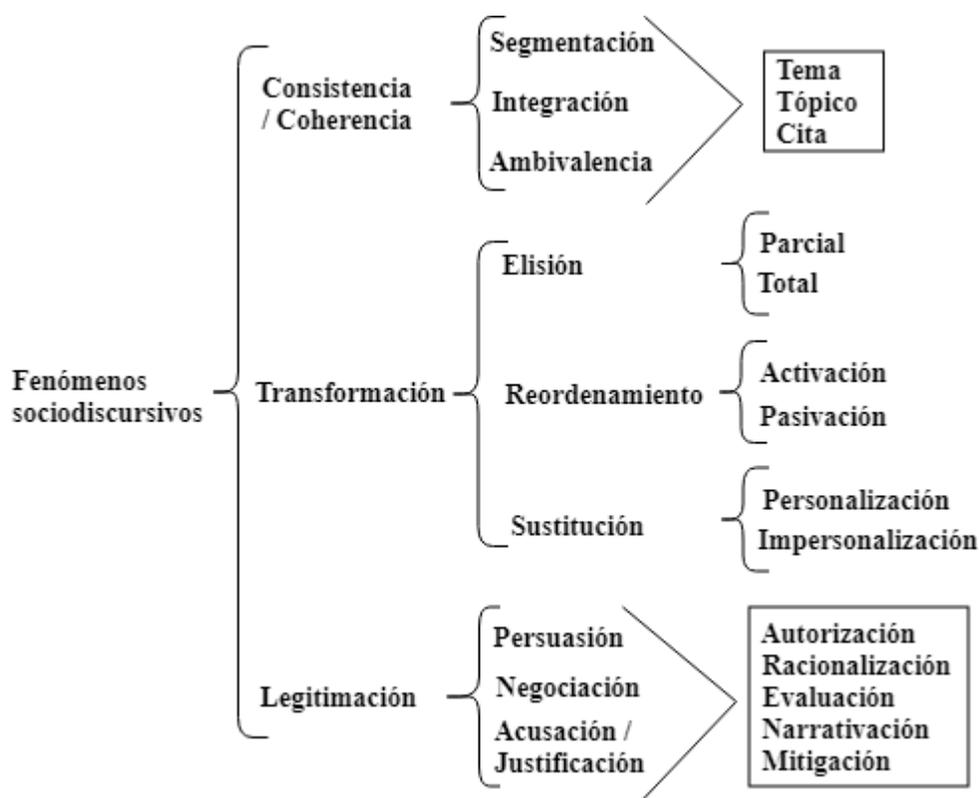
5.4. Los fenómenos sociodiscursivos y sus estrategias discursivas

Siguiendo a la profesora Neila Pardo (2013), el ACD problematiza la acción discursiva y, por ello, se toma como una forma de transformación de lo social. Por tanto, desarrolla una esquematización metodológica para realizar ACD basándose en los referentes teóricos pioneros en el tema. Partiendo de ello, en la fase analítica se da cuenta de fenómenos sociopolíticos que refieren a las formas de ejercer el poder, de relacionarse y de organizar el conocimiento. Dentro de estos fenómenos sociopolíticos se encuentran los fenómenos de inclusión y exclusión que hacen parte de las formas de dominación como formas de opresión.

Asimismo, prosiguiendo a los fenómenos sociopolíticos, se encuentran los fenómenos socioculturales, que se entienden como el conjunto de saberes, acciones y creencias de la sociedad. Dentro de ello se presentan los fenómenos de naturalización y ocultamiento que son usados por las hegemonías para alterar la realidad y la cosmovisión de la sociedad. A partir de la premisa en la cual los discursos son prácticas sociales, los fenómenos sociopolíticos y socioculturales son constituidos por fenómenos sociodiscursivos. Estos configuran la estructura del discurso por medio de estrategias discursivas que son usadas para configurar modelos mentales en los individuos, es decir, instaurar ideas.

En este marco, los grupos que tienen poder usan estrategias discursivas en sus discursos para persuadir y manipular con el fin de instaurar, naturalizar y crear ideas de la realidad conforme a sus intereses. Por tanto, siguiendo a la profesora Pardo (2013), se usarán tres tipos de fenómenos sociodiscursivos: Consistencia y Coherencia; Transformación; y Legitimación; y nueve estrategias discursivas para el análisis de representación de la realidad de la empresa Cerro Matosos S.A. en su informe de sostenibilidad del año 2013.

Figura 18. Componentes de la fase analítica



Fuente: Elaboración propia a partir de Neila Pardo (2013)

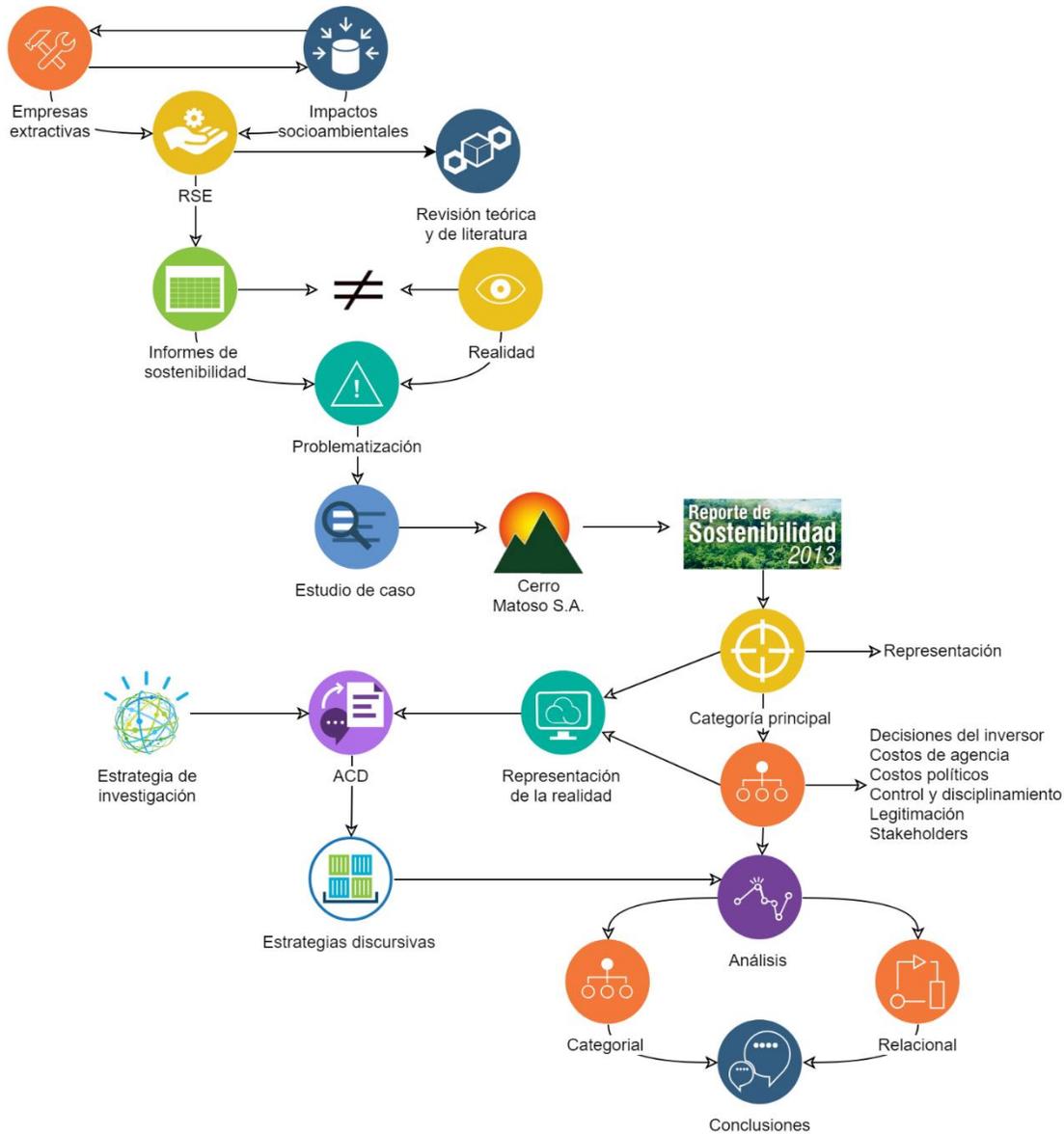
En tal sentido, el fenómeno discursivo de consistencia y coherencia es aquél que determina el objeto del discurso, su temporalidad y sus relaciones internas, además de establecer la manera en que circularan las ideas. Aquí se presentan tres estrategias discursivas: segmentación, integración y ambivalencia. La estrategia discursiva de segmentación consiste en presentar ideas conflictivas aisladas unas de otras, con contextos separados y voces distintas. Por otro lado, la estrategia de ambivalencia es aquella que presenta ideas conflictivas con voces distintas pero que su contexto puede estar relacionado. Y las estrategias de integración representan la convergencia de discursos con voces cercanas y contextos próximos. Además de lo anterior estas estrategias son transversalmente constituidas por los procesos lingüísticos de tema, en el cual se reconoce la perspectiva y se asignan roles discursivos; el tópico, con el cual se presenta el posicionamiento y la manera de priorizar lo expresado; y la cita, en la cual se enmarca el actor discursivo (Pardo, 2013).

Por otro lado, desde los fenómenos sociodiscursivos de transformación se presentan las estrategias de elisión, reordenamiento y sustitución. La estrategia de elisión se entiende como aquella que elimina total o parcialmente al actor social bien sea agente o paciente, esto con el fin de prescindir de su responsabilidad social. Por otra parte, la estrategia discursiva de reordenamiento es aquella que transforma el papel del actor social en función de un papel discursivo, esto con el fin de ocultar o naturalizar un fenómeno o construir una realidad alterna; se encuentran de forma activa o pasiva,

siendo los primeros los actores que realizan la acción y los segundos en quienes recae la acción. Por último, la estrategia discursiva de la sustitución que modifica la forma de representación de los actores por medio de la impersonalización y la personalización, gracias a la alteración de la forma nominal del actor (Pardo, 2013).

Finalmente, el fenómeno sociodiscursivo de legitimación busca que un sector de la sociedad obtenga aprobación moral de su grupo de interés como respuesta a acusaciones que ponen en peligro su supervivencia. Dentro de este fenómeno se encuentran las estrategias discursivas de persuasión, negociación y acusación-justificación. Desde la estrategia de persuasión, se busca modificar posiciones, es decir, la adherencia de sectores de oposición para así ganar más adeptos. Por otro lado, desde la estrategia de negociación, se pone en escena los poderes de los grupos en conflicto, donde se busca un consenso en los distintos tipos de visiones de la realidad. Por su parte, el fenómeno de acusación-justificación, permite comprender la confrontación latente de ejercicios de poder, se cuestiona la veracidad del discurso del grupo opositor y se busca desacreditarlo. Este tipo de estrategias discursivas están transversalmente constituidos por los procesos lingüísticos de autorización, racionalización, evaluación, narrativización y mitigación (Pardo, 2013).

Figura 19. Diseño metodológico



Fuente: Elaboración propia

6. Análisis Crítico del Discurso en la representación de la realidad en el informe de sostenibilidad 2013 de Cerro Matoso S.A.

De acuerdo con la estructura metodológica de la presente investigación, este capítulo tiene como objetivo analizar en sentido crítico las estrategias discursivas que representan la realidad de Cerro Matoso S.A. en su informe de sostenibilidad del año 2013. Además, de evidenciar los usos que se le da a la contabilidad en dicha representación de la realidad. Para ello, el capítulo se divide en tres

secciones: en primer lugar, se presenta la descripción estructural del informe; seguido del análisis categorial en el cual se exponen las frecuencias de las categorías de análisis, así como también el uso de estrategias discursivas; en tercer lugar, está el análisis sociodiscursivo o relacional, en el cual se analizan y describe el uso de la contabilidad por parte de Cerro Matoso S.A. en la representación de la realidad en el informe de sostenibilidad.

6.1. Descripción estructural del informe de sostenibilidad de 2013

Cerro Matoso S.A. desde el comienzo de su operación ha realizado balances sociales para su público en general. Sin embargo, desde el 2012 acoge los parámetros de la GRI para la elaboración de informes de sostenibilidad. El informe de sostenibilidad del año 2013 acoge los parámetros de la guía G-3.1 con adherencia B+. Además de lo anterior, se rige por la ISO 26000, ISAE 3000 y aseguramiento externo por parte de Ernst & Young.

La estructura del informe está dividida por los diferentes tipos de actuación social y ambiental. En primer lugar, se presenta el índice y la descripción de los componentes técnicos del informe en la sección “Sobre el informe”, luego, se encuentra la “La carta del presidente” siendo la apertura del informe en el cual se describen los hechos que a consideración de la empresa son relevantes y se exaltan. Ya en el desarrollo, se encuentra la descripción de la empresa y del níquel como producto que transforman y comercializan a nivel internacional. Aquí culmina un primer momento en el cual se describen generalidades de la empresa. Luego, se dividen los capítulos en temáticas, en la sección “Nuestro enfoque en sostenibilidad” se presentan las bases y principios que rigen la responsabilidad social de la empresa, además, de describir el proceso de exploración, explotación, refinamiento y comercialización del níquel.

Seguido de ello, en el capítulo titulado “Hechos y aprendizajes de Cerro Matoso en 2013” se describe cada uno de los inconvenientes que se presentaron en el año frente a diferentes situaciones. Es el caso de la percepción negativa del contrato 051, las demandas por afectaciones a la salud, las demandas de la contraloría general de la nación, los cuestionamientos a la inversión social y las quejas de la comunidad indígena Zinú.

Por otro lado, en la sección “Cerro Matoso un buen socio para el país” se presentan los beneficios que trae consigo la mina, el monto que recibe el Estado colombiano por cuenta de regalías, del pago de impuesto de renta, patrimonio y 4 x mil, el número de empleos que otorga la empresa y el movimiento comercial de la región a costa de los suministros locales que usa la minera, exaltando la preferencia de los productos locales.

Siguiendo con la estructura del informe, en la sección “Por la gente, el esfuerzo VALE” se muestran las acciones realizadas por parte de Cerro Matoso frente al desarrollo de la región y la zona de influencia como la promoción del empleo local y regional, la inclusión de las mujeres, la relación con los sindicatos, los programas de bienestar, las diferentes capacitaciones, los aportes de las fundaciones, la gestión ambiental y la salud ocupacional.

Por otra parte, en la sección “Una apuesta de siempre: el ambiente” se muestran los hechos destacados en la gestión ambiental, los trabajos realizados en temas como la gestión del agua, los vertimientos, el tratamiento del aire y del material particulado, el consumo de energía, el trabajo hecho en temas de suelo y biodiversidad, la gestión de residuos sólidos y el plan de cierre de la mina.

Seguidamente, se presenta una de las secciones que tiene mayor extensión en el informe, titulada “Desarrollo sostenible en armonía con las comunidades”. Allí, se presentan los premios y distinciones que recibió Cerro Matoso en el año 2013. Además, se presentan los diferentes trabajos de las fundaciones en temas de salud y bienestar, educación e inversión social, así como también el desarrollo que se ha tenido con la comunidad, además de los programas de fortalecimiento institucional, los pactos de la “Alianza por lo social”, los compromisos del contrato 051, los resultados del estudio de salud ambiental y los resultados de los diferentes programas.

El informe da cuenta de las acciones hechas por parte de Cerro Matoso en el año 2013, se divide por temas y por el tipo de actuación que realizó. Como lo muestra la tabla 3, cada sección tiene una extensión dependiendo del tema y los hechos que se consideraron relevantes en los que se tuvo una mayor extensión. Se evidencia que las secciones “Desarrollo sostenible en armonía con las comunidades” y “Por la gente el esfuerzo VALE” son las que se extienden en mayor medida en el informe y, por tal razón, las que más se resaltan.

Tabla 4. Número de páginas para cada sección del informe

Página	Sección	Cantidad de páginas
1	Portada	1
2	Índice	1
3	Sobre el reporte	1
4	Carta del presidente	3
7	Quiénes somos	6
13	Nuestro enfoque en sostenibilidad	8
21	Hechos y aprendizajes de Cerro Matoso en 2013	7
28	Cerro Matoso un buen socio para el País	10
38	Por la gente el esfuerzo vale	31
69	Una apuesta de siempre: El ambiente	13
82	Desarrollo sostenible en armonía con las comunidades	32
114	Anexos	21

Fuente: Elaboración propia a partir de Reporte de sostenibilidad 2013 (Cerro Matoso S.A., 2013)

Asimismo, en la figura 11 se ve más explícitamente la distribución del espacio en el informe, resaltando los temas de medio ambiente e inversión social como los que mayor extensión presentan. En contraste, en menor medida se encuentran los cuestionamientos y controversias en las que se

vio involucrada la empresa, así como también la descripción de los aportes monetarios a la nación por parte de regalías e impuestos.

Figura 20. Secciones y apartados del informe de sostenibilidad del 2013

Desarrollo sostenible en armonía con las comunidades					Por la gente el esfuerzo vale			
Desarrollo comunitario	Destacado plan de desarrollo comunitario	Educación	Fortalecimiento institucional		Destacados en la gestión de nuestra gente	Lo que hemos hecho	Mujeres en la operación	
Premios y distinciones	Salud y ambiente	Alianza por lo social		Acuerdo con comunidades	Relaciones con los sindicatos	Caso destacado		Manteniendo la integridad de nuestra gente y en nuestros actos
Fundación Cerro Matoso	Dar cumplimiento a los compromisos pactados en el contrato 051	Estudio de salud ambiental	Resultado de los programas	Programa ANDA		Programas de bienestar	Entrenami... a empleados y contratistas	Educación para nuestros empleados y sus familias
Una apuesta de siempre: EL ambiente			Hechos y aprendizajes de...		Cerro Matoso un buen socio para e...		Quiénes somos	
Destacados en gestión ambiental	Gestión del agua	Vertimientos	Percepción negativa del nuevo contrato de concesión	Demanda por afectaciones a la salud	Perspectivas del negocio del níquel	32 años sumándole a Colombia	El producto	
Aire y material particulado	Suelo y biodiversidad	Gestión de residuos sólidos	Denuncias de las contraloría general de la nación	Cuestiona... a la inversión social	Logros en comercialización	Cerro Matoso prefiere y elige lo nacional	Grupos de interés	
Consumo energético	PCB's	Plan de cierre de la mina	Quejas de la comunidad indígena Zenú		Sobre el reporte	Carta del presidente	Nuestro... El proceso minero industrial	Anexos

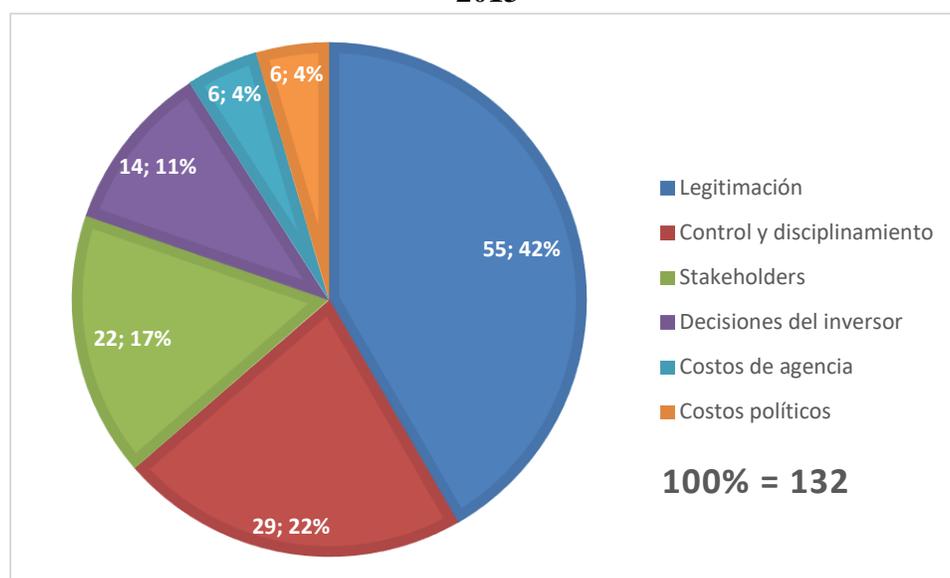
Fuente: Elaboración propia a partir de Reporte de sostenibilidad 2013 (Cerro Matoso S.A., 2013)

6.2. Análisis categorial del informe de sostenibilidad 2013

El estudio realizado ha girado en torno a la evaluación de la representación de la realidad contenida en el informe de sostenibilidad del año 2013 de Cerro Matoso S.A. De conformidad con el marco analítico señalado, el uso de la contabilidad en la representación de la realidad puede ser identificada en los informes a partir de las categorías: Decisiones del inversor, Costos de agencia, Costos políticos, Control y disciplinamiento, Legitimación y Stakeholders.

En tal sentido, se evidencia que la mayor frecuencia de aparición en el informe se presenta en la categoría Legitimación con un 42% del total. Seguidamente, por Control y disciplinamiento que presentó un comportamiento de aparición del 22%, enseguida hace presencia Stakeholders con 17%, Decisiones del inversor con 11%. Y, por último, Costos de agencia y Costos políticos cada uno con el 4%, siendo las categorías con menos frecuencia de aparición en el informe, tal como lo muestra la figura 21.

Figura. 21 usos de la contabilidad en el informe de sostenibilidad de Cerro Matoso S.A. 2013



Fuente: Elaboración propia

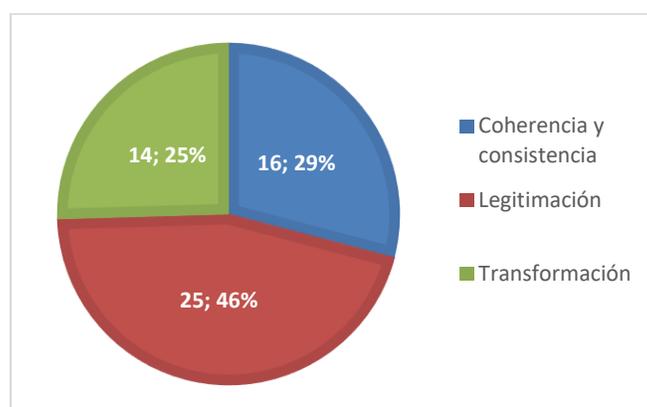
A partir de lo anterior, se analiza la constitución de cada una de las categorías de análisis sobre el uso de la contabilidad en el informe. Para ello, se identifican los fenómenos sociodiscursivos que integran el discurso presente allí. Estos fenómenos pueden ser: Transformación, Legitimación y, Consistencia y Coherencia. Cabe aclarar que “Legitimación” como categoría de análisis es diferente a “Legitimación” como fenómeno sociodiscursivo, el primero hace referencia al uso de la contabilidad como herramienta que busca la aprobación moral de un grupo, mientras que el fenómeno sociodiscursivo es la estructuración como tal del discurso. De igual manera, cada uno de los fenómenos sociodiscursivos cuenta con estrategias discursivas que dan sentido a la realidad que la empresa quiere representar. Estas estrategias discursivas son: elisión, reordenamiento, sustitución, negociación, persuasión, acusación-justificación, segmentación, ambivalencia e integración.

6.2.1. Uso de la contabilidad como herramienta de legitimación

La categoría legitimación es la que hace mayor presencia en el informe con 55 usos de los 132 analizados, esto corresponde al 42% del total (grafica 21). Lo cual representa que mayoritariamente la contabilidad es usada por Cerro Matoso S.A. para divulgar información en búsqueda de aceptación sobre su operación y existencia.

En tanto, los 55 discursos correspondientes a la categoría de Legitimación están enmarcados en los fenómenos sociodiscursivos de Legitimación con 25 apariciones, seguido de Coherencia y consistencia con 16 apariciones y, en menor medida la transformación con 14 discursos.

Figura. 22 Frecuencias de los fenómenos sociodiscursivos en la categoría Legitimación



Fuente: Elaboración propia

6.2.1.1. Fenómeno sociodiscursivo de Legitimación bajo la categoría Legitimación

Particularmente, el fenómeno discursivo de legitimación, enmarcado en la categoría legitimación, presenta las estrategias discursivas de persuasión con 18 usos, seguido de la negociación con 4 usos y, por último, la acusación-justificación con 3 usos.

Además de lo anterior, es conveniente decir que las estrategias discursivas de la legitimación están transversalmente conformadas por procesos lingüísticos que no están categorizados en cada una de las estrategias, sino que hacen parte de todos. Estos procesos lingüísticos son: la autorización, en el cual, el discurso se basa en la moral, la ley o la tradición, dando al discurso un peso de poder y respaldo que invisibilizan otros discursos. La racionalización, muestra las acciones como premisas que dictaminan conductas morales, reafirmando el lugar de poder del autor de discurso. La evaluación, la cual nomina a los actores con valoraciones normativas, se marca lo positivo del “nosotros” y lo negativo de “ellos”. La narrativización, exalta los detalles de las acciones y las carga con carácter excepcional, lo que produce que el grupo dominante las instaure como obligatorias. Por última esta la mitigación, aquí se busca reducir el papel del agente y su responsabilidad frente a un hecho concreto.

Conforme a lo anterior, las estrategias discursivas de los discursos enmarcados en la categoría de legitimación presentaron los siguientes procesos lingüísticos: para la persuasión, el proceso que más frecuencia presenta es el de mitigación con 8 usos, ello refiere a la necesidad, en el marco de la búsqueda de legitimidad, de delegar responsabilidades y de apaciguar las acciones que posiblemente estén en controversia. Seguido de este, se encuentra la autorización con 5 usos, la racionalización con 4 usos y en menor medida la evaluación con 1 solo uso. Respecto a la negociación, se presentan 4 usos, dos de ellos perteneciente al proceso lingüístico de la autorización y los otros 2 a la racionalización. Y, la estrategia discursiva de acusación-justificación se presenta como la de menor frecuencia con 3 procesos, dos de ellos de autorización y uno de racionalización.

Tabla 5. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Legitimación en el marco de la categoría Legitimación

Estrategia discursiva	Proceso lingüístico	
Acusación-justificación	Autorización	2
	Racionalización	1
Total, Acusación-justificación		3
Negociación	Autorización	2
	Racionalización	2
Total, Negociación		4
Persuasión	Autorización	5
	Evaluación	1
	Mitigación	8
	Racionalización	4
Total, Persuasión		18
Total, general		25

Fuente: Elaboración propia

6.2.1.2. Fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y coherencia bajo la categoría Legitimación

Frente al papel de la consistencia y la coherencia que representa el 29% del total de usos (ver figura 22), se evidenció que las estructuras de los discursos pertenecientes a este grupo son en gran medida ambivalentes con 7 usos, seguido de discursos integrados con 5 presencias y discursos segmentados con 4.

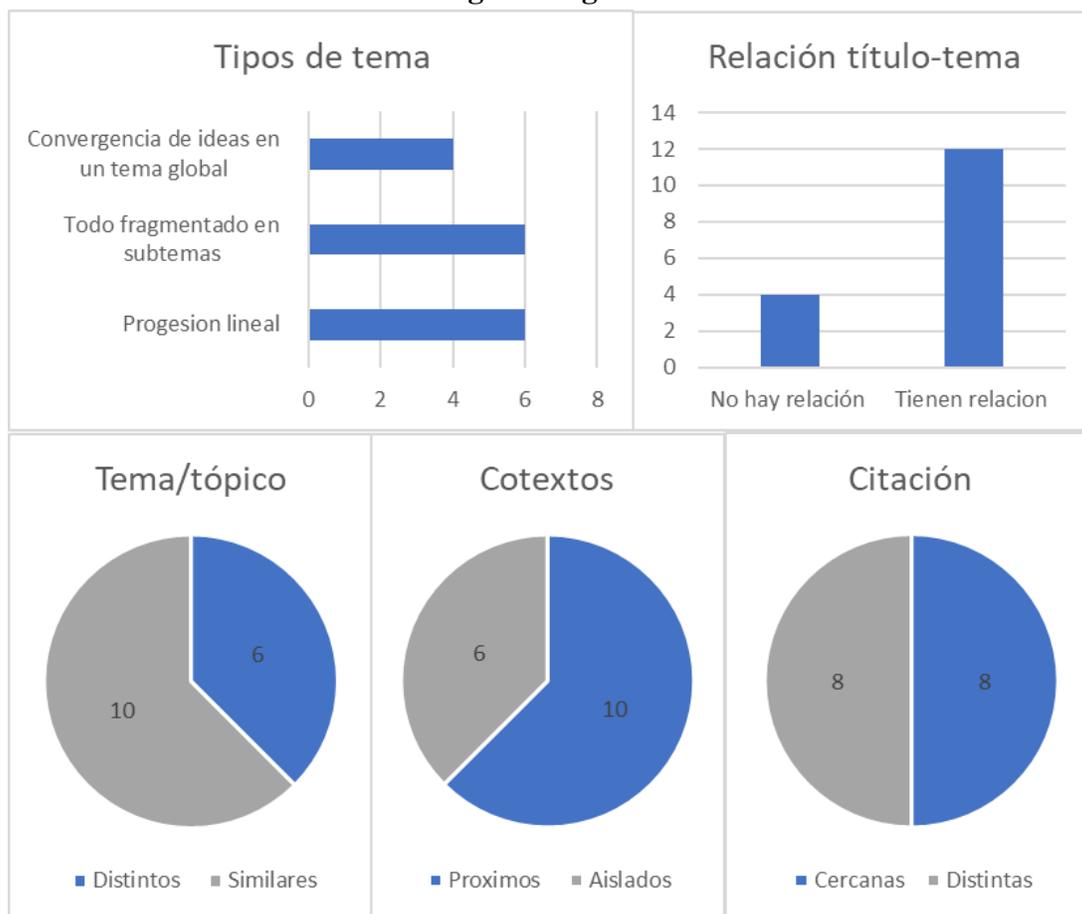
Tabla 6. Frecuencia de las Estrategias discursivas del fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y coherencia en el marco de la categoría Legitimación

Estrategia discursiva	
Ambivalencia	7
Integración	5
Segmentación	4
Total	16

Fuente: Elaboración propia

Para llegar a afirmar que un discurso está estructuralmente ambivalente, integrado o segmentado, se tuvo que analizar las partes constitutivas de estos. En tanto, los análisis giraron en torno a los tipos de temas de los que está hecho el discurso. Asimismo, la relación existente o no entre el título y el tema, como la relación entre el tema y el tópico y, los tipos de cotexto y citación. Se entiende por tema “aquello de lo que se habla”, lugar común de comunicación de interlocutores. Por otro lado, el tópico es la jerarquización o grado de relevancia que se le da a un tema en el marco de un discurso. Asimismo, los cotextos son las expresiones antes y después del tópico o palabra clave del discurso y la cita son los tipos de voces que apoya el discurso, estas pueden ser directas, indirectas o mixtas.

Figura. 23 resultados gráficos del fenómeno sociodiscursivo de consistencia y coherencia en la categoría Legitimación



Fuente: Elaboración propia

Basado en lo anterior, la figura 23 muestra cada uno de los resultados del análisis de consistencia y coherencia en los discursos enmarcados en la categoría de Legitimación. Al ser la Legitimación la categoría con mayor frecuencia, en su grupo de discursos se encuentra los tres tipos de temas. La relación entre título y tema tiene en la mayoría de los casos relación. Esto se puede entender al evidenciar que la estructura de informe se divide en muchos subtítulos con temas específicos. Asimismo, la relación entre tema y tópico presentan un alto grado de relación conforme a lo mismo que pasa entre título y tema. Los cotextos de este grupo se presentaron en su mayoría aislado entre sí de los tópicos, de igual manera, la forma de la citación tuvo los mismos usos tanto para cercanas como distintas.

6.2.1.3. Fenómeno sociodiscursivo de Transformación bajo la categoría Legitimación

Respecto al fenómeno sociodiscursivo de transformación, este representa el 25 % del total de usos enmarcada en la categoría de Legitimación, siendo el que menor frecuencia tiene en este grupo. Este fenómeno discursivo tiene como estrategias discursivas a la elisión, el reordenamiento y la sustitución, que a su vez tienen procesos lingüísticos. Para el caso de la elisión, sus procesos

lingüísticos son la elisión total y la elisión parcial. La primera se refiere a cuando estratégicamente se elimina o excluye un actor social, mientras que la elisión parcial, aunque no menciona al actor, por el contexto del discurso se puede suponer quien es.

Respecto a la estrategia de reordenamiento, se tiene la activación y la pasivación de los actores presente en las acciones descritas en los discursos. La activación es aquella por medio del cual una actriz se muestra como ejecutora de una acción. Mientras que la pasivación es lo contrario, es sobre quien recae la acción. Aquí se puede describir dos tipos de pasivación, la subordinación muestra al actor como al servicio del actor dominante y, la beneficiación, muestra al actor en el cual recae la acción como beneficiario de alguna actividad por parte de actor dominante. Por otro lado, están los procesos lingüísticos de la estrategia discursiva de la sustitución. Esta la personalización, por un lado, y la impersonalización por otro. La primera hace referencia a presentar los actores como seres humanos y la segunda se proponen como conceptos abstractos, sin rasgos humanos.

Con base en lo anterior, se tiene que en el marco de la categoría Legitimación las estrategias discursivas y los procesos lingüísticos de la transformación tienen la siguiente dinámica: la estrategia de reordenamiento hace presencia con 10 usos, 6 como parte del proceso lingüístico de activación y 4 de pasivación. Asimismo, la estrategia de sustitución tuvo una frecuencia de 14 usos los cuales se orientan 2 a impersonalización y 2 a personalización. Respecto a la estrategia de elisión, no tuvo presencia con respecto a la categoría de legitimación.

Tabla 7. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Transformación en el marco de la categoría Legitimación

Estrategia discursiva	Proceso lingüístico	
Reordenamiento	Activación	6
	Pasivación	4
Total, Reordenamiento		10
Sustitución	Impersonalización	2
	Personalización	2
Total, Sustitución		4
Total, General		14

Fuente: Elaboración propia

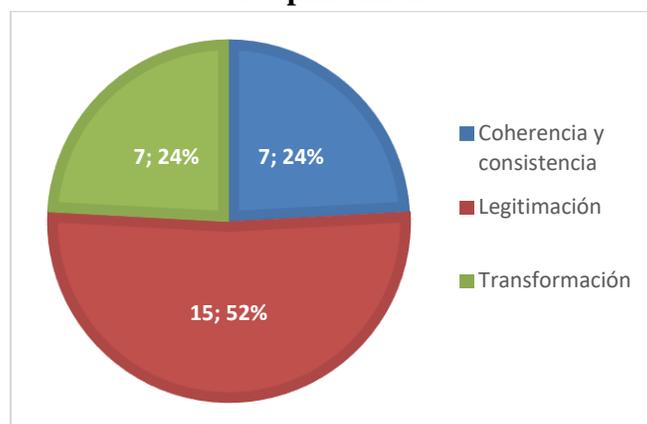
6.2.2. Uso de la contabilidad como herramienta de control y disciplinamiento

La categoría Control y disciplinamiento es la segunda con mayor presencia en el informe con 29 usos de los 132 analizados, esto corresponde al 22% del total (gráfica 21). Lo cual representa que la contabilidad también es usada por Cerro Matoso S.A. para obtener, preservar y expandir su poder empresarial, pero también político y financiero en el marco de relaciones de poder donde la

empresa es represada como el actor principal, condicionando la actuación y el pensamiento de sus terceros.

En tanto, los 29 discursos correspondientes a la categoría de Control y disciplinamiento están enmarcados en los fenómenos sociodiscursivos de Legitimación con 15 apariciones, seguido de Coherencia y consistencia con 7 apariciones y, transformación con las mismas 7 apariciones en los discursos de este grupo.

Figura. 23 Frecuencias de los fenómenos sociodiscursivos en la categoría Control y disciplinamiento



Fuente: Elaboración propia

6.2.2.1. Fenómeno sociodiscursivo de Legitimación bajo la categoría Control y disciplinamiento

El fenómeno sociodiscursivo de Legitimación es el que tiene mayor frecuencia en la categoría de Control y disciplinamiento con 15 usos que representan el 52% del total de discursos en esta categoría.

El fenómeno sociodiscursivo de la transformación se hace presente en el informe por medio de estrategias discursivas de la siguiente forma: 7 discursos inscritos en la estrategia discursiva de persuasión, bajo los procesos lingüístico de autorización con 1 uso, y evaluación, mitigación y racionalización cada uno con 2 usos, esto busca la adherencia de sectores contrarios que condicionen la normal operación de la mina, con el fin de que adopten la visión del mundo y la realidad acorde con la de la empresa. Referente a la estrategia de acusación-justificación, el proceso lingüístico de evaluación hace presencia en 4 discursos, la autorización, evaluación, mitigación y racionalización cada uno se presenta en un discurso, esto se entiende al analizar el juego de poderes y cuestionamientos directos de la empresa hacia otros actores, esta no es predominante al no estar en sintonía con los objetivos que quiere lograr la empresa con el informe. De igual manera sucede con la negociación, en el informe se presenta la autorización con 1 aparición. Se usa en la negociación con el gobierno del contrato 051 sobre la prórroga de la concesión y los acercamientos con la comunidad.

Tabla 8. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Legitimación en el marco de la categoría Control y disciplinamiento

Estrategia discursiva	Proceso lingüístico	
Acusación-justificación	Autorización	1
	Evaluación	4
	Mitigación	1
	Racionalización	1
Total, Acusación-justificación		7
Negociación	Autorización	1
Total, Negociación		1
Persuasión	Autorización	1
	Evaluación	2
	Mitigación	2
	Racionalización	2
Total, Persuasión		7
Total, general		15

Fuente: Elaboración propia

6.2.2.2. Fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y coherencia bajo la categoría Control y disciplinamiento

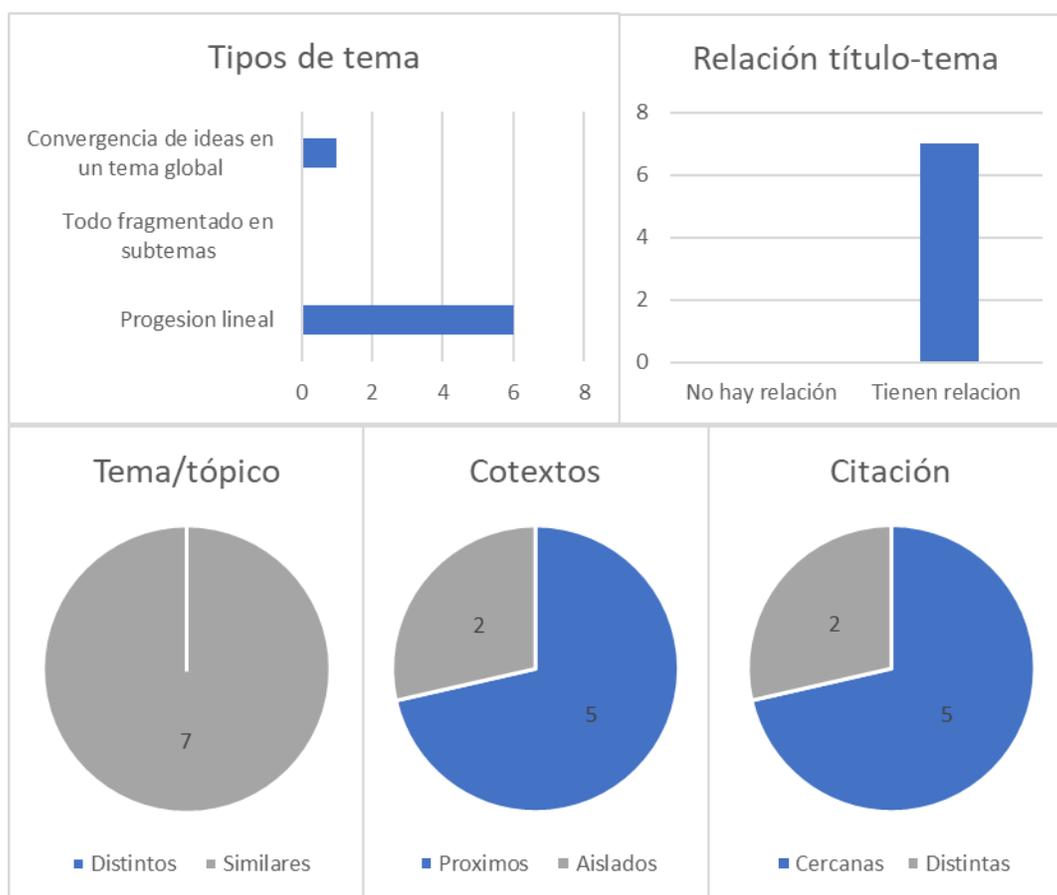
El fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y Coherencia hace presencia en la categoría de Control y disciplinamiento por medio de la ambivalencia y la integración, la primera con 2 apariciones y la segunda con 5.

Tabla 9. Frecuencia de las Estrategias discursivas del fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y Coherencia en el marco de la categoría Control y disciplinamiento

Estrategia discursiva	
Ambivalencia	2
Integración	5
Total	7

Fuente: Elaboración propia

Figura. 24 resultados gráficos del fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y Coherencia en la categoría Control y disciplinamiento



Fuente: Elaboración propia

El uso de la integración en la estructura de los discursos se puede entender como la preocupación de la empresa por presentarse coherente ante su público, desde voces que se apoyan y refuerzan la idea y con contextos próximos. Esto conlleva a reconocer y usar los modos como circulan las ideas en función de presentar un discurso deseable. En la figura 24 se muestra que los tipos de temas que se usan son la convergencia de ideas en un tema global y la progresión lineal. La relación entre título y tema en todos los casos tiene relación. Asimismo, la relación entre tema y tópico en todos los casos son similares. Los cotextos de este grupo se presentaron en su mayoría cercanos entre sí de los tópicos, de igual manera, la relación de la citación se dio de forma cercana.

6.2.2.3. Fenómeno sociodiscursivo de Transformación bajo la categoría Control y disciplinamiento

El fenómeno sociodiscursivo de transformación enmarcado en la categoría Control y disciplinamiento es el que menor frecuencia tiene en este grupo. De esta manera la estrategia discursiva de pasivación es la que más apariciones presenta con 5, esto entendido desde el análisis

en el cual la pasivación pretende posicionar a grupos de intereses de la empresa como beneficiarios o subordinados a la operación minera. Seguido se encuentran los procesos de activación y personalización, cada uno con 1 uso.

Tabla 10. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Transformación en el marco de la categoría Control y disciplinamiento

Estrategia discursiva	Proceso lingüístico	
Reordenamiento	Activación	1
	Pasivación	5
Total, Reordenamiento		6
Sustitución	Impersonalización	1
Total, Sustitución		1
Total, General		7

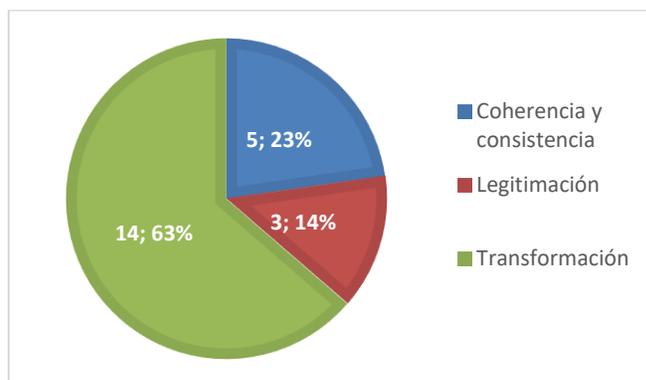
Fuente: Elaboración propia

6.2.3. Uso de la contabilidad para suplir los intereses de los Stakeholders

La categoría Stakeholders hace presencia en el informe con 22 usos de los 132 analizados, esto corresponde al 17% del total (gráfica 21). Aunque es la tercera en la línea de frecuencias con un 17%, aún sigue siendo relevante frente a la constitución del informe. Ello, detalla que las distintas disputas libradas por la empresa desde su puesta en marcha han hecho que se replantearan las relaciones de la empresa con sus grupos de interés, puesto que no solo la operación de la minera es relevante para los accionistas, sino para todos los relacionados con la empresa.

En tanto, los 22 discursos correspondientes a la categoría de Stakeholders están enmarcados en los fenómenos sociodiscursivos de Legitimación con 3 apariciones, seguido de Coherencia y consistencia con 5 apariciones y, en mayor medida la transformación con 14 discursos.

Figura. 24 Frecuencias de los fenómenos sociodiscursivos en la categoría Stakeholders



Fuente: Elaboración propia

6.2.3.1. Fenómeno sociodiscursivo de Legitimación bajo la categoría Stakeholders

El fenómeno sociodiscursivo de Legitimación hace presencia en la categoría de Stakeholders con las estrategias discursivas de la negociación y la persuasión, por medio de los procesos lingüísticos de autorización con 1 uso y narrativización también con 1 uso.

Tabla 11. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Legitimación en el marco de la categoría Stakeholders

Estrategia discursiva	Proceso lingüístico	
Negociación	Autorización	1
Persuasión	Narrativización	1
Total, general		2

Fuente: Elaboración propia

6.2.3.2. Fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y coherencia bajo la categoría Stakeholders

Respecto al fenómeno sociodiscursivo de consistencia y coherencia bajo la categoría de Stakeholders, se evidencia que su frecuencia es menor, esta está constituida por 1 uso de la estrategia de ambivalencia, también 1 solo uso de segmentación y, se presenta la estrategia discursiva de integración con 3 usos, siendo la predominante en el grupo.

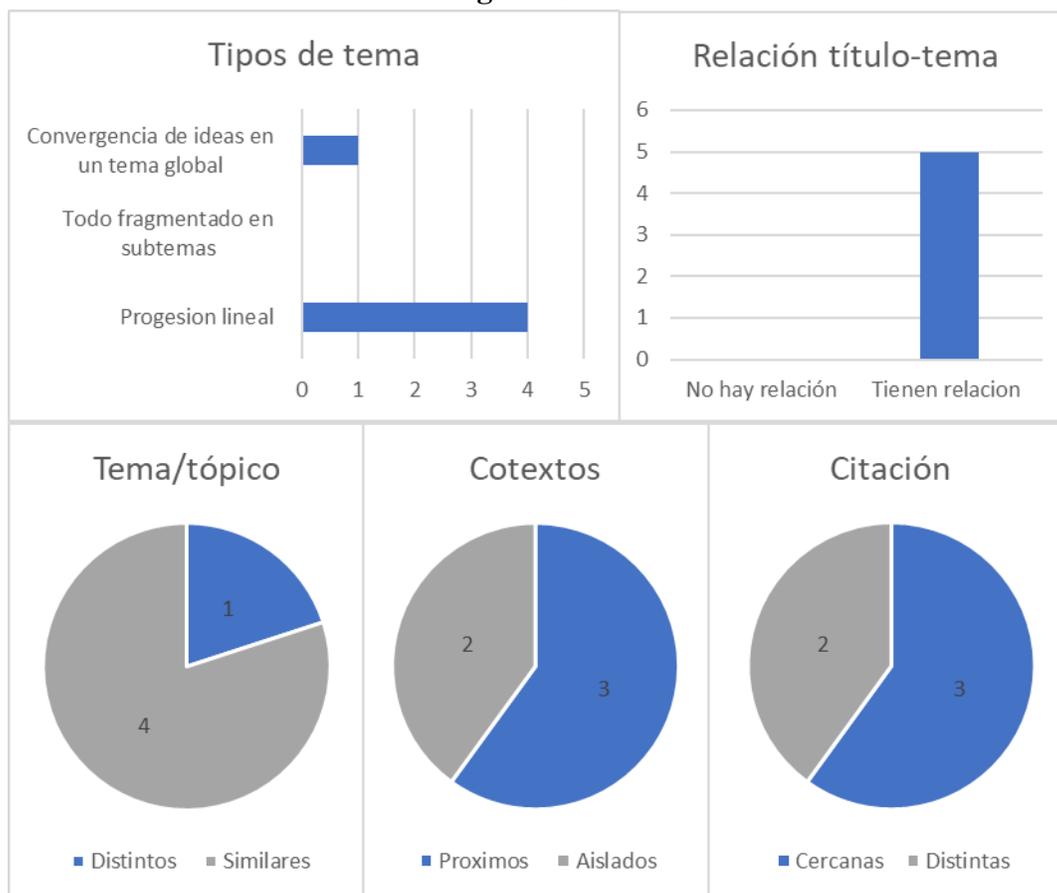
Tabla 12. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y coherencia en el marco de la categoría Stakeholders

Estrategia discursiva	
Ambivalencia	1
Integración	3
Segmentación	1
Total	5

Fuente: Elaboración propia

La figura 25 muestra cada uno de los resultados del análisis de consistencia y coherencia en los discursos enmarcados en la categoría de Stakeholders. La relación entre título y tema en todos los casos es positiva. Por otro lado, la relación entre tema y tópico muestra en su mayoría una relación negativa, puntualizando que 4 de los discursos no tenían relación. Los cotextos de este grupo se presentaron en su mayoría como próximos entre sí de los tópicos, de igual manera, en la forma de la citación predominó la citación cercana.

Figura. 25 resultados gráficos del fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y Coherencia en la categoría Stakeholders



6.2.3.3. Fenómeno sociodiscursivo de Transformación bajo la categoría Stakeholders

Para finalizar el grupo de la categoría Stakeholders, se tiene que el fenómeno sociodiscursivo de transformación tuvo 14 usos en el informe. De estos 14 usos, 6 correspondieron a la estrategia de reordenamiento con 6 usos de los procesos lingüísticos de activación y 3 de los procesos lingüísticos de pasivación. Por otro lado, la estrategia de sustitución presentó un proceso lingüístico de impersonalización y 5 procesos lingüísticos de personalización.

Tabla 13. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Transformación en el marco de la categoría Stakeholders

Estrategia discursiva	Proceso lingüístico	Frecuencia
Reordenamiento	Activación	6
	Pasivación	3
Total, Reordenamiento		9
Sustitución	Impersonalización	1

Personalización	4
Total, Sustitución	5
Total, General	14

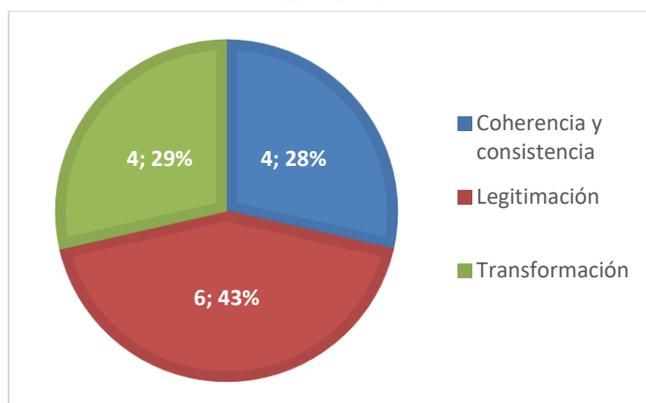
Fuente: Elaboración propia

6.2.4. Uso de la contabilidad para la toma de decisiones

A partir de aquí, se presentan los resultados de las categorías con menores frecuencias en el análisis. En cuarto lugar, está la categoría de Decisiones del inversor con 14 usos correspondiente al 11% del total (gráfica 21). Lo cual, representa que la empresa Cerro Matoso S.A. no prioriza el uso de la contabilidad en el informe de sostenibilidad para rendir cuentas a los inversionistas, puesto que para ello usa otros medios.

En tanto, los 14 discursos correspondientes a la categoría de Decisiones del inversor están enmarcados en los fenómenos sociodiscursivos de Legitimación con 6 apariciones, seguido de Coherencia y consistencia con 4 apariciones, igual que transformación con 4 discursos.

Figura. 25 Frecuencia de los fenómenos sociodiscursivos en la categoría Decisiones del inversor



Fuente: Elaboración propia

6.2.4.1. Fenómeno sociodiscursivo de Legitimación bajo la categoría Decisiones del inversor

Conforme a lo anterior, las estrategias discursivas de los discursos enmarcados en la categoría de Decisiones del inversor presentaron los siguientes procesos lingüísticos: la persuasión fue la estrategia más usada con 5 apariciones, de estas, 2 corresponden a los procesos lingüísticos autorización, otros dos a los procesos de racionalización y uno a evaluación. Y, la estrategia discursiva de acusación-justificación se presentó solamente con un uso desde el proceso de autorización.

Tabla 14. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Legitimación en el marco de la categoría Decisiones del inversor

Estrategia discursiva	Proceso lingüístico	
Acusación-justificación	Autorización	1
Total, Acusación-justificación		1
Persuasión	Autorización	2
	Evaluación	1
	Racionalización	2
Total, Persuasión		5
Total, general		6

Fuente: Elaboración propia

6.2.4.2. Fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y coherencia bajo la categoría Decisiones del inversor

El fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y Coherencia hace presencia en la categoría de Decisiones del inversor por medio de la ambivalencia y la integración, la primera con 1 aparición y la segunda con 3.

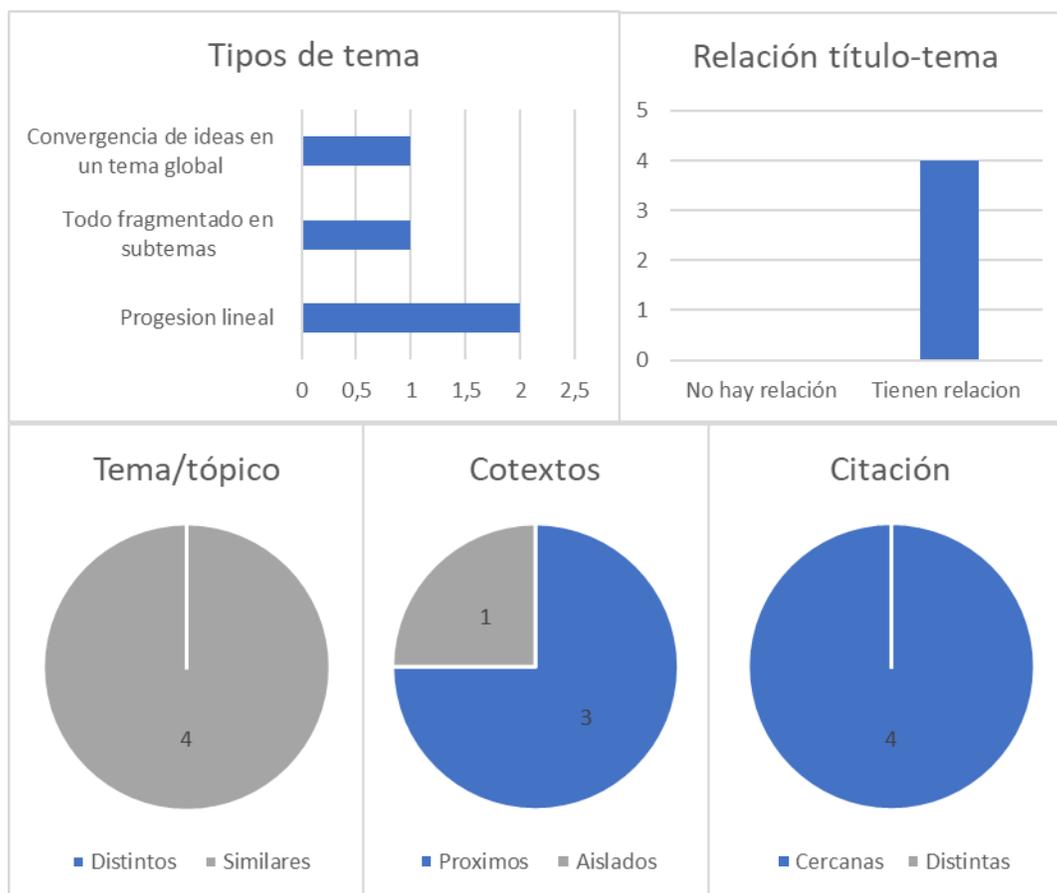
Tabla 15. Frecuencia de las Estrategias discursivas del fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y coherencia en el marco de la categoría Decisiones del inversor

Estrategia discursiva	
Ambivalencia	1
Integración	3
Total	4

Fuente: Elaboración propia

La figura 26 muestra cada uno de los resultados del análisis de consistencia y coherencia en los discursos enmarcados en la categoría de Decisiones del inversor. La relación entre título y tema en todos los casos es positiva. Igualmente, la relación entre tema y tópico muestra similitud en todos los discursos. Los cotextos de este grupo se presentaron en su mayoría como próximos entre sí de los tópicos, de igual manera, como forma de citación predominó la citación cercana.

Figura. 26 resultados gráficos del fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y coherencia en la categoría Decisiones del inversor



Fuente: Elaboración propia

6.2.4.3. Fenómeno sociodiscursivo de Transformación bajo la categoría Decisiones del inversor

Con base en lo anterior, se tiene que en el marco de la categoría Decisiones del inversor las estrategias discursivas y los procesos lingüísticos de la transformación tienen la siguiente dinámica: la estrategia de reordenamiento solo hace presencia con un uso del proceso lingüístico de pasivación, mientras que la estrategia de sustitución tuvo una presencia de dos usos respecto al proceso de impersonalización y un uso para el proceso de personalización.

Tabla 16. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Transformación en el marco de la categoría Decisiones del inversor

Estrategia discursiva	Proceso lingüístico	
Reordenamiento	Pasivación	1
Total, Reordenamiento		1
Sustitución	Impersonalización	2
	Personalización	1
Total, Sustitución		3
Total, General		4

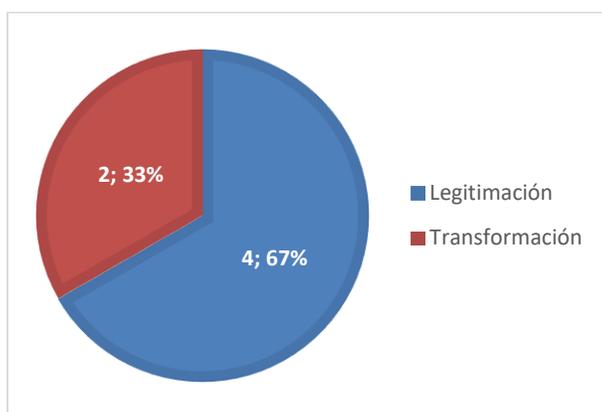
Fuente: Elaboración propia

6.2.5. Uso de la contabilidad para disminuir Costos de agencia

Los costos de agencia tuvieron poca aparición en el informe de sostenibilidad, el uso que se le dio a la contabilidad en este caso no necesariamente obedecía la rendición de cuentas por parte de los agentes a los dueños del capital. Para este fin tiene otro tipo de informes como los financieros y de gestión. La estructura del informe de sostenibilidad de Cerro Matoso S.A. está ligada a la estructura y visión de South 32, por lo cual, se deduce que hay colaboración y guía para su presentación.

Respecto a las frecuencias de los fenómenos sociodiscursivos en este grupo, se tiene que la legitimación tiene una participación de 4 usos y la transformación de 2, para esta ocasión no hay resultados de usos del fenómeno de consistencia y coherencia.

Figura. 26 Frecuencia de los fenómenos sociodiscursivos en la categoría Costos de agencia



Fuente: Elaboración propia

6.2.5.1. Fenómeno sociodiscursivo de Legitimación bajo la categoría Costos de agencia

El fenómeno sociodiscursivo de legitimación con relación a la categoría de Costos de agencia, tuvo poca presencia en el informe. Como se muestra en la tabla 17, solo la estrategia de acusación-justificación tuvo presencia con 2 usos de la autorización y 1 de la narrativización. Se puede argumentar al decir que el informe, aunque es una construcción de agentes en el entorno empresarial, obedece al informe de sostenibilidad de South 32, casa matriz de la empresa, por tal razón, no se prioriza la rendición de cuentas a los inversores, para la no intervención.

Tabla 17. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Legitimación en el marco de la categoría Costos de agencia

Estrategia discursiva	Proceso lingüístico	
Acusación-justificación	Autorización	2
	Narrativización	1
Total, Acusación-justificación		3
Negociación	Autorización	1
Total, Negociación		1
Total, general		4

Fuente: Elaboración propia

6.2.5.2. Fenómeno sociodiscursivo de Transformación bajo la categoría Costos de agencia

La transformación solo tuvo presencia en este grupo por medio de las estrategias discursivas de reordenamiento, con el proceso lingüístico de activación y la estrategia discursiva de sustitución con el proceso de personalización, cada uno con una mínima participación.

Tabla 18. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Transformación en el marco de la categoría Costos de agencia

Estrategia discursiva	Proceso lingüístico	
Reordenamiento	Activación	1
Sustitución	Personalización	1
Total, General		2

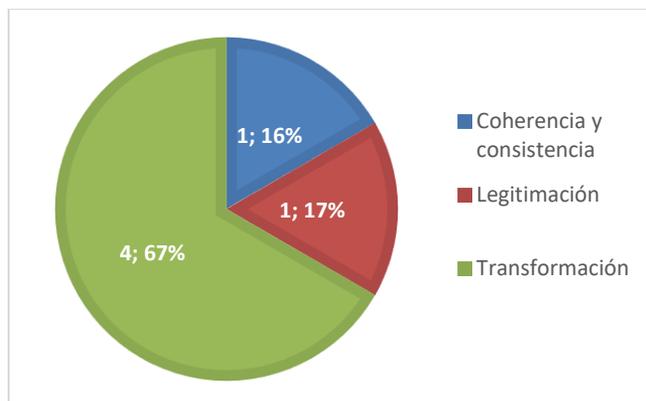
Fuente: Elaboración propia

6.2.6. Uso de la contabilidad para disminuir Costos políticos

La categoría Costos políticos fue la que menor presencia tuvo en el informe junto con la categoría costos de agencia. Respecto a los costos políticos, cabe decir que mediante los fenómenos sociodiscursivos y las estrategias discursivas, se estructuran los discursos en función de los deseos

y aspiraciones del Estado. Por tanto, el fenómeno sociodiscursivo de la transformación fue con 4 usos el más relevante en este grupo. Seguido por la consistencia y coherencia y la legitimación con un uso cada uno.

Figura. 27 frecuencia de los fenómenos sociodiscursivos en la categoría Costos políticos



Fuente: Elaboración propia

6.2.6.1. Fenómeno sociodiscursivo de Legitimación bajo la categoría Costos políticos

El fenómeno sociodiscursivo de la legitimación a diferencia de los demás casos no tuvo la mayor presencia en la categoría de Costos Políticos, esta se la llevo la transformación. Sin embargo, por medio de este discurso la empresa busca permanecer y expandirse en el mercado. Necesita de la aprobación del gobierno para que no haya confrontaciones que pongan en riesgo el control que posee sobre la mina.

6.2.6.2. Fenómeno sociodiscursivo de Consistencia y Coherencia bajo la categoría Costos políticos

El fenómeno sociodiscursivo de consistencia y coherencia tuvo la mínima presencia en la categoría Costos políticos. Los temas de aquel único discurso convergieron en la idea de un tema, además, tanto la relación entre título-tema y tema-tópico fueron positivas.

6.2.6.3. Fenómeno sociodiscursivo de Transformación bajo la categoría de Costos políticos

Para finalizar, la transformación en la categoría de Costos políticos juega un papel importante al usar los discursos de forma que se pueda alterar la forma en que se presente la empresa hacia el gobierno. Con este fenómeno sociodiscursivo, se construye a la empresa como un actor deseado para el gobierno. Frente a este fenómeno, se observa que existe un reordenamiento del actor, es decir, que en este discurso la empresa se activa como ente que trabaja en pro de los intereses de gobierno. Además, es el único fenómeno sociodiscursivo que tiene estrategia de Elusión, con el cual se eliminó parcialmente la empresa para disminuir su responsabilidad.

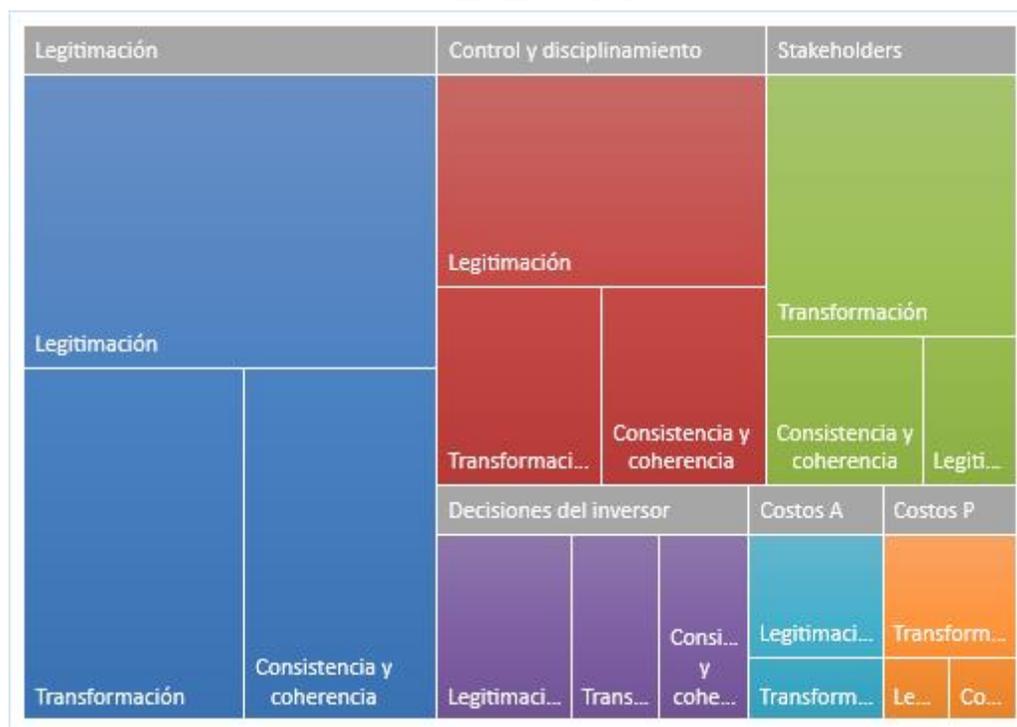
Tabla 19. Frecuencia de las Estrategias discursivas y los procesos lingüísticos del fenómeno sociodiscursivo de Transformación en el marco de la categoría Costos políticos

Estrategia discursiva	Proceso lingüístico	
Reordenamiento	Activación	2
Elisión	Parcial	1
Sustitución	Personalización	1
Total, General		4

Fuente: Elaboración propia

Con base en todo lo anterior, se evidencia que se usa la contabilidad para legitimar a la empresa Cerro Matoso S.A. Esto al ser Legitimación la categoría prevalente en el informe de sostenibilidad del 2013. Por tanto, lo que Cerro Matoso S.A. busca es la aceptación moral de su grupo de interés, tomando al informe como una respuesta a la serie de acusaciones y denuncias a las cuales ha estado expuesto y que ponen en riesgo tanto su operación como su rentabilidad. Asimismo, al estar la categoría Control y disciplinamiento en segundo lugar se evidencia la necesidad de la empresa de reconfigurar tanto su papel ante la sociedad como el papel de la misma sociedad ante la empresa, además de tener la necesidad de preservar las relaciones de poder que tiene actualmente en el territorio. Con ello, está bajo su mando el futuro tanto de la región como de sus habitantes. La figura 28 muestra las dimensiones de cada uno de los fenómenos sociodiscursivos que se inscriben en cada una de las categorías.

Figura. 28 mapa jerárquico de las categorías y fenómenos sociodiscursivos del informe de sostenibilidad 2013



Fuente: Elaboración propia

6.3 Análisis crítico del discurso del informe de sostenibilidad 2013

Luego del análisis categorial, en el cual se describieron las frecuencias tanto de los fenómenos sociodiscursivos, como de sus estrategias discursivas y de los procesos lingüísticos, en el presente apartado se analiza de forma relacional la incidencia de los anteriores en la representación de la realidad del informe de sostenibilidad de Cerro Matosa S.A. del 2013. En consonancia con lo anterior, como resultado del Análisis Crítico del Discurso, al cual se expuso el informe de sostenibilidad, se evidenció que este tipo de información está constituida efectivamente por estrategias discursivas que modifican la percepción de la realidad. En tanto, estas estrategias constituyen un discurso funcional para la empresa y deseado para la sociedad.

Por tanto, se cree pertinente mostrar, para cada una de las categorías, algunos de los discursos más relevantes que fueron puestos a análisis, evidenciando de esta forma el fenómeno sociodiscursivo al que pertenece, las estrategias discursivas que se usaron y los procesos lingüísticos que los constituyeron.

6.3.1 Discursos de la categoría Legitimación

- Fenómeno sociodiscursivo de legitimación:

Proceso lingüístico de mitigación en la estrategia discursiva de persuasión:

Para continuar con la aplicación de los controles y evitar **las exposiciones a los agentes de riesgo para la salud**, Cerro Matoso conformó el Subcomité de Salud, encargado de desarrollar iniciativas y proponer proyectos en las áreas donde se pueden presentar **potenciales exposiciones**, con un equipo multidisciplinario que integran las áreas de Ingeniería, Operación, Mantenimiento y Salud Ocupacional (Cerro Matoso S.A., 2013, pág. 58). (Negrilla añadida)

Con base en las acciones expuestas en el apartado, se estructuran las expresiones mitigadas que ocultan la contaminación, las enfermedades y demás afectaciones producto de la operación de la empresa utilizando los eufemismos “**las exposiciones a los agentes de riesgo para la salud**” y “**potenciales exposiciones**” reduciendo el papel de Cerro Matoso al momento de no mencionar esas afectaciones explícitamente, sustituyéndolas por términos más amenos para el público.

Proceso lingüístico de racionalización en la estrategia discursiva de persuasión:

La protección del ambiente, la gestión efectiva de riesgos e impactos y el eficiente uso de los recursos naturales **hacen parte del ADN de Cerro Matoso** (Cerro Matoso S.A., 2013, pág. 70) (Negrilla añadida)

A través de la expresión metafórica “...**hacen parte del ADN de Cerro Matoso**” se conceptualiza a la empresa por medio de la premisa en la cual, todo lo referente a la protección del medio

ambiente, a la salud y a la inversión social es inherente a la operación de la empresa. Con ello, el discurso expuesto se racionaliza y se reafirma el lugar de poder y veracidad de la misma empresa.

Proceso lingüístico de evaluación en la estrategia discursiva de persuasión:

Durante el año 2013, y como resultado de los aprendizajes organizacionales, Cerro Matoso fortaleció su estrategia de relacionamiento con grupos de interés, definiendo como principales objetivos: Apoyar la generación de un entorno social de convivencia de Cerro Matoso (licencia social). Mantener un diálogo transparente, fluido e incluyente con los grupos de interés que fortalezca los lazos de confianza. Lograr que la reputación de Cerro Matoso sea reconocida como positiva. Relacionamiento proactivo que permita anticipar y gestionar los temas de interés de manera efectiva. Apoyar los procesos de permisos para los proyectos clave (Cerro Matoso S.A., 2013, pág. 9). (Subrayado añadido)

Referente a la evaluación en el anterior apartado, al nominarse la empresa a través de los objetivos, se muestra una carga de valoraciones normativas que lo sitúa como el actor positivo y “bueno” que la sociedad necesita. Con ello, se busca la diferenciación entre un “nosotros” frente a un ellos, en donde los primeros son la empresa que actúa y los segundo bien pueden ser los beneficiarios o las demás empresas que no realizan este tipo de actividades.

Proceso lingüístico de autorización en la estrategia discursiva de persuasión:

Cerro Matoso solo hace vertimientos en invierno, cuando las lagunas de sedimentación se llenan y rebosan de manera controlada. El agua que se vierte ha sido tratada en los embalses, por lo que es de buena calidad. Estos vertimientos están debidamente autorizados por **las autoridades ambientales**, y son monitoreados y analizados químicamente para verificar el debido cumplimiento de la **legislación ambiental** (Cerro Matoso S.A., 2013, pág. 75). (Negrilla añadida)

Se recurre a la autorización al nombrar, aunque no explícitamente “**las autoridades y la legislación ambientales**” puesto que empodera el discurso deslegitimando de manera indirecta las acusaciones que hay sobre la empresa. De igual forma, el peso que da la autoridad legal legitima los vertimientos desde la descripción que hace la empresa.

Proceso lingüístico de racionalización en la estrategia discursiva de negociación:

Cerro Matoso adelantó un intensivo plan de comunicaciones y de relacionamiento, **explicando los beneficios** económicos y sociales que se obtuvieron para el país con la suscripción del Otrosí No. 4 (Cerro Matoso S.A., 2013, pág. 22).

Aquí se da la negociación entre la empresa y las comunidades al momento de dar a conocer la suscripción del Otrosí No. 4. Se toma la premisa en la cual esta suscripción es un beneficio para la

comunidad, racionalizándose este discurso por ser la empresa una fuerte influenciadora de las dinámicas de las comunidades allegadas a la operación

- Fenómeno sociodiscursivo de Transformación

Proceso lingüístico de personalización en la estrategia discursiva de sustitución:

El compromiso de Cerro Matoso y su casa matriz BHP Billiton se manifiestan en el cumplimiento de estas obligaciones acordadas y, en la medida de lo posible, yendo más allá. Una muestra de ello es el programa ANDA, financiado por BHP Billiton Sustainable Communities, iniciado en 2013 y con el cual se beneficiarán más de 50 mil personas de 6 municipios de Córdoba, además de las ciudades de Montería y Cartagena. **Este programa es independiente de las obligaciones de Cerro Matoso** (Cerro Matoso S.A., 2013, pág. 83).

Desde el proceso lingüístico de la personalización, se resalta la diferenciación que tiene la empresa al implementar, según, un programa independiente a sus obligaciones. Esto hace que su representación cambie al plantear diferencias positivas respecto a otras empresas.

Proceso lingüístico de impersonalización en su categoría instrumentalización en la estrategia discursiva de sustitución:

La empresa opera con un **Plan de Manejo Ambiental** que incluye estrictos controles para prevenir, mitigar y compensar el impacto sobre los recursos naturales. La Autoridad Nacional de Licencias Ambientales (ANLA) certificó y comunicó públicamente la completa legalidad de las autorizaciones y el cumplimiento ambientales de Cerro Matoso (Cerro Matoso S.A., 2013, pág. 24).

Desde el mismo posicionamiento impersonalizado, la empresa transforma la forma en que se representa usando como herramienta el “Plan de Manejo Ambiental” desde la instrumentalización. Con ello, se evaluará a la empresa a la luz de los resultados de esa herramienta.

6.3.2 Discursos de la categoría Control y disciplinamiento

- Fenómeno sociodiscursivo de legitimación

Proceso lingüístico de evaluación en la estrategia discursiva de acusación-justificación:

Un grupo de extrabajadores y personas de las comunidades del área de influencia directa alegan que la operación de Cerro Matoso afecta su salud. Entre otras afecciones, le atribuyen presuntos casos de dermatitis, cáncer, enfermedades respiratorias, abortos y malformaciones. Adicionalmente, tienen la percepción de que la empresa afecta su entorno ambiental (...) **Cerro Matoso ha presentado evidencias que demuestran que las enfermedades referidas en la demanda no tienen relación con sus actividades.** Entre ellas, las estadísticas de desempeño ambiental y de salud ocupacional, al igual que estudios nacionales que evidencian las condiciones reales de salud de la región y en especial la Costa

Atlántica. Adicionalmente ha iniciado una campaña educativa con diferentes grupos de interés, y con base en información pública acerca de las condiciones de salud en la zona (Cerro Matoso S.A., 2013, pág. 23).

En el apartado anterior, se exponen dos puntos de vista contrapuestos. Por un lado, se describe “**Un grupo de extrabajadores y personas de las comunidades del área de influencia directa alegan que la operación de Cerro Matoso afecta su salud**” y por el otro “**Cerro Matoso ha presentado evidencias que demuestran que las enfermedades referidas en la demanda no tienen relación con sus actividades**”. Frente a ello, Cerro Matoso busca desequilibrar el poder de sus contradictores a través del cuestionamiento de su veracidad. Es por ello por lo que, desde el proceso lingüístico de evaluación se presenta a la empresa como positiva y a los denunciantes desde una construcción negativa.

Proceso lingüístico de mitigación en la estrategia discursiva de acusación-justificación:

Al momento de publicación de este reporte, cursa una investigación penal, aludiendo al supuesto daño causado por la Empresa. Así mismo se han interpuesto cuatro acciones de tutelas en contra de la Empresa, las cuales han sido resueltas a favor en las diferentes instancias judiciales (...) **Importancia de conocer y entender el perfil epidemiológico de la zona y, en este caso, su coincidencia con el resto de Córdoba y la Costa Atlántica** (Cerro Matoso S.A., 2013, pág. 23). (Negrilla añadida)

Cerro Matoso se justifica frente a las acusaciones sobre los supuestos daños que genera. Esta justificación se da cuando aclara que es importante conocer el territorio y, asimismo, conocer el perfil epidemiológico, con lo cual mitiga su responsabilidad en torno a las enfermedades que presentan las comunidades aledañas a la operación de la empresa.

- Fenómeno sociodiscursivo de transformación

Proceso lingüístico de activación en la estrategia discursiva de reordenamiento:

En 2013 muchos acontecimientos ocurrieron en Cerro Matoso y la ubicaron en el ojo de la opinión pública, dando a la Compañía **la posibilidad** de afianzar su relacionamiento con las comunidades y los gobiernos local, departamental y nacional; **de aprender y reafirmar** su condición de empresa sostenible, que **cumple con sus compromisos y le apuesta al desarrollo de Colombia**, de Córdoba y del Alto San Jorge (Cerro Matoso S.A., 2013, pág. 21). (Negrilla añadida)

Frente a la compleja situación en la que se encuentra la empresa, esta aprovecha la situación y activa su discurso al ver en las problemáticas una “posibilidad” de afianzar su relación con la comunidad y de “aprender y reafirmar” su compromiso. Además, al decir que cumple y le apuesta al desarrollo del país y la región se muestra como el actor que produce y asigna. En tanto, naturaliza la situación con la comunidad y oculta su responsabilidad ante tales hechos.

Proceso lingüístico de pasivación en su categoría subordinación en la estrategia discursiva de reordenamiento:

Para preservar la seguridad de los trabajadores y contratistas, durante la manifestación de las comunidades indígenas y su ingreso a las instalaciones de la empresa, se suspende la actividad minera y solo se dejan en marcha las tareas críticas de la planta industrial. **Se advirtió acerca de las consecuencias de parar la operación sobre el empleo y la economía de la región, el departamento y el país** (Cerro Matoso, 2017, pág. 26).

Por otro lado, al delegar la responsabilidad total a la huelga a los indígenas y culparlos de las consecuencias que traería el cese de actividades por parte de la minera, la empresa se presenta como la subordinada de los indígenas, pero que altera los discursos para mostrarse como receptora negativa que la coloca en una condición de sumisión. Así oculta su responsabilidad ante la huelga y crea una construcción alterna de la realidad.

6.3.3 Discursos de la categoría Stakeholders

- Fenómeno sociodiscursivo de legitimación

Proceso lingüístico de autorización en la estrategia discursiva de negociación:

Para propiciar acercamientos y dirimir los conflictos **empresa-sindicato** por medio del diálogo, se creó una comisión bipartita permanente, con la participación del **Ministerio de Trabajo** (Cerro Matoso S.A., 2013, pág. 45).

Desde el proceso de negociación, el discurso se autoriza por la nominación del Ministerio de Trabajo, donde se crea la comisión bipartita para la puesta en escena de poderes que se disputan una verdad, en este caso la empresa y los sindicatos.

- Fenómeno sociodiscursivo de transformación

Proceso lingüístico de pasivación en su categoría beneficiación en la estrategia discursiva de reordenamiento:

La remuneración de los empleados **supera** los promedios nacionales y los del sector, honramos los acuerdos establecidos en la convención colectiva y cumplimos rigurosamente la legislación con respecto a la contratación de menores de edad (Cerro Matoso, 2017, pág. 5).

En el apartado anterior, se presenta como beneficiarios de las actuaciones y decisiones de la empresa a los empleados, desde la pasivación, los empleados en este caso son quienes reciben la acción del actor.

Proceso lingüístico de impersonalización en su característica somatización en la estrategia discursiva de sustitución:

En algunos apartes se hace mención a la gestión de las **Fundaciones de Cerro Matoso: Panzenú, Educativa Montelíbano y Cerro Matoso** (anteriormente Fundación San Isidro), así como la gestión de sostenibilidad con proveedores y contratistas directos (Cerro Matoso S.A., 2013, pág. 3)

La somatización se basa en la sustitución o cambio de la forma de representación de la empresa desde un posicionamiento impersonalizado. En este caso, la empresa se representa por medio de una de las partes de su “cuerpo” como lo son las fundaciones, es decir, que se evaluará a la empresa a la luz de las actuaciones de las fundaciones.

6.3.4 Discursos de la categoría Decisiones del inversor

- Fenómeno sociodiscursivo de legitimación

Proceso lingüístico de narrativización en la estrategia discursiva de persuasión:

Cerro Matoso debe su crecimiento y competitividad a la gente que hace parte de la empresa. Estimularla para que se sienta segura, saludable, competente y motivada es uno de los pilares que soportan el excelente desempeño. También reconoce que la generación de empleo es una de sus contribuciones más importantes al desarrollo económico de la región y del país (Cerro Matoso S.A., 2013, pág. 39). (Subrayado y negrilla añadida)

Desde la metáfora “Cerro Matoso debe su crecimiento y competitividad a la gente que hace parte de la empresa” se construye el proceso narrativo en cuanto al uso de hipérbolos para exaltar más la actuación de la empresa y de esa misma manera resaltar el papel indispensable de las personas, legitimando de esta manera la operación de la empresa por ser garante de empleo para la región que conllevará al desarrollo económico.

Proceso lingüístico de racionalización en la estrategia discursiva de acusación-justificación:

Luego de hacer públicas investigaciones y acusaciones en contra de Cerro Matoso, la Contraloría archivó casos como el de la canga o el aeródromo de Montelíbano dado que no tenían sustento (Cerro Matoso S.A., 2013, pág. 24).

Se toma la acción como una premisa y como una victoria frente a las acusaciones de la Contraloría. A partir de ello, se rechaza el lugar de la entidad gubernamental y el discurso de la empresa se empodera, racionalizándose en torno a una actuación de la misma empresa. Con esta afirmación, se niegan las demás acusaciones hechas por otros actores sobre la responsabilidad que tiene la empresa frente a las denuncias por diferentes afectaciones.

6.3.5 Discursos de la categoría Costos de agencia

- Proceso sociodiscursivo de legitimación

Proceso lingüístico de autorización en la estrategia discursiva de acusación-justificación:

Como lo confirma la ANLA en sus visitas de seguimiento, se evidencia que los resultados de calidad de aire de Cerro Matoso cumplen ampliamente lo exigido por la norma, y no hay un impacto en la calidad de aire en las comunidades aledañas a la operación atribuibles a Cerro Matoso (Cerro Matoso S.A., 2013, pág. 76). (Negrilla añadida)

En este caso se recurre a la autorización y el reconocimiento social de la Agencia Nacional de Licencias Ambientales ANLA, en el que se legitima y justifica, por una parte, la operación de la empresa y, por otra parte, el discurso de Cerro Matosos en el cual argumenta que existe contaminación en el aire y por consiguiente no hay afectación a las comunidades. Deslegitimando de esta forma las denuncias por contaminación que existen en su contra.

6.2.4 Discursos de la categoría Costos políticos

- Fenómeno sociodiscursivo de transformación

Proceso lingüístico de personalización basado en la diferenciación de la estrategia discursiva de sustitución:

Así mismo en todos los ámbitos, sobre todo en la gestión de seguridad, salud y ambiente, vamos **más allá de los requisitos exigidos por las leyes colombianas** (Cerro Matoso S.A., 2013, pág. 4).

Al mencionar que cumple con exigencias mayores que las de la ley colombiana, se muestra la diferenciación que marca frente a otras empresas. Además, muestra al gobierno que al estar cumpliendo con el total de sus las leyes y yendo más allá de estas, no hay preocupación por su actuación. Por tanto, es una forma de apaciguar al gobierno.

6.3.7 La representación de la realidad que hace Cerro Matoso S.A.

La representación de la realidad en el informe de sostenibilidad ha sido construida a partir de estrategias discursivas. Con ello, se evidenció que tal representación es construida en función de buscar legitimación. En este marco, se usan discursos que dan sentido a la existencia de la empresa. Además de lo anterior, desde la búsqueda de legitimación, también se pretende transformar las nociones que tienen los grupos de interés sobre la empresa, es decir, se busca cambiar los imaginarios que se tiene de la empresa para instaurar nuevas ideas y por consiguiente una nueva realidad.

Algunas de las características de la búsqueda por legitimidad que se muestran en el informe son: la mención constante al compromiso con los Objetivos del Desarrollo Sostenible, los reconocimientos recibidos por su responsabilidad social, las acciones que de forma voluntaria realiza para con la comunidad y en medio ambiente, el cumplimiento de la ley y demás requerimientos, así como también diferentes testimonios de empleados y personas de la comunidad sobre los beneficios que ha traído la minera.

Adicional a lo anterior, se evidenció que en las estrategias discursivas el actor que más se utiliza es la empresa con un 54,5% de total, seguido de la comunidad con un 16,8%, el gobierno con un 10,9%, las fundaciones con un 5%, los grupos de interés con un 4%, el producto níquel con un 3% y los empleados, las mujeres y los sindicatos cada uno con un 2%.

Tabla 20. Tipo de actores y frecuencia de aparición en las estrategias discursivas

Actor de los discursos	Porcentaje
La empresa	54,5%
La comunidad	16,8%
El gobierno	10,9%
Las fundaciones	5%
Los grupos de interés	4%
El níquel	3%
Los empleados	2%
Las mujeres	2%
Los sindicatos	2%

Fuente: Elaboración propia

Estos resultados muestran que la empresa tiene la necesidad de mostrarse como un actor protagónico, necesario en la sociedad. Con ello, busca naturalizar su operación mostrando su habilidad para atender las necesidades de la comunidad, actuando en el papel de Estado. En contraposición, se muestra a la comunidad en su gran mayoría como el agente pasivo que recibe con necesidad las acciones de la empresa. Desde aquí, es notable la transformación de los actores en cuando a su relevancia y su papel en las lógicas de la región.

Basado en todo lo anterior, se evidencia que los discursos impresos en el informe están creados a expensas de exaltar la entidad por medio de la creación de una dependencia y una necesidad, pues se muestra como la única forma de mejorar las condiciones sociales y vivenciales de la región.

En consonancia con lo anterior, el uso que se da a la contabilidad en el informe es el de validar la presencia de la empresa a expensas de buscar legitimación por medio de la información. De igual manera, la contabilidad es usada para ejercer control y disciplinamiento sobre su entorno y sus grupos de interés. Es decir, que los roles simbólicos de la contabilidad en la construcción del informe contribuyen a definir lo real, otorgando así, racionalidad a prácticas que la empresa resalta

a lo largo del documento. Por tanto, la tecnología inherente de la contabilidad actúa mostrando de forma inteligible información que legitima la existencia de la minera y, así mismo, su operación.

Asimismo, al tomar los procesos contables como base para la creación del informe, se usan ciertos conceptos y categorías para dar forma al discurso que se pretende imponer. Estas categorías y conceptos se encuentran en la noción de desarrollo, productividad y crecimiento económico, en las cuales Cerro Matoso S.A. basa su discurso y por tal motivo su operación. Frente a las anteriores nociones, se configura una concepción utilitarista del níquel como recurso natural extraíble, ello como consecuencia, por un lado, de mostrar la exportación de materia prima como enclave para el desarrollo del país, de la región y de la calidad de vida de las personas. Por otra parte, se expone la importancia y la dependencia del níquel y la aleación de ferroníquel en la vida humana, debido a que se muestra como un insumo del cual es indispensable abastecerse, resaltando los usos que tiene en las dinámicas diarias de una sociedad.

La anterior información es representada por medio de cifras, tanto financieras como no financieras, en las cuales el tecnicismo intrínseco de la operación minera es “traducido” en el lenguaje de la contabilidad. Esto como consecuencia de utilizar las herramientas técnicas y los procedimientos de la contabilidad, lo cuales se usan en el informe para ajustar y legitimar la racionalidad de la cual están cargadas sus prácticas.

Por tanto, desde asuntos álgidos, como las acusaciones por contaminación y las enfermedades a causa de la operación, que ponen en entredicho la reputación de la empresa, se crea un discurso con el cual se desliguen las percepciones malas que tienen las personas. De esta manera, busca persuadir por medio de la información contable financiera, presentada como racional y objetiva para así, mostrar a la empresa como una aliada y una fuente de progreso para la región.

Además, con la información sobre los procesos de control, mitigación y resarcimiento, la empresa expande el proceso de legitimación social del modo de producción. Con lo cual, impregna con la racionalidad del cálculo y con objetividad los discursos, cargándolos de ese modo de autoridad y mayor credibilidad. Por otro lado, todo lo concerniente a los controles y a la “evidencia” del carácter responsable de la empresa es presentada por medio de cuantificaciones monetarias, inversiones, gastos y regalías, con el fin de evidenciar al público su accionar en la sociedad; una vez más evidenciando el uso del lenguaje contable para legitimar la figura de poder que ostenta la empresa en el marco de las lógicas económicas mundiales.

Habría que decir también, que al mostrar las distintas formas en que la empresa utiliza recursos, tanto monetarios como no en actividades sociales y ambientales, se externaliza una nueva realidad, en la cual el discurso de sus contrarios queda desvirtuado. Esto se debe a que, desde la posición de poder de la empresa, su discurso prevalece ante los discursos de otros, como el de la comunidad. Lo anterior, visto desde la economía política de la contabilidad, evidencia que la contabilidad es usada en el informe como instrumento ideológico para reproducir las actuales relaciones de poder que existen entre Cerro Matoso S.A. y las comunidades aledañas a la operación.

De ahí, que se presenten disputas por el poder que se han librado a costa de la instauración de hegemonías empresariales, como en este caso la extractivista. Que si bien, se rigen por leyes, acuerdos y condiciones, están respaldadas por los planes estratégicos del Estado que ha aprehendido el modelo extractivista como la fuente de crecimiento económico. De manera que, sumado a la prevalencia del poderío empresarial minero, al tener el apoyo del Estado se desvirtúan, en mayor medida, los discursos contrapuestos de las comunidades, los ambientalistas y demás detractores de la operación de la mina, consagrando de ese modo la hegemonía de la empresa en la región.

La constitución del informe de sostenibilidad también busca transmitir una ideología, con la cual se ganen adeptos y pueda de esa forma asegurar su permanencia. En tanto, la ideología y el lenguaje están presentes en el informe estos dos son constitutivos entre sí, debido a que la ideología conforma una forma de comunicación y de lenguaje, y el lenguaje se constituyen conforme a la estructura ideológica.

En consonancia con lo anterior, desde una ideología, unos intereses y, desde una realidad construida, el análisis del informe de sostenibilidad del año 2013 busca legitimar a Cerro Matoso S.A. ante la sociedad en general. Ello, como respuesta a las diferentes acusaciones que recaen sobre la empresa. Por tanto, desde las características favorables de ser “conscientes”, “responsables”, “solidarios”, “justos”, entre otras, se busca crear una imagen positiva de la empresa, puntualizando en la necesidad de su existencia para la sociedad y el desarrollo económico tanto del país como de la región. Por tanto, evidencia que las acusaciones y “posibles” fallas son inherentes a la operación, razón por la cual, no deberían afectar el normal funcionamiento de la mina.

7. Conclusiones

La investigación ha pretendido evaluar el uso de la contabilidad en la representación de la realidad contenida en el informe de sostenibilidad del año 2013 de Cerro Matoso S.A. Para ello, se partió del supuesto ontológico en el cual la realidad es una construcción social y la contabilidad una práctica social e institucional, lo anterior, como forma de evidenciar la representación particular que hacer la empresa de la realidad.

Seguido de ello, al sintetizar los referentes teóricos de la Responsabilidad Social Empresarial se afirma que al tener tan diversas perspectivas, se usa para distintos fines. Por ello, se acomoda a los intereses particulares, como a las dinámicas del actual sistema económico y empresarial que, si bien han acogido la responsabilidad social, no han dejado atrás las ansias por el crecimiento financiero de la teoría de la maximización del valor para el accionista. Por tal motivo, al ser la Responsabilidad Social Empresarial un concepto con tan variado significado lo convierte en un concepto esencialmente controvertido que les permite a las empresas moverse por medio de un gran espacio y actuar desde allí para considerarse socialmente responsables.

De igual forma con la divulgación de información socioambiental, al estar regida por el tipo de perspectiva que se tenga sobre la Responsabilidad Social Empresarial, sirve a los intereses de cada

empresa que la usa. En tanto, la divulgación de información tiene tanta variedad de conceptos prácticas y usos como la Responsabilidad Social Empresarial. Lo cual, genera una heterogeneidad en su aplicación y, por tanto, una divergencia de ideas y nociones que hacen de la información ambiental y social un cúmulo de intereses, que hacen cuestionar su aporte a las crisis que se viven hoy en día.

Frente al caso de Cerro Matosos S.A. al estudiar su trasegar en el tiempo, como en la mayoría de las empresas extractivistas, las denuncias por las afectaciones que trae consigo la operación son constantes, pero no trascienden. El juego de poderes toma peso en la medida en que prevalece el discurso de la empresa sobre los denunciados, puesto que en la mayoría de los casos las voces de los afectados son diezmadas y pasadas por alto. Además de ello, al adherirse a la publicación anual de información socioambiental y al mostrar su compromiso por los Objetivos del Desarrollo Sostenible se recubren de una legitimidad ante la opinión pública. En tanto, con los problemas estructurales del Estado colombiano que al no hacer presencia en zonas de conflicto y con variedad de problemas sociales, como lo es el alto San Jorge, zona de influencia de la empresa deja un vacío de gobernabilidad, el cual aprovecha la empresa para adherir responsabilidades que la legitiman ante la sociedad y que la recubren de un carácter indispensable. La empresa entra a sustituir los deberes del Estado y así ganar adeptos y apoyo de la misma comunidad.

Por tanto, al usar el Análisis Crítico del Discurso se pretendió develar las relaciones de dominación y poder dentro de los discursos por parte de la empresa, así como la categoría de análisis “representación” como aquello que se crea hipotéticamente en la mente de los seres humanos para dar sentido a los fenómenos de la vida. Desde allí, el ACD escudriñó las intenciones de la empresa por medio del análisis del informe, de igual forma, se evidenció la creación de una nueva realidad a partir de dicho análisis.

En consonancia con lo anterior, se concluye que al analizar en sentido crítico las estrategias discursivas que representan la realidad de Cerro Matoso S.A. en su informe de sostenibilidad del año 2013 se pudo evidenciar que el informe es usado como un instrumento de legitimación, una herramienta que sirve como un puente comunicacional con los grupos de interés.

Por consiguiente, la empresa tiene la necesidad de buscar por medio de los discursos y la accesibilidad que posee a los comunicados públicos la forma de prevalecer tanto en el mercado, como en la región. Además, desde su posición de poder y, con el apoyo del Estado, Cerro Matoso desvirtúa los demás discursos que le acusan de afectaciones sociales y ambientales. Por tanto, diezma a la comunidad y se posiciona como el único discurso válido, alegando que son los únicos que actúan desde la racionalidad y la objetividad, de las cuales carecen los demandantes.

De igual forma, el lenguaje contable impreso en el informe obliga a la adaptación de pautas, las cuales son el resultado de la toma de decisiones por parte de los usuarios de la información, como la gerencia. Es por esto por lo que la base constitutiva del informe de sostenibilidad es la contabilidad, tomando el concepto en un sentido amplio y no reduccionista, en donde la definición de lo material y la connotación lingüística y semiótica del mensaje contable, son referentes expresadores del poder constitutivo de la contabilidad en el seno de la empresa.

Con base en todo lo anterior habría que decir que el Análisis Crítico del Discurso hecho al informe de sostenibilidad de Cerro Matoso S.A. del año 2013 evidencia que la representación de la realidad que allí se muestra, busca constituir en los receptores construcciones hipotéticas con las cuales comprendan, justifiquen y legitimen la operación minera. Creando de esta forma mapas de inteligibilidad dotados de sentido que legitiman a la empresa y, sistemas de lenguaje que permitan instaurar ideas y posteriormente actuar a favor de esta. Es así como, desde la percepción de la empresa, la representación que se hace de la realidad es de un carácter reflectivo, en la cual sus discursos son un espejo del mundo real, donde existe una sola realidad concreta que se expone en el informe de sostenibilidad, tomando así el informe como un espejo que refleja la verdad.

No obstante, desde la noción ontológica en la cual se presenta esta investigación, la realidad es una construcción social. Por tanto, lejos de representar el informe de sostenibilidad una realidad concreta, representa una realidad construida que se vale de estrategias discursivas y del uso de la contabilidad, desde la legitimación y el control y disciplinamiento, para mostrar una realidad deseable socialmente.

Finalmente, la presente investigación abre el camino a otras investigaciones sobre el quehacer contable desde las perspectivas cualitativas. Además de ello, surgen nuevas cuestiones en torno a los resultados de esta investigación. Es el caso del seguimiento a los conflictos socioambientales presentes entre Cerro Matoso S.A. y sus grupos de interés, los dictámenes de las distintas denuncias y tutelas interpuestas y, basado en ello, la incidencia del Estado en el desarrollo del extractivismo en la región, así como también la influencia del conflicto en las lógicas extractivistas. De igual forma, se abre el camino a los cuestionamientos sobre la forma en que los discursos son internalizados y, luego de ello, en cómo se construyen nuevos mapas mentales que luego son externalizados, con los cuales, la misma comunidad termina legitimando a la empresa.

8. Referencias

- Agencia Nacional de Minería. (2012). *Documento soporte Cerro Matoso* . Obtenido de https://www.anm.gov.co/?q=Documento_Soporte_CerroMatoso
- Agencia Nacional de Minería. (2013). *Abecé de la negociación de la prórroga del contrato de la Nación con Cerro Matoso S.A.* Bogotá.
- Alimonda, H., Toro, C., & Martín, F. (2017). *Ecología Política Latinoamericana. Pensamiento crítico, diferencia latinoamericana y rearticulación epistémica* (Vol. 2). Buenos Aires: CLACSO.
- Archel, P. (2007). Discurso contable, ideología e informes anuales: un enfoque interpretativo. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 41-64.
- Archel, P. (2014). *Perspectivas críticas de investigación en contabilidad : una revisión de la literatura y una visión personal*. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá: Segundo congreso global en contabilidad y finanzas.
- Archel, P. (s.f.). Las memorias de sosteibilidad de la Global Reporting Initiative . *Universiad de Navarra*, 238-252.
- Archel, P., & Husillos, J. (2009). Divulgación de información social y medioambiental: Una revisión de la literatura. En P. Archel, J. Husillos, & W. Rojas, *Irrupciones significativas para pensar la contabilidad* (págs. 13-61). Cali: Universidad del Valle.
- Ariza, D. (2011). Sentidos internos frente a sentidos externos en la responsabilidad social empresarial: desafíos para las ciencias sociales. *Tend.Ret*, 93-110.
- Ariza, D., Gomez, M., & Leon, F. (2006). Una aproximación a los perfiles ambientales de la empresa. *Innovar*, 57-74.
- Ariza, D., Leon, F., & Gomez, M. (2008). SURGIMIENTO, EVOLUCIÓN Y EXPANSIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UNA PROPUESTA DE COMPRENSIÓN CRÍTICA. En *Perspectivas críticas de la contabilidad "Reflexiones y críticas contables alternas al pensamiento único"* (págs. 191-212). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Berger, P., & Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrourtu.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Pearson.
- Betancurt, M., & Porto-Goncalves, C. (2017). Cuestiones críticas sobre extractivismo y productivismo: Un análisis desde el pensamiento crítico, la ecología política y las prácticas políticas de los grupos subalternizados. En H. Alimonda, C. Toro, & F. Martin, *Ecología política latinoamericana* (págs. 177-192). Buenos Aires: CLACSO.
- Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Row.

- Buitrago, R. (2010). La falacia del desarrollo basado en apertura comercial. En P. Andrade, & A. Puyana, *Pobreza en America Latina* (págs. 23-50). Argentina: CLACSO.
- Carroll, A. (1999). Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295.
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance.. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. doi: doi:10.2307/257850
- Carvajal, L. (2016). *Extractivismo en américa latina*. Bogotá: Fondo accion urgente.
- Cerro Matoso . (2017). *Informe de Sostenibilidad 2016*.
- Cerro Matoso. (2017). *Reporte de Sostenibilidad 2016*. South32.
- Cerro Matoso S.A. (2013). *Cerro Matoso. Treinta años creciendo junto a Colombia*. Bogotá.
- Cerro Matoso S.A. (2013). *Informe de sostenibilidad 2013* . Bogotá D.C.: Cerro Matoso S.A.
- Chua, W. F. (2009). Desarrollos radicales en el pensamiento contable. En M. Gomez, & C. Ospina, *Avances interdisciplinarios para una comprensión crítica de la contabilidad* (págs. 37-75). Bogotá: Universidad Nacional.
- CINEP. (2016). *Defender el territorio es construir paz* . Bogotá D.C.: CINEP/Programa para la paz.
- CINEP. (2016). *Tierra y territorio en el departamento de Córdoba en el escenario del posconflicto*. Bogotá: CLACSO.
- Contraloría General de la República. (2014). *Informe de actuación especial de vigilancia y control fiscal a los costos de transporte interno y externo de níquel producido por Cerro Matoso S.A. en los contratos de concesión 866-63 y 1727-71*. Bogotá.
- Contraloría General de la República. (2018). *COMUNICADO DE PRENSA No. 184 . Cerro Matoso S.A. adeuda \$170 mil millones al Estado colombiano, por regalías dejadas de pagar desde 1998*. Bogotá.
- Corte Constitucional . (2017). *Sentencia T-733-17*. Obtenido de <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2017/t-733-17.htm>
- Davis, K. (1960). Can Business Afford To Ignore Social Responsibilities? *Social Responsibilities*, 70-76.
- De la Cuesta, M. (2004). El porqué de la responsabilidad. *ICE*, 45-58.
- Defensoría del pueblo. (2014). *Informe defensorial explotación de Níquel. Proyecto Cerro Matoso - Montelíbano, Córdoba*. Bogotá.
- Donaldson , T. (1994). Toward a unifiield conception of business ethics: Integrative social contract theory. *Academy ol Management Beview*, 19(2), 252-284.

- EJATLAS. (08 de 04 de 2014). *Cerro Matoso, Colombia*. Obtenido de Environmental Justice Atlas : <https://ejatlas.org/conflict/cerro-matoso-colombia>
- EJATLAS. (06 de 06 de 2019). *Colombia*. Obtenido de Environmental Justice Atlas. : <https://ejatlas.org/country/colombia>
- El Espectador. (11 de 03 de 2013). *Cerro Matoso nos está matando* . Obtenido de El Espectador : <https://www.elespectador.com/noticias/economia/cerro-matoso-nos-esta-matando-articulo-409715>
- El Tiempo. (15 de octubre de 2013). *Continúa la tensión en Cerro Matoso por protesta indígena*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13125677>
- El Tiempo. (2018). *Las razones de la Corte para tumbar la reparación en caso Cerro Matoso*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/justicia/cortes/razones-de-la-corte-constitucional-para-tumbar-la-reparacion-de-cerro-matoso-271606>
- El Tiempo. (23 de 04 de 2019). *El pueblo Zinú está acorralado por el desarrollo*. Obtenido de Tierra de Resistentes: <https://www.eltiempo.com/datos/indigenas-zenu-acorralados-por-la-mineria-en-cordoba-352240>
- Fairclough, N. (2008). El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: las universidades. *Discurso y sociedad*, 2(1), 170-185.
- Fairclough, N., & Ruth, W. (2000). Análisis crítico del discurso. En T. Van Dijk, *El discurso como interacción social* (E. Marengo, Trad., Vol. 2, págs. 367-404). Barcelona: Gedisa.
- Falchetti, A. (1996). El territorio del gran Zenú, en las llanuras del caribe colombiano . *Revista de Arqueología americana*, 6-41.
- Foucault, M. (2005). *Las palabras y las cosas*. Mexico DF: Siglo XXI editores, SA de CV.
- Freeman, E. (1994). The politics of stakeholders theory: Dome future direction . *Business, Ethics, Quarterly* , 409-421.
- Freeman, E., Parmar, B., & Wicks, A. (2004). Stakeholders theory and "the corporate objective revisited". *Organización Science*, 364-369.
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*.
- Fundación Cerro Matoso. (03 de 05 de 2019). *Fundación Cerro Matoso*. Obtenido de <http://www.fundacioncerromatoso.org/>
- Gallie, W. (1956). Essentially Contested concepts. *Meeting of the Aristotelian Society*, 56(1), 167-198. doi:doi:10.1093/aristotelian/56.1.167
- Garriga, E., & Melé, D. (agosto de 2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business*, 53(1/2), 51-71. Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/25123282>

- Gómez, D. (2011). EL PACTO GLOBAL DE LAS NACIONES UNIDAS: sobre la responsabilidad social, la anticorrupción y la seguridad. *Revista Prolegómenos - Derechos y Valores*, 217-231.
- Gray, R., Adams, C., & Owen, D. (1996). *Accounting & accountability : changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. London: Prentice Hall.
- GRI. (07 de 06 de 2019). *About Sustainability reporting* . Obtenido de <http://www.globalreporting.org/information/sustainability-reportin/Pages/default.aspx>
- Gudynas, E. (2011). Más allá del nuevo extractivismo:. En F. Wanderley, *El desarrollo en cuestión*. (págs. 379-410). La paz: Oxfam y CIDES UMSA,.
- Hall, S. (1997). El trabajo de la Representación. En S. Hall (Ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (E. Sevilla Casas, Trad., págs. 17-74). Londres: Sage Publications,.
- Harvey, D. (2005). El “nuevo” imperialismo : acumulación por desposesión. *CLACSO*, 99-129.
- Idárraga, A., Muñoz , D., & Vélez, H. (2010). *Conflictos socio-ambientales por la extracción minera en Colombia: Casos de la inversión británica*. Bogotá: CENSAT AGUA VIVA.
- Idrovo, A., Rivero , C., & Amaya , C. (2017). Perception of pollution and arsenic in hair of indigenous living near a ferronickel open-pit mine (Córdoba, Colombia): Public health case report. *Revista de la Universidad Industrial de Santander*, 49(1), 115-123. doi:<http://dx.doi.org/10.18273/revsal.v49n1-2017011>
- International Agency for Research on Cancer. (2012). Nickel and Nickel Compounds, IARC Monographs on the Evaluation of Carcinogenic Risks to Humans. *World Health Organization, 100C*, 169-218.
- Jensen, M., & Meckling, W. (1976). THEORY OF THE FIRM: MANAGERIAL BEHAVIOR, AGENCY COSTS AND OWNERSHIP STRUCTURE. *Journal of Financial Economics*, 305-360.
- Larraín , A. (2015). El sombrero Vueltiao Zenú. Retratos del símbolo cultural de la nación en Colombia. *Revista Landa*, 4(1), 214-244.
- Mahon, J., & McGowan, R. (1991). Searching for the Common Good: A Process-Oriented Approach. *Business Horizons*, 79-86.
- Matten, D., & Crane, A. (2005). Corporate Citizenship: Toward an Extended Theoretical Conceptualization. *The Academy of Management Review*, 30(1), 166-179.
- Matten, D., Crane, A., & Chapple, W. (2003). Behind the Mask: Revealing the True Face of Corporate Citizenship. *Journal of Business Ethics*, 109–120,.
- Medicina Legal y Ciencias Forenses. (2016). *Estudio pericial de exposición a níquel en las comunidades indígenas y afrocolombianas de los municipios de Montelíbano, San José de Uré y Puerto Libertador* . Córdoba.

- Mele, D. (2007). Responsabilidad social empresarial: Una visión crítica las principales teorías. *Ekonomiaz*, 2(65), 50-67.
- Ministerio de Cultura. (2010). *Zenú. La gente de la palabra*. Bogotá: Mincultura.
- Misas, G. (2001). De la sustitución de importaciones a la apertura económica. La difícil consolidación industria. *Desarrollo económico y social en Colombia. SIGLO XX*, 111-147.
- MOE-Corporacion Nuevo Arcoíris . (2010). *Monografía político electoral departamento de Córdoba*. Bogotá: Observatorio de Democracia de la Misión de Observación Electoral.
- Moneva, J. (2005). Información sobre responsabilidad social corporativa: situación y tendencias. *Revista asturiana de economía*, 43-67.
- Moneva, J. (2007). El marco de las informacion sobre responsabilidad social de las organizaciones. *Ekonomiaz*, 284-317.
- Moura-leite, R., & Padgett, R. (2011). Historical background of corporate social responsibility. *Social responsibility journal*, 7(4), 528-539. doi:DOI 10.1108/17471111111117511
- National Toxicology Program. (2014). Nickel Compounds and Metallic Nickel, Report on Carcinogens. *NC: National Institute of Environmental Health and Safety*, 13, 1-4.
- Okoye, A. (2009). Theorising Corporate Social Responsibility as an Essentially Contested Concept: Is a Definition Necessary? *Journal of Business Ethics*, 89, 613-627. doi:DOI 10.1007/s10551-008-0021-9
- ONU. (1987). *Nuestro Futuro Común: Informe Brundtland*. Oxford University Press.
- Pacto Global. (12 de 07 de 2018). *Pacto Global- Red Colombia*. Obtenido de <https://www.pactoglobal-colombia.org/>
- Pardo, N. (2013). *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Pérez, M. (2014). Injusticias ambientales en colombia: Estadísticas y análisis para 95 casos. *Revista del Doctorado Interinstitucional en Ciencias Ambientales*, 65-78.
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Estrategia y Sociedad. *Harvard business review*.
- Preston, L., & Post, J. (1981). Private Management and Public Policy. *California Management Review*, 56-62.
- Quinche, F. (2017). *La cuestión ambiental en los informes de Responsabilidad Social Empresarial y el papel de la contabilidad. Un análisis critico del ciscruso a los informes de Responsabilidad Social Empresarial de las Empresas generadoras de energía en Colombia en el perio*. Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia.

- Richardson, A. (1987). La contabilidad como una institución de legitimación. En M. Gomez, & C. Ospina (Edits.), *Avances Interdisciplinarios para una Comprensión Crítica de la Contabilidad. Textos paradigmáticos de las corrientes heterodoxas* (págs. 79-99). Medellín, Colombia.
- Roberts, R. (1992). Determinants of corporate social responsibility disclosure: an application of stakeholders theory. *Accounting, Organizations and society*, 17(6), 595-612.
- Ryan, B., Scapens, R. W., & Theobald, M. (2004). *Metodología de la investigación en finanzas y contabilidad*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Sabogal, J. (2008). Aproximación y cuestionamientos al concepto responsabilidad social empresarial. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 16(1), 179-195.
- Sánchez, G. (1998). El asalto neoliberal. En F. López, *Los retos de la globalización. Ensayo en homenaje a Theotonio Dos Santos*. Caracas: UNESCO.
- Sarmiento, M. (2013). Cerro Matoso: Una historia de fraudes contro el país. *Deslinde*, 55-59.
- Semana. (2012). *Cerro Matoso: mina rica, pueblo pobre*. Obtenido de Revista Semana: <https://www.semana.com/nacion/articulo/cerro-matoso-mina-rica-pueblo-pobre/262408-3>
- Sethi, S. (1975). Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework. *California Management Review*, 58-64.
- Shocker, A., & Sethi, P. (1973). An Approach to Incorporating Societal Preferences in Developing Corporate Action Strategies. *California management Review*, 15(4), 97-105.
- Sistema General de Regalías. (03 de 05 de 2019). *Mapa Regalías*. Obtenido de <http://maparegalias.sgr.gov.co/#/recursos/?zoom=11¢er=4.334352843303186,-77.76142578125&topLeft=4.604801099436457,-78.22456817626953&bottomRight=4.063904587169915,-77.29828338623047&municipio=23682&departamento=23®ion=03>
- Sistema General de Regalías. (03 de 05 de 2019). *Mapa Regalías*. Obtenido de <http://maparegalias.sgr.gov.co/Produccion/FichaProduccion/?periodosProduccion=2012,2013,2014,2015,2016,2017,2018,2019&departamento=23>
- Souht32. (2018). *Annual Report 2018*.
- Sun, W., Stewart, J., & Pollard, D. (2015). Reframing Corporate Social Responsibility: Lessons from the Global Financial Crisis. *In Reframing Corporate Social Responsibility: Lessons from the Global Financial Crisis*, 3-19.
- Tamanes, R. (1995). *Ecología y desarrollo sostenible. La polémica sobre los límites del crecimiento*. Madrid: Alianza Editoría.

- Temper, L., del Bene, D., & Martinez-Alier, J. (2015). Mapeo de las fronteras y frente de la justicia ambiental global. *Revista de Ecología Política*, 22, 255-278. Obtenido de http://jpe.library.arizona.edu/volume_22/Temper.pdf
- Tinker, A. (1982). The normative origins of positive theories: Ideology and accounting thought. *Accounting, Organizations and Society*, 7(2), 167-200.
- Tregidga, H., Kearins, K., & Milne, M. (2007). La legitimidad organizacional y la investigación sobre los reportes sociales y ambientales: El potencial del análisis del discurso. *Traducción por Fabian Leonardo Quinche Martín*.
- Valencia, M., & Acosta, R. (2015). *Contexto económico del níquel y situación financiera de Cerro Matoso*. Bogotá: Justicia tributaria en Colombia.
- Valenzuela, L., Linares, M., & Suárez, Y. (2015). Una aproximación teórica y bibliométrica a la Responsabilidad Social Empresarial (1971-2015): Análisis mundial, latinoamericano y colombiano. *Lumina*, 168-193.
- Vallejo, V. (25 de Diciembre de 2018). *El defensor de la tierra: el cacique Zenú que encaró a las mineras en Córdoba*. Obtenido de Radio Nacional de Colombia : <https://www.radionacional.co/especiales-paz/defensor-de-la-tierra-cacique-zenu-que-encaro-a-las-mineras-cordoba>
- Van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthopos*, 23-36.
- Varadarajan, P., & Menon, A. (1988). Cause-Related Marketing: A Coalignment of Marketing Strategy and Corporate Philanthropy. *Journal of Marketing*, 52(3), 58-74. Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/1251450>.
- Vasilachis, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.
- Vélez, I. (2014). Dimensiones del extractivismo minero en Colombia. Análisis de las racionalidades de gobierno durante la última década. *Análisis político*, 45-57.
- Verriccha, R. (1983). DISCRETIONARY DISCLOSURE. *University of Pennsylvania, Philadelphia*, 179-194.
- Viloria de la Hoz, J. (2009). El ferroníquel de Cerro Matoso: aspectos económicos de Montelíbano y el Alto San Jorge. *Centro de estudios económicos regionales*.
- Watts, R., & Zimmerman, J. (1978). Towards a Positive Theory of the Determination of Accounting Standards. *The Accounting Review*, 53(1), 112-134.