

Contabilidad y RSE

Objeciones a una relación planeada sin daños a terceros

Accounting and CSR
Objections to a planned relationship without third-party damage

Recibido: 19/02/15 - Aprobado versión final: 15/09/15 - Página inicial: 181 - Página final: 197

*Juan David Arias**

Resumen: el presente texto esboza algunas líneas reflexivas en torno a la importancia de una visión alternativa de la contabilidad, que integre en su corpus teórico-práctico lo socio-ambiental, lo cultural y lo humano, con el fin de que la realidad organizacional sea mejor representada en sus informes, en especial los sociales y medioambientales. Finalmente, se muestran algunos eufemismos que se presentan en las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial - RSE y se hace hincapié en la necesidad de un modelo pedagógico integral e integrador que permita comprender las relaciones empresariales y generar actos de consumo responsable, impulsores de un futuro esperanzador.

Palabras clave: contabilidad, responsabilidad social empresarial, información social y ambiental, educación ambiental.

Abstract: this text outlines some reflections on the importance of an alternative outlook on accounting studies that include socio-environmental, cultural and human aspects in its theoretical-practical corpus. The purpose is to have reports, especially environmental and social reports, that reflect organizational reality more accurately. Some euphemisms used in corporate social responsibility are presented. In addition, the need for a comprehensive educational model that explains business relations, and generates responsible consumption that promotes a promising future is stressed.

Keywords: accounting, corporate social responsibility, social and environmental information, environmental information

JEL: M41, M49, Q56

* Tecnólogo en Costos y Auditoría, Miembro del Colectivo YUPANA/FENECOP y estudiante de Contaduría Pública del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Medellín – Colombia.
jd.arias@hotmail.com

Comptabilité et RSE

Pas d'objection à une relation planifiée sans dommages à des tiers

Résumé: le présent texte énonce certaines lignes avisées autour de l'importance d'une vision alternative de la comptabilité, d'intégrer dans son corpus théorique et pratique ce Partenaire-environnementale, culturel et humain, afin que la réalité organisationnelle soit mieux représentée dans ses rapports, en particulier les sociales et environnementales. Enfin, il indique certains euphémismes qui se présentent dans les pratiques de responsabilité sociale des entreprises et met l'accent sur la nécessité d'un modèle pédagogique intégral et intégrateur permettant de comprendre les relations commerciales et engendrer des actes de consommation responsable initiateurs d'un avenir prometteur.

Mots-clés: comptabilité, de la responsabilité sociale des entreprises, d'information sociale et environnementale, l'éducation écologique.

Introducción

“No heredamos la Tierra de nuestros ancestros,
sólo la tomamos prestada a nuestros hijos”
Proverbio navajo

Las transformaciones socioeconómicas, políticas y culturales de las comunidades a través de la historia han llevado a que el capitalismo se consolide como sistema económico regente, donde el hombre ha logrado desarrollar múltiples artefactos tecnológicos que simplifican sus labores cotidianas y ha optimizado las formas de producción empresarial que contribuyen a la generación de lucro y a la participación constante en los mercados, pero ha olvidado que debe existir una relación armónica entre el hombre y la naturaleza para construir el equilibrio ecosistémico que garantice un medio ambiente con las mínimas condiciones naturales para las generaciones futuras; los seres humanos pueden desarrollar diversas actividades para satisfacer sus necesidades, pero no pueden subyugar a la naturaleza para la consecución de sus fines, porque aunque ésta incorpora miles de procesos autopoieticos, deviene finita y merece respeto.

“La crisis ambiental es la crisis de nuestro tiempo; es el resultado de una visión mecanicista del mundo que ignora los límites biofísicos de la naturaleza” (Riechmann, et. al, 1994, p. 34). En este sentido, los actuales problemas ambientales tienen su base “en cuestiones vinculadas al crecimiento demográfico, la escasez de alimentos, la pérdida de biodiversidad, el cambio climático, la contaminación del agua y del aire, la degradación del suelo, entre otras” (Kent, 2008, p. 10), y ante este contexto, se coincide con los argumentos del precursor de la teoría de la liquidez, pues el

daño atmosférico y el calentamiento del planeta son “efectos secundarios de la naturaleza caótica del proceso globalizador” (Bauman, 2012, p. 28); puesto que es una globalización direccionada a la generación de utilidad monetaria y la transferencia tecnológica, donde no interesan los contextos, las diferencias culturales o los procesos de marginación y exclusión social.

Parafraseando al ideólogo y pionero de la ecología social Murray Bookchin, el mundo contemporáneo necesita, con urgencia, encontrar la forma de sanar la escisión entre la naturaleza, el hombre y las organizaciones, pues “si la empresa quiere seguir depredando al medio ambiente, usando los recursos e infraestructura social, explotando con el Estado, entre otros, y todo lo soluciona dando exiguos valores económicos e irradiando su actividad de lógica financiera, entonces no hay futuro” (Gómez, 2007, p. 47). De allí que una visión alternativa de la contabilidad pueda poner de manifiesto su papel en la distribución social de la riqueza y la salvaguarda del medio ambiente, pues esta disciplina puede constituirse en insumo para un control social de las organizaciones, donde se trascienda lo económico-financiero y se abarquen campos como lo socioambiental y lo sociohumanístico.

Con el avance disciplinar que ha logrado la contabilidad en los últimos decenios, se tiene claro que “no sólo debemos hablar de las utilidades, dividendos y riqueza sino también de la pobreza, los costos sociales y naturales, y los costos ocultos de la pretensión de enriquecimiento y crecimiento al infinito” (Gómez, 2009, p. 11). Este enfoque alternativo se presenta como reto para la contabilidad, pues ésta debe ilustrar una realidad económica y social más contextual, que propenda por una vida digna y una sociedad más justa.

De esta manera, este texto pretende esbozar algunas líneas reflexivas acerca del papel de la contabilidad y las organizaciones en el mejoramiento socioambiental del entorno, además de analizar los eufemismos que utilizan las empresas para “verse bien” ante la sociedad e incrementar su utilidad por medio de discursos como la RSE y los informes sociales y medioambientales. Se trata, en esencia, de no continuar desarrollando una contabilidad en detrimento del planeta.

La escisión entre el hombre, la naturaleza y las organizaciones

Hace más de 200.000 años, desde que el homo sapiens apareció en la Tierra como un ser dotado de raciocinio ladino, con características biológicas, habilidades simbólicas y destrezas físicas únicas, que rápidamente logró someter a las demás especies a trabajar para sus intereses y a satisfacer sus necesidades de tipo natural, y de ocio para sentirse satisfecho; situación en la que no sólo ha generado dominación sobre la fauna y la flora sino un incuantificable usufructo de la naturaleza, que por excelencia es el medio generador y regenerador de la vida. “Nuestra relación con la naturaleza se ha

vuelto desequilibrada y disfuncional: nos comportamos como si el planeta fuera algo conquistable y domesticable, un patrimonio explotable” (Dupré, 2011, p. 97).

El hombre ha logrado avances importantes en el desarrollo de la cibernética, la automatización, la robótica, la biotecnología, la genética y la ciencia en general, con el establecimiento de herramientas multifuncionales que facilitan las labores cotidianas, actividades desarrolladas progresivamente por el hombre desde finales del siglo XVIII en Europa con la revolución industrial; pero todo este incremento de objetos fue generado gracias a la depredación y destrozo del entorno madre, con talas masivas de bosques, explotación del hombre por el hombre, y el agotamiento de los recursos hídricos, que se han realizado bajo una conducta insostenible e insustentable. En este sentido, la actual locomotora de contaminación es irrazonable, no se piensa antes de actuar, ni se actúa después de contaminar.

Es importante anotar que los entes económicos organizados que ha creado el hombre para la consecución de sus fines a través del trabajo no han sido garantes de la protección al medio ambiente sino otros actores más en el sistema capitalista imperante en el siglo XXI, donde se ha establecido un discurso prometedor llamado Responsabilidad Social Empresarial como ejercicio de retribución interna y externa de las organizaciones al entorno que afecta en la ejecución de su actividad productiva, pero desde un enfoque crítico, la RSE no ha pasado de ser otra estrategia de *marketing* organizacional, que en la mayoría de las ocasiones, se utiliza para aumentar la utilidad y posicionar una marca en el mercado, por ello se necesita un cambio fuerte de racionalidad y de acción social.

El viraje hacia otra racionalidad “más inteligente y menos racional” que integre al ambiente y al hombre en una sola esfera de comprensión, obliga a una deconstrucción sistemática del acumulado de linealidad con el que se ha construido la investigación en el mundo moderno, pues sólo entendiendo y comprendiendo las profundas complejidades de las relaciones ambientales puede construirse un nuevo esquema de gestión de las organizaciones, donde la gente cuestione la cultura que ha construido y se conmine a las reflexiones que correspondan; lo cual deja abierta la posibilidad de una visión alternativa sobre las organizaciones del futuro y el futuro de las organizaciones (Sarmiento, 2005, p. 14-15).

Conforme con lo anterior, las prácticas de RSE deben contribuir a revertir la escisión entre el hombre, la naturaleza o *physis* aristotélica, y las organizaciones; pues tal como avanza el mundo, los ecosistemas y el planeta mismo tienden a colapsar. Así pues, desde el enfoque de Sarmiento (2005) es importante aclarar que en algunas de las perspectivas espirituales y cosmovisionales de los pueblos orientales y amerindios, sí existe una concepción de respeto y conservación de la naturaleza como factor de posicionamiento del interés general, para garantizar un futuro a las nuevas generaciones,

en contraposición con la visión de explotación y consumo que irradia Occidente, producto de la colonización europea y el pensamiento antropocéntrico. Lo importante aquí es comprender que las formas de conocer el mundo están inmiscuidas en el debate tradicional entre los pensamientos filosóficos, las concepciones científicas y las posturas espirituales acerca de la relación hombre-naturaleza y el acontecer del universo.

Por eso debe entenderse que en el análisis de la relación naturaleza-hombre-organizaciones subyace la base de una mejor concepción acerca de la RSE, pues la idea de un equilibrio ecosistémico a escala mundial, en el que el hombre y sus organizaciones no alteren ni modifiquen su entorno de forma irracional y exagerada, implica un cambio sustancial de racionalidad respecto de lo que son la naturaleza y el hombre; por eso el verdadero sentido de la RSE no puede centrarse en el debate entre una actitud filantrópica y la posibilidad de encontrar un elemento más en las estrategias de *marketing* organizacional para posicionar o consolidar una marca y/o producto en el mercado; se debe retornar al origen de lo que es ser responsable y sobre todo ser corresponsable con el entorno, para entender al ser humano como uno entre millones, que comparte una morada común llamada planeta Tierra y que en su papel de habitante, no se puede asumir como el dueño absoluto; en sus manos también queda hacer que la naturaleza perdure en la gran inmensidad del cosmos.

Responsabilidad Social Empresarial: teoría y práctica

El concepto de RSE ha sido enunciado de diversas formas y analizado desde múltiples contextos socioeconómicos a través del tiempo. La teoría existente respecto a la RSE presenta la idea del bienestar general entre las organizaciones, la sociedad y el ambiente, donde la empresa además de plantearse metas económicas empieza a hablar de metas sociales. Esto hace que la sociedad deje de ser un espectador ante las conductas empresariales, para volverse un actor dinamizador y controlador del actuar empresarial; pero no en la tradicional visión monetaria de cuánto gana sino a través del análisis de cómo gana; un cambio de racionalidad que podría ayudar a comprender la dualidad entre lo que es la empresa y lo que aparenta ser.

“La RSE debe reflejarse en cada una de las decisiones que se tomen en el día a día de la empresa, constituyendo un nuevo paradigma en la forma de hacer negocios, que contempla tanto la generación de riquezas como la equidad social y el equilibrio ambiental” (Cormick, 2012, p. 120). En esta vía, la RSE intenta colocar en forma paralela lo económico con lo social en las organizaciones, y así desligar la racionalidad instrumental; por demás, unidimensional, de maximización de la utilidad monetaria. Sin embargo, en la práctica son pocas las empresas que desarrollan serias actividades de RSE, ya sea por su baja capacidad económica para contribuir al entorno o por su poco compromiso; lo preocupante es que la mayoría de las empresas emplean prácticas de RSE como ejercicio de *marketing* social o vitrina organizacional para fines singulares.

La Organización para el Desarrollo de la Responsabilidad Social en Uruguay sintetiza las razones beneficiosas por las cuales las empresas deben mostrar un balance social que integre las prácticas de RSE:

- Agrega valor: Imagen.
- Aumenta el atractivo de cara a los inversionistas: Respaldo a proyectos de inversión.
- Mejora las relaciones con los grupos de interés: Confianza.
- Reduce costos producto de crisis: Minimiza riesgos.
- Disminuye el riesgo de publicidad adversa: Percepción.
- Identificación de potenciales conflictos: Autoprotección.
- Mejora la efectividad organizacional: Herramienta.
- Respuesta a la creciente demanda de transparencia: Mostrar más. (Deres, 2004, p. 13-14).

Asimismo, dentro de las empresas se ha creído que ser “socialmente responsable” es cumplir con los estándares exigidos en la ISO 26000 (Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social para las Organizaciones), en otras ocasiones con la ISO 14000 (sistema de gestión ambiental para las organizaciones), y en otros casos con informes e indicadores como el *Global Reporting Initiative* o el *Ethos*. Estos marcos normativos e informativos presentan detalladamente los requisitos para implementar y mantener los sistemas de gestión social y ambiental, empero, sus garantías, en la práctica, son muy pocas, pues generalmente se quedan en la planeación y certificación. “Esta impronta del *marketing* verde corporativo cada día cobra más significación por medio de los denominados sellos verdes” (Ariza, 2007, p. 54).

Conforme con lo anterior, se hace necesario analizar las concepciones que se tienen de la RSE. Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación - FAO, reconoce a la RSE “como un comportamiento institucional que en América Latina se lleva en práctica, cada vez, con mayor frecuencia; más que ser filantropía o apoyo caritativo, es una forma de mostrar que el crecimiento económico de un país o región debería ir de la mano con el crecimiento social”.

En este contexto, es importante aclarar que la RSE es apenas una forma de restablecer una relación de equilibrio entre empresa-sociedad-naturaleza, pues cada día necesitan generar nuevas formas de mitigar el deterioro socioambiental ocasionado por la humanidad, y empezar a devolverle a la naturaleza lo que por siempre le ha pertenecido. Así, se nota una brecha entre teoría y práctica, pues las nociones teóricas muestran maravillas para la sociedad y el medio ambiente, pero en la práctica no sucede lo mismo, incluso se han dado casos “donde la incoherencia interna (de la empresa) es tal que evidentemente se trata de manipulación de la responsabilidad social como una estrategia de relaciones públicas o *marketing* engañoso” (Mejía, 2012, p. 186).

Desde la versión pragmática de la RSE se destaca el estudio realizado a 42 grandes organizaciones del área metropolitana de la ciudad de Barranquilla por el académico Camilo Mejía, pues él analizó la concepción empresarial de RSE, su relación con la práctica y los intereses internos y externos a pequeñas, medianas y grandes compañías a través de entrevistas, y “lo que se observó fue que en cuanto a la dirección de mercadeo, los programas de responsabilidad social tenían una orientación marcada hacia la generación de imagen corporativa, recordación de marca y reputación empresarial. Se trataba más de realizar campañas de relaciones públicas que de responsabilidad social” (Mejía, 2012, p. 191-192), lo que conlleva a pensar que la RSE en la práctica sea sólo “una forma de construcción ideológica que intenta construir una imagen que la organización buscará hacer prevalecer en el largo plazo” (Mejía, 2012, p. 193). Esta doble versión de la RSE la conlleva a ser un discurso prometedor muy bien ilustrado en el papel, mientras los índices de calentamiento global y detrimento ambiental se incrementan en forma exponencial.

La construcción de imagen corporativa a través de RSE está pensada en términos monetarios, se trata de crear valor organizacional, posicionar una marca y generar reputación socioambiental; esta forma de RSE aboga porque los stakeholders visualicen, en la empresa, un sello que diga “socialmente responsable”, y que, a fin de cuentas, ampare el lucro económico, aplacando la idea de contribuir seriamente al entorno. La relación entre teoría y práctica de RSE es muy discreta, se muestra un discurso, se divulga información, pero en la realidad natural se hace muy poco.

Capitalismo y empresa: el peligro latente

Desde hace algunos siglos el crecimiento del trueque, la aparición del dinero y, en general, el intercambio de bienes y servicios, hizo surgir las nociones de negocio, empresa y capital; y con ellas, los conceptos de oferta y demanda que rigen el mercado. La combinación entre factores de producción (trabajo, tierra y capital), la lucha de clases y el desarrollo del capitalismo en el tiempo, han instaurado la idea de empresa productiva para generar utilidades; sin embargo, la esencia natural de lucro con la cual se creó la empresa no ha cambiado con el tiempo; la perspectiva ilustrada por Marx, según la cual todo se convertiría en mercancía, ha generado cuestionables discusiones sobre la vigencia del sistema económico dominante y su utilidad en la sociedad; ya sea con la fabricación, transformación o comercialización de bienes y servicios, o con estrategias para mejorar la imagen y abarcar más mercado, las empresas buscan utilidad monetaria alejándose de lo socioambiental, pues el capitalismo ha volcado la concepción de la vida hacia una idea en la que todo y todos son rentables, domesticables y subyugables.

Muchos teóricos y activistas ambientales lo han dicho, el compromiso con el ambiente y la sociedad es un asunto de todos y todas. Las empresas han crecido en forma exponencial desde finales del siglo XIX, dando paso a un amplio despliegue de objetos, herramientas

y artefactos tecnológicos útiles para la construcción de las ciudades, y la urbanización del mundo, pero durante el lapso de existencia empresarial, la contribución al entorno se ha quedado, en gran medida, en la reproducción de discursos; en la actualidad son muy escasas las acciones para conservar el planeta, y es allí donde la sociedad debe reaccionar y tomar acciones como incentivar campañas de protección ambiental, jornadas de forestación masiva y crear comités de evaluación de las actividades sociales y ambientales de los entes económicos.

El capitalismo, entonces, ha logrado que se cuantifiquen detalladamente las utilidades, sin pensar en las consecuencias sociales y ambientales. El análisis de la relación entre las formas y los fines se vuelve más necesario para entender y comprender el espejismo que muestra el capitalismo y sus promesas de libertad económica y emancipación social. “A debatir ese punto ha contribuido mucho la evidencia de que algunas de las naciones más industrializadas del planeta están consumiendo materia planetaria a un ritmo tan irreflexivo y desaforado que se convierten, aún sin proponérselo, en enemigas del resto de la humanidad” (Ospina, 2007, p. 21).

Contabilidad: perspectivas alternativas para abarcar lo social y lo ambiental

La visión tradicional de la contabilidad, conocida en América Latina, es la forma técnica que desarrollaron Benedetto Cotrugli y Luca Pacioli desde finales del siglo XV para llevar registro de las actividades comerciales a través de un ejercicio de partida de doble; sin embargo, con el tiempo ha evolucionado hasta convertirse en un completo modelo parametrizado y normalizado de registro de las actividades socioeconómicas en las organizaciones. Hoy en día, la consolidación de la globalización económica ha hecho que los grandes conglomerados financieros utilicen estándares internacionales de contabilidad en la presentación de su información financiera, principalmente, para realizar transacciones bursátiles, en Iberoamérica -especialmente en Colombia y España- persiste una perspectiva alternativa de la contabilidad que busca mostrar los aspectos socioambientales e intereses políticos de la información que presentan las organizaciones, donde no se limita al registro e interpretación de las operaciones económico-financieras.

Este acápite mostrará las orientaciones o enfoques disciplinares que tiene la contabilidad en su concepción teórico-práctica, según las precisiones y análisis que realiza el profesor Gómez (2005), pues allí se asimilan dos maneras de ver la contabilidad: una orientación funcional y una orientación crítica.

La orientación funcional se puede dividir en dos vertientes, la primera considera a la contabilidad como un sistema de información que se encarga de “desarrollar procesos para informar sobre la realidad económica de las organizaciones y que su estructura es eminentemente funcional a los objetivos que se le apliquen, o con los que los usuarios

direccionen la información requerida” (Gómez, 2005, p. 21); además de asumir que la contabilidad es una herramienta aplicada, esto es, objetiva, que se inserta en el paradigma de la utilidad y en la iniciativa de lograr una imagen fiel de la realidad empresarial.

En la segunda vertiente, se trata a la contabilidad como un “poderoso mecanismo que interpreta, mide y representa la circulación” (Gómez, 2005, p. 21), apoyado en otras disciplinas (economía, derecho, entre otras) y se piensa la contabilidad como una herramienta que coadyuva a la circulación de la riqueza y la renta. Se trata de asentar a la contabilidad en aspectos materiales y monetarios, una visión que es ampliamente desarrollada en la literatura contable tradicional. Sin embargo, cuando esta vertiente se aproxima a los aspectos socioambientales presenta una serie de problemáticas importantes, pues allí “la naturaleza es re-significada por la contabilidad como cuasi-mercancía, porque aunque no es producida, sí puede ser apropiable y dimensionable” (Ariza, 2007, p. 48), lo que ocasiona que no se logren reflejar las verdaderas complejidades de la naturaleza en los diversos informes presentados por la empresa, y que lo socioambiental se reduzca a la valoración económica de algunas interacciones realizadas por las organizaciones.

En dicho sentido, la contabilidad pretende hablar de activos ambientales, inversiones ambientales, costos ambientales, ingresos ambientales, pasivos y gastos medioambientales. “Su modelo torna panorámica la forma de aislar a la naturaleza, concretándola en insumo y mercancía. Con ello se palpa que si la dinámica de mercado convirtió a la naturaleza en capital, la contabilidad construye la imagen de la senda mediante la cual la naturaleza *crea capital*” (Ariza, 2007, p. 53). Y esta visión requiere de un análisis e interpretación de carácter holístico y crítico, lo cual no sucede en la mayoría de universidades o en las lecturas de los informes contables empresariales.

La visión ortodoxa de la contabilidad, en lo ambiental, ha hecho que “los lagos, los bosques, las costas de los océanos, los sistemas biológicos pueden ser ahora activos financieros, y cuando no tienen precios en mercados reales, se le imputan precios ficticios o valoraciones al aire, al agua, incluso a ecosistemas enteros, convirtiéndolos en parte de los portafolios de una región, de un país” (O’connor, 1997). Esta perspectiva no contribuye con la idea de salvar el planeta del colapso ambiental, pues no es otra cosa que valorar eternamente la esfera social por la razón económica.

Con un desarrollo incipiente, la orientación crítica o heterodoxa de la contabilidad, argumenta que “la realidad social está compuesta por hombres y no por neutrones o protones” (Gómez, 2005, p. 22); esta perspectiva -mucho más holística, contextual, ambiciosa y sobre todo necesaria-, abarca a la contabilidad desde su estrecha relación con otras disciplinas (ciencia política, sociología, antropología y filosofía, principalmente) y su visión teórica está asentada en lo subjetivo-cualitativo de la

realidad, donde se intenta retornar al respeto por el ser y al desarrollo integral del saber, con una concepción distante de lo objetivo-cuantitativo y de las posturas de falsación y comprobación positivista que invadieron a la academia desde la modernidad.

La noción heterodoxa de la contabilidad, “es una vertiente que estudia la fortaleza del mensaje contable, no para describir la realidad sino para crearla, ya que entiende que quienes emiten la información tienen la capacidad de legitimar sus acciones de acuerdo con sus intereses” (Hopwood, 1985, p. 212). Por ello se habla del papel de la contabilidad como institución de legitimación, una visión que puede abarcar las problemáticas sociales y ambientales, y donde la contabilidad puede ser utilizada como medio de control social para denunciar las irregularidades o difundir las buenas conductas que realizan las organizaciones. Además, la contabilidad puede incluir en sus informes las externalidades positivas, negativas y posicionales existentes entre el sujeto y su entorno.

La perspectiva crítica ha logrado que se desarrollen concepciones como la de la “contabilidad verde”, donde se intenta revestir a la información contable de un análisis e interpretación profundos de la realidad, que pueda generar garantías de protección al medio ambiente a través de la interacción con los contextos y no sólo con las cifras, además de otros lineamientos hacia la RSE, donde se desarrolla la idea de que esta actividad no sólo debe ser utilizada para obtener exenciones tributarias sino para contribuir seriamente al mejoramiento del entorno.

Esta visión alternativa de la contabilidad basa su conocimiento desde diferentes disciplinas al dar cuenta de las interacciones e intercambios que realizan los sujetos a diario, de allí que los contadores piensen más allá de la medición y valoración económica de las interacciones e intercambios entre objetos, o de las estimaciones implicadas en los hechos contables en una manifestación de los cambios y transformaciones sociales, culturales y económicas de la realidad, donde también se ejerce una dinámica cambiante de intereses políticos que debe ser estudiada.

A partir del texto de Gómez (2005) se describen los ámbitos actuales que enmarcan a la contabilidad: lo teórico (base del conocimiento, función reflexiva que analiza, crea y recrea la contabilidad), lo tecnológico (aspectos normativos, su función es teleológica y encamina un interés político) y lo técnico (procedimientos y prácticas comunes, donde se sintetizan y expresan las cifras contables). Por eso no se puede pensar la contabilidad solamente como práctica, teoría contable, o normas legales. La disciplina contable está compuesta por estos tres ámbitos, entrelazados y multifuncionales, donde todos cumplen papeles de similar importancia para la sociedad, máxime cuando se trata de incorporar un análisis integral.

La idea de una contabilidad que integre en su corpus teórico-práctico los aspectos socioambientales, reta a investigadores, docentes y estudiantes a pensar nuevas formas

de ilustrar la realidad socioeconómica en las organizaciones, pues la RSE no sólo debe ser divulgada en cifras económicas sino con amplias descripciones del contexto social donde suceden los hechos y ejemplos precisos, para viabilizar las formas de aportar al destino de la humanidad y del planeta. La perspectiva crítica del saber contable tiene un campo de acción importante para explorar y analizar en los próximos años.

El papel de la información social y medio ambiental

La divulgación de información socioambiental es una dinámica que emergió desde hace algunas décadas, principalmente en Europa, donde se han realizado análisis muy significativos para comprender las motivaciones e intencionalidades organizacionales que contribuyen en lo socioambiental; el debate principal se ha dado porque las organizaciones divulgan muy poca información o solamente lo que les conviene, además de que en algunas ocasiones la divulgación de información socioambiental ha sido tomada como moda, en vez de un serio compromiso con el entorno. Y es allí donde la contabilidad entra a jugar un papel fundamental en la construcción de esa información, pues ella puede terminar legitimando las acciones empresariales frente al Estado y a la sociedad, al hacer que las acciones causantes de la contaminación ambiental sean conocidas u ocultadas.

El afán que tienen las empresas por lograr utilidad y no perder respaldo en el mercado, hace que éstas intenten mostrar una imagen “verde” de sí mismas a sus consumidores a través de la información que divulgan, pues la idea de que “quien contamina no vende”, conlleva a que no se pueda mostrar la realidad en su totalidad sino los fragmentos que contribuyan al objetivo primario: el lucro.

Si bien la intención con la que se registran hechos económicos tiene finalidades monetarias y legales, el profesor Jack Araújo (1996, p. 21) ha planteado que “así como la actividad financiera da lugar al Balance Financiero, como la actividad productiva da lugar al Estado de Costo de Producción y Ventas, como la actividad administrativa da base para la elaboración de un informe administrativo; así la actividad de la empresa tendiente a cumplir con su responsabilidad social, genera un Balance Social”. Dada la importancia que enuncia Araújo, también es fundamental entender lo que es un balance social desde su concepción:

El balance social se puede definir como un mensaje que contiene, según una nomenclatura y unas modalidades precisas, una cierta cantidad de información racionalmente dispuesta, en términos de variables e indicadores así como cuadros y gráficos de tendencias que muestran el resultado de una gestión social en la empresa relativa al recurso humano en un periodo determinado (Araújo, 1996, p. 4).

Esto ha hecho que recientemente se haya incrementado la producción de textos donde se describen las características del Balance Social y las formas de divulgar información socioambiental. Al parecer, las empresas han mostrado mucho interés en estos informes, lo que requiere de estudios que abarquen los contextos e intenciones de quienes generan la información.

Esta afanada e inusual preocupación de la empresa por legitimar su actuar social, reclama transformaciones puntuales a la contabilidad; la información y la contabilidad deben buscar incorporar en sus objetivos los mecanismos para captar, entender y representar la manera como los desempeños “éticos” de la empresa demandan el sacrificio de unos recursos, especialmente de carácter financiero (Gómez, 2007, p. 26).

Las motivaciones e intenciones para divulgar información socioambiental por parte de las organizaciones se encuentra en una encrucijada entre visiones económicas, sociológicas y políticas, que podrían catalogarse en 6 puntos, a saber:

- Generar legitimación social de sus actividades y conductas.
- Mejorar indicadores de reputación organizacional.
- Satisfacer necesidades y requerimientos de los stakeholders.
- Rendir cuentas voluntariamente como parte de una buena administración.
- Generar control social y mostrar la distribución de riqueza en los aspectos económicos y socioambientales.

Si bien cada organización es autónoma para divulgar la información socioambiental que considere pertinente, las motivaciones e intenciones dependen de su tamaño, capacidad económica, sector de la economía, y posición en el mercado. Los profesores Archel & Husillos (2009) realizaron algunas aproximaciones a las intencionalidades empresariales en la divulgación de información social y medioambiental, donde se desliza claramente una vertiente económica de una socio-política; en la primera se denota la relación directa entre la inversión económica para divulgar y la ética de la organización, es un análisis independiente de cada parte, donde se invierte porque se presume que las empresas que lo hagan mejorarán su participación en el mercado; sin embargo, esta vertiente también puede situar la divulgación de información socioambiental como costo, gasto, fuente de ingresos futuros o simple estrategia organizacional, dependiendo del tiempo en que lo haga.

Por su parte, la vertiente socio-política concibe a la divulgación de información socioambiental desde la teoría de la legitimidad y los stakeholders, donde la empresa busca ser aceptada en el mercado y generar una imagen pública que le haga mejorar su posicionamiento y nivel de ventas, además de concebir a la contabilidad como medio de control social que ayuda a reproducir las relaciones de poder existentes

en el contexto donde se emite la información, pero deja claro que la divulgación de información socioambiental no soluciona los problemas de explotación y exclusión sino que los pone ante los ojos del público.

Las formas de entender las motivaciones e intenciones organizacionales por lo socioambiental requieren mayores esfuerzos por parte de la academia, donde se integren más estudios e interpretaciones concisas; pues cuando las empresas promueven metas no monetarias, se demandan más herramientas para entender su actuar.

La RSE como imperativo de la reputación socioambiental

El actual arquetipo de vida “moderna” y “civilizada” que vende el capitalismo y su racionalidad instrumental han promovido ideales de vida humana basados en la perfección social y en estándares correctos de vida, donde todo debe estar ordenado y estéticamente refinado para –presuntamente- establecer entornos soñados, y es en este contexto que elementos como los informes de RSE y los sellos verdes se convierten en componentes estéticos que hacen que las empresas sean mejor vistas por sus stakeholders; se trata de que las campañas y políticas socioambientales resulten atractivas e incrementen las ganancias. Como lo señalan Ariza, et. al. (2008, p. 205), en algún momento se llegó a pensar en la RSE, “como posibilidad crítica de una exigencia de respeto humano, social y ambiental por parte de la gran empresa, pero pasó a ser medio de promoción y marketing filantrópico, y ha terminado convirtiéndose en una suerte de oportunidades de negocios o de maximización del valor financiero de la firma”.

En este orden de ideas es que las organizaciones deben encontrar herramientas para “verse bien”, hacer parte del entorno estético que busca la sociedad y mostrarse amigables con el medio ambiente; “se transmite entonces una imagen ambiental a la sociedad, sensibilizando a la opinión pública con una virtualidad medio ambiental, aunque en la realidad lo que se logra es la sostenibilidad del incremento del capital” (Ariza, 2007, p. 51). De allí que algunas prácticas de RSE sean sustentadas en comerciales televisivos y campañas publicitarias para generar una imagen “verde” de la empresa, que en últimas, tiende a ser otra estrategia organizacional para mejorar su posición en el mercado. Por ejemplo, para el director de la Revista RS,

Detrás de cualquier “buena” actividad empresarial, naturalmente existe un interés puntual y específico que le aporte valor (no necesariamente tangible o contable). Actualmente, sumados a los estados financieros de las empresas, todas las acciones de las organizaciones son medidas también según el grado de coherencia, transparencia, responsabilidad y solidaridad con el que comuniquen. El resultado, de manera sencilla, es la reputación, el posicionamiento, la fidelización y el permiso o licencia social que tantos anhelan (Pichot, 2013, p. 12).

El interés empresarial por encajar en el modelo de sociedad del momento, hace que surjan lemas organizacionales con expresiones como “la más”, “el primero”, “acreditado”, “certificado”, o “con estándares internacionales de calidad”, elementos que dejan ver ese afán por ser aceptados socialmente, y es entre las personas donde está la forma de cambiar la realidad, ya que su poder de consumo es inmenso; cuando los habitantes del mundo toman repudio hacia una marca o empresa porque realizan acciones poco amigables con el medio ambiente, se pueden desestructurar las organizaciones que promuevan esas prácticas, y de paso apagar la locomotora del consumo.

La educación y la RSE: base para un cambio positivo

La educación juega un rol esencial para el devenir social si en verdad se desea garantizar un mejor futuro a las próximas generaciones, sobre todo la educación a escala infantil, pues ser responsable y sentirse corresponsable del entorno empieza desde los primeros años, al entender su relación con la naturaleza y, años más tarde, al comprender sus problemas y complejidades para tomar las precauciones necesarias. Así pues, se hace necesario un modelo educativo integral e integrador que haga hincapié en la protección del medio ambiente y en el respeto por lo humano; sólo así se podrá mantener un mínimo equilibrio ecosistémico y un sentido armónico de la vida en el planeta.

En este tiempo, y con respecto a la problemática ambiental y sus implicaciones en lo formativo, lo que está apareciendo es una nueva visión pedagógica: no basta con enseñar desde la naturaleza utilizándola como recurso educativo, hay que educar para el medio ambiente, hay que presentar y aprender conductas correctas hacia el entorno, no solo conocerlo (Sarmiento, 2004, p. 205).

Poco sirve una educación que describa y contextualice ampliamente los problemas medioambientales actuales, se necesita una educación que dinamice la prevención y analice las problemáticas socioambientales futuras, donde se conciba al estudiante como un actor social comprometido con el entorno. La tradicional creencia de que el estudiante es un sujeto pasivo que reproduce conocimientos, no genera cambios; al decir del pedagogo Paulo Freire, “estudiar no es un acto de consumir ideas, sino de crearlas y recrearlas”, y precisamente las conductas humanas hacia el medio ambiente deben ser recreadas y resignificadas para pensar un futuro esperanzador.

De igual forma, una educación que integre lo socioambiental y lo sociohumanístico como pilares formativos, puede generar cambios en los procesos empresariales de fabricación para producir sin hacerle daño al entorno, al tiempo que un ejercicio de control social sobre las actuaciones empresariales se puede desarrollar ampliamente cuando la sociedad conozca cuáles son las verdaderas prácticas de RSE. En ese sentido, también se podría hacer una lectura crítica de la información de corte social y

ambiental que divulgan las organizaciones como parte de su responsabilidad social, y los consumidores podrían realizar una mejor elección de los productos que compran.

Conclusiones

El planeta ha vivido un constante proceso de transformación natural durante millones de años, promoviendo la reproducción de diversas especies y la consolidación de la vida humana en la Tierra, pero el devenir del siglo XXI no muestra un contexto real apto para la vida; la poca protección de la naturaleza y con ello la escasez del agua potable, la contaminación del aire, la degradación del suelo, y las múltiples acciones que incrementan el calentamiento global son el contexto de miseria que forjó el hombre para su futuro.

Es la madre tierra la que ha sufrido un deterioro excesivo e incuantificable desde que el hombre apareció en la Tierra y un daño mayor cuando el espíritu enajenante del capitalismo promovió la intensificación de la producción empresarial. Como dice Ben Dupré (2011), cuando habla de la teoría Gaia de James Lovelock, “los humanos pueden ser parte y socios del todo, pero son tan sólo una especie más ni los propietarios ni los gestores del planeta”.

En el actual contexto de deterioro socioambiental, la RSE es una estrategia real para mitigar, en menor cuantía, la problemática social y ambiental que convoca a los humanos para su subsistencia, pero ha quedado claro que las organizaciones han hecho de la RSE un discurso prometedor sin coherencia en la práctica; razón por la cual una visión alternativa de la contabilidad y los informes que ella genera, pueden ayudar a divulgar la compleja problemática socioambiental que atraviesa el planeta, y los exiguos recursos que destinan las empresas para su solución. En este sentido, un modelo pedagógico integral e integrador debe ser el garante de un ejercicio real de control social, que manifieste las conductas inadecuadas y deslegitime las realidades organizacionales.

Con justa necesidad, hoy en día se debe comprender que la producción empresarial no es el motor para el desarrollo social, porque aunque las empresas satisfacen necesidades humanas, no pueden perturbar indefinidamente a la naturaleza para la consecución de sus fines, pues tal como lo plantea Ospina (2007, p. 25): “tenemos derecho a aspirar a un mundo que respete profundamente los intereses de las comunidades; (...) un tipo de sociedad que pueda ver al planeta como nuestra morada común, y que imponga leyes severas para la protección del universo natural”.

Referencias bibliográficas

- Araújo, J. (1996). *La Contabilidad Social*. 1ª ed. Medellín: Implicar.
- Archel, P. & Husillos, J. (2009). *Divulgación de Información Social y Medioambiental: una revisión de la literatura*. Irupciones Significativas para Pensar la Contabilidad. Santiago de Cali: Universidad del Valle.
- Ariza, E. (2007). Luces y Sombras en el “Poder Constitutivo de la Contabilidad Ambiental”. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 15(2), 45-60.
- Ariza, E., et. al. (2008). Surgimiento, evolución y expansión de la responsabilidad social empresarial: una propuesta de comprensión crítica. *Perspectivas críticas de la contabilidad. Memorias del VII Simposio Nacional de Investigación Contable y Docencia*. Bogotá, Colombia: C-CINCO y Universidad Nacional de Colombia.
- Bauman, Z. (2012). *Múltiples culturas, una sola humanidad*. 2ª ed. Buenos Aires: Katz Editores y el Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona.
- Cormick, A. (2012). ¿Qué rol tiene la RSE en la discriminación? *Responsabilidad Social Empresarial: Miradas Plurales, un Interés Singular*. Paola Lattuada (Ed.) y Hernán Bustamante (Comp.). Medellín, Colombia: UNAULA.
- Deres. (2004). *Balance Social. Manual para la preparación e implementación del balance social en Uruguay*. Montevideo: Desarrollo de la Responsabilidad Social.
- Dupré, B. (2011). *50 cosas que hay que saber sobre política*. 1ª ed. Barcelona: Editorial Ariel.
- Gómez, M. (2005). Breve Introducción al Estado del Arte de la Orientación Crítica en la Disciplina Contable. *Revista Porik An*, 10, 13-37.
- Gómez, M. (2007). El papel de la contabilidad en la consolidación de la responsabilidad social de la empresa: una visión crítica de la ética empresarial. *Cuerdas y Nudos. Memorias del XVI CNECP*. Manizales, Colombia: Cicum/Fenecop.
- Gómez, M. (2009). *Prólogo*. Irupciones Significativas para Pensar la Contabilidad. Santiago de Cali: Universidad del Valle.
- Hopwood, A. (1985). The Archaeology of Accounting Systems. *Accounting, Organization and Society*, 12(3), 207-234.

- Kent, P. (2008). *Responsabilidad Social para el desarrollo sustentable*. “Principios Fundamentales para la Administración de Organizaciones” Vicente, M. A. y Ayala, J.C. (comp.). Buenos Aires, Argentina: Pearson Educación.
- Mejía, C. (2012). *La Brecha entre el Discurso y la Acción en la RSE: ¿Cómo evitarla?* Responsabilidad Social Empresarial: Miradas Plurales, un Interés Singular. Paola Lattuada (Ed.) y Hernán Bustamante (Comp.). Medellín, Colombia: UNAULA.
- O’connor, J. (1997). ¿Qué es la historia ecológica? ¿Por qué la historia ecológica? *Revista Ecología Política*, 14, 115-130.
- Ospina, W. (2007). *Del Ser Humano como Obra Maestra*. Memorias Cátedra de Formación Ciudadana “Héctor Abad Gómez”. Medellín, Colombia: Universidad de Antioquia.
- Pichot, E. (2013). El Valor de los Intangibles. *Revista RS*, 50, 13.
- Riechmann, J. et. al. (1994). *Los Verdes Alemanes: Historia y Análisis de un Experimento Ecopacifista a finales del siglo XX*. Granada, España: Comares.
- Sarmiento, H. (2004). Contra el Currículo Inculto. La Racionalidad Ambiental y la Pedagogía Alternativa en la Nueva Formación Contable. *Revista Lúmina*, 5, 195-208.
- Sarmiento, H. (2005). *Formulación Conceptual y Metodológica de una Línea de Investigación en la relación Administración-Medio Ambiente*. Tesis de grado MsC. Manizales, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Para citar este artículo:

Arias, J. (2015). Contabilidad y RSE. Objeciones a una relación planeada sin daños a terceros. *En-Contexto*, 3, 181-197.

