



## IDEOLOGÍA Y DISCURSO CONTABLE: Algunas Estrategias Discursivas

Rosa Aidé Salazar Zuluaga\*

COLOMBIA

*“El poder no está, por tanto, al margen del discurso.  
El poder no es ni fuente ni origen del discurso.  
El poder es algo que opera a través del discurso”*

(Foucault)

### Resumen

Si se acepta que la contabilidad es un lenguaje y que como tal puede reproducir la ideología, en ese artículo se pretende reflexionar acerca de cuáles son las estrategias discursivas que utiliza la contabilidad con el fin de constituirse en legitimadora de los modelos económicos dominantes. A partir del aporte de diversos investigadores en el área del análisis crítico y del análisis crítico del discurso contable, así como a partir de algunos conceptos derivados de temas concernientes a la realidad económica colombiana, se concluye que dentro de la contabilidad operan diversas estrategias discursivas, las cuales repercuten directamente en la formación de los contadores públicos.

**Palabras Clave:** Lenguaje, ideología, discurso contable, legitimación, dominación.



UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
LATINOAMERICANA  
UNALA

\*Estudiante de cuarto semestre de Contaduría Pública e integrante del Semillero de Investigación en Lectura y Escritura Lexema, de la Universidad Autónoma Latinoamericana de Medellín – Colombia.  
aide531@hotmail.com

## Abstract

If one accepts that accounting is a language, and as such can play ideology, in this article aims to reflect on what are the discursive strategies used by accounting to become legitimizing the dominant economic models. Since the contribution of various researchers in the field of critical analysis and critical discourse analysis of accounting, as well as from some concepts derived from issues concerning the economic situation in Colombia, it is concluded that within the various discursive strategies operating accounts, which directly affect the training of public accountants.

**Palabras Clave:** Language, ideology, accounting discourse, legitimation, domination.

## Introducción

"A treverse a señalar caminos de tránsito para la educación contable en Colombia, obliga a precisar algunas variables que den cuenta de la forma en que se leen las lógicas económicas y culturales de nuestro tiempo". (Rojas, 2008: 261). Son muchas las disciplinas académicas, incluida la contable, que según esas lógicas, apuntan a legitimar situaciones dentro de las estructuras socios económicas, convirtiendo a la universidad y a los estudiantes en sujetos vehiculizados solo en un conocimiento instrumental que, como menciona Rojas (2008), da el boleto de entrada a las empresas.

Nace aquí una inmanente necesidad, la de cuestionar sobre cuál es el papel que como estudiantes de esta disciplina se cumple dentro de la sociedad, y a su vez, la necesidad de entender y conocer el lenguaje y con él, el discurso utilizado por esta disciplina.

Desde las aulas, hay un encuentro con un lenguaje que pretende naturalizar ciertas concepciones del mundo, razón por la cual es necesario preguntarse de qué forma la Contaduría como lenguaje podría estar contribuyendo a la reproducción de condiciones de desigualdad.

La tarea entonces es reflexionar sobre algunas de las prácticas discursivas a las cuales se ven enfrentados los estudiantes, para desde allí emprender procesos de indagación acerca de formas alternativas de concebir el discurso contable.

Gracias al desarrollo de las investigaciones en el campo del discurso, se ha encontrado en el Análisis Crítico del Discurso (ACD), una fértil fuente de investigación transdisciplinar que ha sido motivo de estudio en diversos campos del conocimiento. Mauricio Gómez Villegas (2003), Pablo Archel (2007), Rubén Pérez (2005), entre otros, partiendo de ACD se han pronunciado frente a la Contabilidad como una expresión de dominación, poder y

legitimación, lo cual la convierte en una aliada de las ideologías.

Pese a que se dan muchas reflexiones en torno al poder legitimador del discurso contable, es preciso clarificar con base en algunos de los estudios hechos, cómo se manifiesta ese proceso de legitimación. Sobre todo es importante abstraer algunas de las estrategias simbólicas propias de este discurso. Esto con el fin de retomar algunas bases metodológicas que orienten futuros análisis en el campo del discurso contable.

En el primer capítulo se expondrán una serie de conceptos que se refieren al lenguaje, ideología y discurso; y el segundo, mostrará una serie de estrategias simbólicas, expuestas por Silvia Gutiérrez, que sirven de caparazón a una estructura ideológica con la que se emiten actos comunicativos que persuaden, convencen, legitiman y naturalizan algunas situaciones propias de la vida social.

### **Lenguaje, ideología y discurso**

Una concepción constatativa del lenguaje, apunta a éste como un acto lógico que representa la realidad en términos exclusivos de falsedad o verdad. Opuesta a esta acepción, aparece la concepción del lenguaje como un vehículo de ideas y concepciones del mundo, un constructor de realidades y no un reflejo de éstas.

De manera más general, el lenguaje se puede considerar como aquella forma que utilizamos los seres humanos para comunicarnos. Se vale de signos y símbolos que se convierten en elementos comunes para determinado grupo social, permitiendo la expresión humana. Desde algunas posturas de la filosofía del lenguaje, éste es un medio de dominación y una fuerza social que sirve para legitimar las relaciones de poder organizado (Habermas, 1997, en Wodak, 2001, b). Es un fenómeno social que clasifica el poder, expresa el poder y está involucrado allí donde existe un desafío al poder o una contienda para conseguirlo. Constituye un medio "finamente articulado para las diferencias de poder existentes en las estructuras sociales jerárquicas". (Wodak, 2001, a: 31). Es en y por el lenguaje, que el hombre se constituye como un sujeto social.

En el ámbito contable, el lenguaje opera como un constructor de la realidad social, ya que en él confluyen signos que posibilitan la construcción de significados. En este aspecto, Cuevas (2010) cita a autores como Chua (2009), quien recalca que la contabilidad puede ser pensada como un conjunto de significados y procesos de interpretación o como un lenguaje simbólico, del cual pueden ser develados los significados sociales que la encierran, más cuando a partir de ellos se logra poner en marcha un proceso de legitimación de las intencionalidades de las que emergen. En este mismo contexto, autores



como Avery (1953) y Li (1963), como nos muestra Cuevas (2010), conciben el rol de la contabilidad en el escenario de la comunicación, configurada por una serie de símbolos de tipo monetario, que permiten la descripción de los eventos acaecidos dentro de la organización.

De otro lado, las ideologías son *sistemas de creencias* socialmente compartidas por los miembros de una colectividad. En otras palabras, consisten en representaciones sociales determinantes de la identidad social de un grupo, es decir, sus creencias compartidas acerca de sus condiciones fundamentales y modos de existencia y reproducción (Van Dijk, 2004). Estas controlan y organizan otras creencias socialmente compartidas.

En cuanto a este concepto, Wodak (2001, a) se apoya en autores como Thompson (1990), que la define como las formas y los procesos sociales en cuyo seno, y por cuyo medio, circulan las formas simbólicas en el mundo social.

Lenguaje e ideología se presentan de manera simultánea; la ideología conforma un estilo de lenguaje, al tiempo que mediante el lenguaje se construye ideología (Archel, 2007), y junto a lo anterior, un arma sutil, versátil y poderosa del discurso.

En el lenguaje cotidiano, el discurso se define como un mensaje transmitido de forma verbal o escrita con el fin de comunicar algo. Puede depender tanto de contextos ideológicamente seleccionados, como de la manera en que los participantes interpretan los eventos a partir de modelos mentales subjetivos o, más directamente, de creencias generales de un grupo que son ideológicamente controladas (Van Dijk, 2004). En algunas ocasiones convence, seduce, enamora, irrita o manipula. Es un arma tan poderosa, que permite el sostenimiento de las estructuras sociales de dominación.

Wodak (2001, a), en el estudio detallado de algunos autores, concluye que el discurso es una unidad básica y una práctica social (Van Dijk, 1977). Es una forma de acción, como algo que la gente hace a alguien, para alguien o con alguien (Van Leeuwen, 1993). Es una forma de representar las prácticas sociales como forma de conocimiento (Foucault, 1993). Es considerado el *fluir* del texto y la conversación. (Jâger, 1993).

De otro lado, Meyer (2001) retoma algunos autores que han definido el discurso y termina apuntado que éste es un acto de habla que determina y afianza la acción y ejerce el poder (Jâger, 1993). Es además un acontecimiento comunicativo que incluye la interacción conversacional, el texto escrito y también los gestos asociados, la mímica, la disposición tipográfica, las imágenes y cualquier otra dimensión semiótica o multimedia del significado (Van Dijk, 1977).

El discurso, en su conjunto, es pues una unidad que se regula y que es creadora de conciencia. Crea las condiciones para la formación de sujetos y la



estructuración y configuración de las sociedades (Jäger, 2001). Son ellos mismos un factor de poder, ya que son capaces de inducir comportamientos y de generar otros (Jäger, 2001), hasta el punto de considerar el discurso como poseedor de una vida propia, que determina su relación con la realidad.

Los discursos no son fenómenos con existencia independiente (Jäger, 2001), dependen de elementos como el contexto, el cual está en constante evolución. Poseen artimañas en su trama, con lo que logran mostrar una aparente neutralidad de la realidad, convertidos estos en discursos objetivos o desinteresados dentro de estructuras sociales.

Por ejemplo, el discurso contable se presenta como un acto comunicativo neutral, homogéneo, objetivo y en muchos casos estático, en el que no se percibe su capacidad para contribuir al sostenimiento de las estructuras sociales de dominación.

Este discurso además utiliza los registros e informaciones para reflejar la realidad de las organizaciones. Se configura en representaciones de verdades indiscutibles que guardan un isomorfismo con la realidad representada (Machado & Marco, 2009), a la vez que son interpretadas como constructos cognitivos compartidos en la interacción social cotidiana y el resultado de un discurso vehiculado en el lenguaje y la ideología.

Hasta este punto es claro que lenguaje e ideología son un mecanismo simbólico que utiliza el discurso para ejercer poder. En el próximo capítulo se hará una aproximación al discurso contable y a las estrategias ideológicas que sirven de base para legitimar un discurso bajo la apariencia de la preocupación por el bienestar social.

### **Una aproximación crítica del discurso contable**

Desde su nacimiento, la contabilidad ha sido un instrumento propio del ámbito de los negocios y del poder; en esta medida se ha adaptado a las necesidades y condiciones de las sociedades desde la misma época en que aparece (Ortega, 2007). En sus inicios, con el Fraile Franciscano Lucas Bartolomé Pacioli, la contabilidad surge como un discurso matemático, con un "interés pragmático, mecánico y técnico donde no se pregunta el por qué y el para qué de su hacer, si no solamente por el hacer y por las aplicaciones de la suma y resta como método lógico de su campo, con un gran interés por la vigilancia y control en el manejo del capital invertido en los negocios por parte de aquellos *socios silenciosos*" (Ortega, 2007:189)

Lo anterior permite concebir la contabilidad como: instrumento racional de naturaleza económica y social, capaz de describir, analizar y explicar elementos cualitativos y cuantitativos, económicos y políticos, jurídicos y administrativos, que se suscitan al interior de una empresa, organización y, en

últimas, de un conjunto poblacional, por medio de elementos metodológicos de captación, medición, valoración, representación e interpretación, evidenciando una información económica-contable a los usuarios de la misma, que obra para el control y para la vigilancia (Ortega, 2007)

De otro lado, concepciones modernas de la disciplina, la definen como un discurso que se convierte en un elemento funcional en las prácticas del poder disciplinante y controlista, pues, a lo largo de su historia, sus conceptualizaciones han estado mediadas por algunos aspectos que según Ortega (2007) son los siguientes: nace con un *interés pragmático* para el control y la vigilancia del capital invertido en los negocios mercantilistas; se soporta en los instrumentos de las matemáticas y la estadística para develar su información que es aceptada como verdad y desde la cual se determinan decisiones y por ende realidades; desde la perspectiva del derecho ha sido presentada en términos de *funcionalidad fiscalizadora*, donde precisamente es el control el objeto de su estudio; Henry Farol es muy claro al considerar que la contabilidad es el órgano de la vista, el *ojo vigilante* que muestra el devenir total de una organización.

Palabras como "*interés pragmático*", "*funcionalidad fiscalizadora*", "*ojo vigilante*", son elementos que se subordinan al concepto de racionalidad instrumental, y con él, a elementos que invisibilizan el discurso, la ideología y el lenguaje de la disciplina contable, convirtiendo la contabilidad en un elemento de control, operabilidad, maximización de beneficios y satisfacción de intereses. En esta dirección se legitiman y crean realidades que responden de manera eficiente a la disciplina. Este punto, es el foco de análisis y reflexión que debe suscitar en la comunidad contable una serie de cuestionamientos con respecto al verdadero lenguaje e ideología de la disciplina.

Pero para entender un poco de ese lenguaje e ideología debemos adentrarnos en el estudio desde las posturas filosóficas del lenguaje de este tema, y más exactamente a las posturas críticas que frente al tema se han suscitado. Van Dijk (1996), representante de dichas posturas, apunta al tema de reflexión así: "es posible poner al descubierto la ideología de los hablantes y escritores, a través de una lectura minuciosa, mediante la comprensión o un análisis sistemático, siempre y cuando los usuarios expresen explícita o inadvertidamente sus ideologías por medio del lenguaje u otros modos de comunicación" (15).

Con el fin de rastrear algunos de los mecanismos discursivos que operan en el proceso de transmisión de la ideología, es necesario abreviar de las teorías lingüísticas y sobre todo de las teorías de la argumentación, con el fin de dilucidar el carácter persuasivo y por ende vinculado a valores y a intereses, que se enmascara en algunos discursos aparentemente neutrales y/o objetivos.



La investigadora mexicana en el campo de la argumentación, Silvia Gutiérrez (2003), plantea una reflexión con respecto a los modos generales de operación de la ideología y las formas en que éstos se pueden vincular con ciertas estrategias de construcción simbólica. Apoyada en Thompson (1993), explica entonces cinco modalidades de operación de la ideología que actúan en forma de violencia simbólica en los procesos de argumentación, las cuales corresponden a: prácticas sociales y discursivas de legitimación, disimulación, unificación, fragmentación y reificación o cosificación.

Con respecto a la primera modalidad, cabe señalar que las relaciones de poder se mantienen si se apoyan en la *legitimación*. "Un sistema de dominación puede ser mantenido, como observa Weber (1978), al ser representado como legítimo, es decir, como un sistema que es justo y digno de apoyo. Esta legitimación se logra a través de apelar a fundamentos racionales, tradicionales o carismáticos" (Gutiérrez, 2003: 49), los cuales, según la autora, se expresan generalmente por medio del lenguaje.

La ideología también puede operar a través de la *disimulación* o el encubrimiento. Esta se convierte en un instrumento que justifica o legitima las aspiraciones de un reducido número de personas que intentan dominar o imponerse en su propio provecho. En este caso, la ideología actúa con un papel encubridor, describiendo procesos o acontecimientos, como lo menciona Gutiérrez, que ponen de relieve algunos rasgos en detrimento de otros, o al representar o interpretar dichos procesos de una manera que disimula o encubre lo que realmente son; o lo peor, que se disfrazan las pretensiones particulares bajo la apariencia de defender intereses generales.

En la *unificación*, como tercera modalidad, se agrupan a todos los individuos bajo la esfera simbólica de una formación colectiva, y así, a través de la estandarización, se anulan las diferencias individuales que existen entre éstos.

La cuarta modalidad es la *fragmentación*. Orientada bajo la premisa del "divide y gobierna", esta estrategia se moviliza mediante la tendencia a crear la sensación de oposición y distancia entre grupos, entre segmentos de la población, de tal forma que el énfasis dado a la oposición interna, le permite a quienes detentan el poder mantenerse en él y reproducir sus símbolos. Sin embargo, a menudo estas estrategias son menos conscientes de lo que podría dar a entender esa máxima.

La última modalidad es la *reificación o cosificación*. "La ideología puede operar al representar un estado de cosas transitorio e histórico como si fuera permanente, natural y atemporal" (Gutiérrez, 2003: 50). En las sociedades modernas, la tendencia a la reificación da la idea de hechos inexorables y permanentes, de realidades que deben ser asumidas tal cual, porque están allí desde siempre y son inmodificables.

Thompson (1993), como lo cita Gutiérrez, también presenta algunas de las



maneras en que dichos modos se pueden vincular con diversas estrategias de construcción simbólica. Estas se relacionan a continuación:

MODOS GENERALES	ALGUNAS ESTRATEGIAS TÍPICAS DE LA OPERACIÓN SIMBÓLICA
LEGITIMACIÓN	Racionalización Universalización Narrativización
SIMULACIÓN	Sustitución Eufemización Tropo
UNIFICACIÓN	Estandarización Simbolización de unidad
FRAGMENTACIÓN	Diferenciación Expurgación del otro
COSIFICACIÓN	Naturalización Eternalización Nominalización / pasivización

Tabla 1 Modos de operación de la ideología  
(Gutiérrez, 2003: 51),

Como se observa, los modos de ideología se incorporan en la sociedad de manera típica, utilizando estrategias que evocan un sentimiento de aparente bienestar y objetividad. Estas prácticas son las que servirán de base para entender o agrupar algunas experiencias de autores en el campo contable y otras disciplinas económicas, y las que permitirán comprender lo planteado por Thompson, citado por Gutiérrez, en las líneas anteriores.

La *legitimación* opera en el discurso valiéndose de acciones como la racionalización, la universalización y la narrativización.

La *racionalización* -estrategia simbólica movilizada desde la racionalidad instrumental- implica una forma de ocultamiento político, una actividad que se convierte en dominio, ya sea sobre la naturaleza o sobre la sociedad. En esta instancia, la ciencia como tal ha proyectado en virtud de su propio método, un universo en que la dominación de la naturaleza queda vinculada a la dominación de los hombres. Entonces, un cambio en dirección contraria a ese destino debe influir en la estructura de la ciencia misma, no solo teóricamente, sino también metodológicamente. Cambiar el dominio opresivo por un dominio cariñoso y liberador. (Marcuse, citado por: Habermas, 1986).

En el campo contable, se puede vincular este tipo de estrategias a las Normas Internacionales de Información Financiera -IFRS-, consideradas como un elemento clave para nuestra disciplina, que se subordina a un discurso como el de Tweedie (2010) pronunciado en los Estados Unidos:





"El mundo tiende a adoptar un conjunto uniforme de normas de contabilidad de alto nivel, y se trata de un área sumamente importante como para que Estados Unidos se mantenga al margen. Luego de casi una década de trabajo para mejorar las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS) y los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en Estados Unidos (PCGA), buscando la convergencia de ambos sistemas, ya es hora de terminar la tarea".

En aras de un mejoramiento de la normatividad contable, se crea un discurso que debe ser acogido y adoptado como cuerpo único de los estándares de contabilidad porque es la única opción o vía libre al mejoramiento. Si se observa detenidamente la palabra '*adopción*' dentro del discurso, no es más que un vínculo que crea dependencia paternal y crea subordinación, quedando supeditada toda acción contable al control cariñoso de unas normas benefactoras, invisibilizando por consiguiente un discurso de dominio. Sale entonces a la luz la racionalidad instrumental propia de la disciplina y queda aquí expuesta como un elemento eficaz para el progreso científico de la disciplina, vehiculizada en un ejercicio de controles que viene a significar la institucionalización de un dominio metódico, científico, calculado y calculante, que se hace ya irreconocible por el lenguaje utilizado en su discurso. Una actividad tal vez que responde a un grupo de falacias argumentativas que hablan de adoptar o adaptar, y que significarían, a la luz de Olga Lucía Restrepo (2008), "entregar la soberanía del país en materia de regulación contable, perdiendo la autonomía frente a la emisión de normas contables y adoptando normas que poseen un desconocimiento tal, de la realidad de cada país y su estructura económica".

Restrepo, apoyada en Gómez, opina que "*las normas internacionales son diseñadas para países que poseen un gran desarrollo en sus mercados de capitales*". Es claro, que estos estándares serían fundamentalmente para el desarrollo de los mercados financieros, pero deben estar amarrados a situaciones como conocer la necesidad de cada país, determinar la política contable como política de Estado, establecer la responsabilidad del Estado frente a este tema, acordar que esta responsabilidad se debe asumir en términos de la formulación de un nuevo modelo contable y dejar a un lado el modelo de regulación contable actual, o por lo menos reestructurarlo, debido a todos los entes reguladores que existen en Colombia y que en muchas ocasiones ponen en contradicción las normas. (Restrepo, s.f.)

De otro lado, autores como Richardson (1987) y Gutiérrez (1997) apuntan a la racionalización de la siguiente manera: los informes financieros externos pueden desempeñar un papel de legitimidad organizacional con el entorno y, por tanto, constituirse en un medio de supervivencia de la organización (Citado por Gómez, 2009, a). Estos eventualmente pueden ser maquillados, de



tal manera que perjudiquen los intereses de los propietarios, inversores y deudores, pero estos mismos también pueden ser maquillados permanentemente para perjudicar a la sociedad. Así lo sustenta Mauricio Gómez (2003) cuando alude a ciertas prácticas que legitiman intereses privados en desmedro de propósitos sociales:

"Cuando se quiere privatizar una empresa pública, no hay mejor elemento que unas desoladoras cifras financieras en su balance y estado de resultados, que permitan a los agenciadores de la privatización anunciar y *legitimar* un discurso acerca de que es mejor recibir algo de manos de otro interesado, que seguir dilapidando los recursos públicos"(115).

Este es el poder comunicativo y constitutivo de la contabilidad que utiliza un lenguaje que actúa como un instrumento de legitimación, un mecanismo a través del cual las organizaciones incorporan prácticas y conceptos acordes con su contexto con el fin de ganar, mantener o no perder legitimidad (Quinche, 2008). "Una respuesta al contexto para mostrar una racionalidad particular que se expresa en la aplicación de prácticas contables, en la transformación de las mismas". (Quinche, 2008: 202). Y, de otro lado, un elemento de universalización que lo único que pretende es subordinar la sociedad al concepto de objetividad y neutralidad.

La *universalización* consiste en hacer aparecer intereses particulares como intereses generales, apoyados estos en leyes redactadas de tal manera que invisibilizan los intereses particulares y resaltan un discurso que conviene. Aquí aparecen discursos en el campo contable, como el de la *responsabilidad social* y la contabilidad medioambiental, que apuntan a la universalización de los intereses de unos pocos, y que como menciona Quinche (2009), denotan lo siguiente: "actualmente, es posible ver cómo ha proliferado la imagen de la corporación, de la empresa, como amiga del medio ambiente sin que ella sustancialmente, aunque sí formalmente, haya cambiado sus prácticas" (p. 68), logrando con lo anterior la legitimación y reproducción de un discurso de orden ambiental, con el que se condicionan las actividades de la población.

En lo que respecta al discurso de la responsabilidad social, algunos autores como María Ángeles García y Fernando Polanco (2008), Mauricio Gómez (2009, a - b), lo interpretan como producto de una mercantilización del medio ambiente. Estos autores afirman que en los últimos años se ha observado un interés creciente por el concepto de *responsabilidad social* en el ámbito empresarial, tanto así, que ésta se ha convertido en una oportunidad estratégica de negocio en la que resulta importante participar. De esta manera, se concibe el medioambiente como un factor intercambiable o sustituible por capital, todo bajo el amparo de las visiones ingenieriles y economicistas, donde se sustituye el equilibrio natural por dinero.



Esta es una expresión clara de la manera como la industria y las finanzas, al amparo de los Estados y los organismos internacionales, conciben el problema ambiental como una variable financiera que debe gestionarse, e incluso, generar amplias ganancias. Aquí se emplean premisas como: "*sin beneficios financieros, no es posible realizar acciones de sostenibilidad*", o frases más fuertes como: "*contamino e impacto, para poder proteger y reparar*" y de esta manera se va abandonando la idea de "*quien contamina paga*" y se insta la concepción de "*quien contamina no vende*" (Ariza, 2007, citado por: Gómez, 2009, b).

Esto es lo que hay detrás del discurso ambiental, una estrategia simbólica que muestra la práctica social como un hecho homogéneo, libre de intereses y que se ampara en la concepción de las empresas como organizaciones creadas con fines sociales, además de económicos, que deben responder a los criterios éticos de comportamiento. Pero también este discurso, como lo menciona García (2008), puede entenderse como una especie de "contrato moral", que en su acepción se concibe como un acuerdo de voluntades, en el que ambas partes salen ganando. Dicho contrato se moviliza a partir de la adopción de conceptos universales, fundamentados en la idea de la protección del planeta, la sostenibilidad y el progreso, conceptos éstos que se esgrimen como ideales absolutizados, por fuera de los cuales no es posible competir y gracias a los cuáles se justifican muchas acciones.

Vale la pena entonces aquí preguntarse ¿Qué ganan las empresas con la adopción de este tipo de discurso, si éste no es más que una práctica persuasiva de autolegitimación, que utiliza un argumento de sostenibilidad apoyado en la transparencia del impacto económico, ambiental y social de las organizaciones? Cuestionamiento que en palabras de Quinche se puede entender de la siguiente manera: "La capacidad de la contabilidad se encuentra supeditada a los intereses de ampliación del capital y a la legitimación del modelo actual de producción. A través de estos enfoques contables se capitaliza la naturaleza o se la ignora por completo" (2009: 71).

En nombre de la *transparencia*, de la *naturaleza* y el *ambiente*, se crea un discurso que sirve como medio de empoderamiento de diversos grupos sociales y que es contradictorio en un sistema económico capitalista, porque éste último implica la apropiación y manipulación de la naturaleza por parte de los seres humanos para su propio uso y bienestar. La filosofía capitalista se traduce entonces en una dinámica particular y en una oportunidad de legitimación de nuevas formas de producción (Quinche, 2009).

Consecuente con lo anterior, el discurso medio ambiental se encuentra fuertemente atado a valores como progreso, mecanización, universalización, racionalidad económica, dominio sobre el hombre y la naturaleza y demás conjeturas propias de la modernidad, de modo tal que para el logro del fin de



maximización de beneficios pueden aceptarse como medios reducciones de costos tales como: despidos de trabajadores, empobrecimiento del trabajo, explotación desmesurada del medio ambiente, mecanización de los procesos, entre otros.

Un segundo acto opera en el discurso reflejado como la *simulación*, o lo que Gutiérrez ha llamado en las líneas anteriores disimulación o encubrimiento. En este punto el discurso se subordina a las relaciones de poder, sirviendo a los intereses de unos, porque ellos pueden condicionar, transformar y determinar la realidad, utilizado un lenguaje que resalta unos aspectos de la realidad y oculta otros. Es el caso del análisis hecho por Archel (2007) a la firma automovilística Seat-Volkswagen, donde se genera un discurso moldeado con palabras cuidadosamente seleccionadas, que ocultan realmente la esencia y finalidad de dicho discurso.

Para este caso, los informes anuales fueron cambiando de acuerdo con el contexto político, social, económico y cultural en el que se encontraban. Así entonces, se generó primero un discurso de moderación salarial, política privatizadora, reforma fiscal y pacto social, en una época donde la inestabilidad política era determinante. Éste se apoyó en algunos pilares económicos traducidos en políticas monetarias tendientes a desacelerar la tasa de crecimiento monetaria, políticas presupuestarias encaminadas a limitar el ritmo de crecimiento del gasto público de consumo, y política de rentas dirigida a moderar el crecimiento de los costos del trabajo (salarios y seguridad social) y los costos financieros. (Archel, 2007)

Todo lo anterior restituido por un discurso en donde se le dio importancia a la logística, a la producción, a los círculos de calidad, a la investigación y recursos humanos y ocultando en él las tensiones laborales derivadas de las políticas económicas del país.

La estabilidad empresarial de Seat-Volkswagen, convierte entonces al cliente en el único elemento alrededor del cual giran todas las estrategias de reducción de costos. Y se genera una práctica social que considera que todo se hace por y para el cliente a quien hay que proporcionarle el más alto grado de satisfacción, ya que la competitividad solo queda garantizada mediante el aseguramiento de la satisfacción del cliente. Se invisibiliza lo laboral desplazando el sentido y el conflicto hacia la discusión acerca de los procesos (Archel, 2007).

De otro lado, se puede concebir un tercer acto discursivo con elementos ideológicos, manifestados mediante estrategias de *estandarización* o *unificación* que eliminan la individualidad, crean ideologías globales y establecen relaciones de poder bajo el pretexto de la unidad. Aparecen nuevamente temas como la adopción de las IFRS en el campo contable, que se convierte en un aparente discurso de unidad y bienestar para la economía



mundial, y aparecen también temas como la sostenibilidad ambiental, el desarrollo humano, la globalización de los mercados, entre otros, que apuntan a dicha unificación. Con respecto al tema de sostenibilidad ambiental, vinculada al concepto de globalización, José Rubén Pérez dice:

"Se ha dicho, por parte de los partidarios de la globalización que la dotación de recursos naturales puede sustentar a la población del mundo hoy y en el futuro cercano, eliminando la pobreza absoluta, cubriendo las necesidades básicas e incluso, incrementando la esperanza de vida en todos los países del mundo, comparable a la de las naciones más opulentas, es decir, mejorando la calidad de vida de todos los pueblos" (Pérez, 2005: 121).

En pro de eliminar la *pobreza absoluta*, de *satisfacer las necesidades básicas* y ampliar *las esperanzas de vida de todos los países del mundo*, se crea un discurso como éste, que se equipara de las anteriores palabras, invizibilizando realmente sus efectos. Este tipo de discursos, sugiere Pérez, necesitan indispensablemente de patrones de crecimiento que generan contaminación y que van acompañados de temas como el de la pobreza y exclusión social, elementos de un discurso que subordina la condición humana al concepto de unidad y que aboga por el mejoramiento de una sociedad sostenible y global.

Este desarrollo sostenible global se presenta también como una estrategia para erradicar la pobreza y para la protección del medio ambiente, pero desde esa misma perspectiva se impone como un modelo que persigue hacer sostenible un crecimiento económico y no la sustentabilidad ambiental. Es por ello, como sugiere Pérez (2005) que se hace necesario re-direccionar la economía, la contabilidad y en especial al ser humano hacia una racionalidad ambiental basada en principios no mercantiles tales como potencial ecológico, equidad transgeneracional, justicia social, diversidad cultural y democracia.

La *Fragmentación*, cuarta modalidad ideológica sugerida por Gutiérrez, impera bajo la premisa de "Divide y Gobierna", la cual busca formas de desintegración para mantener la dominación. Es por ello que se arma de estrategias simbólicas como la diferenciación y la expurgación de otro, que no son más que acepciones que evocan a la exclusión social. La primera consiste en destacar las diferencias que separan a los grupos y dificultan la organización como colectivo; y la segunda, es la creación de un enemigo dentro o fuera que amenaza o daña a alguien, por lo que se reclama la unión para vencerlo (Ramírez, 2005).

En este punto, a modo de ejemplo, son válidos discursos como el caso del Páramo de Santurbán, ubicado en el Departamento de Santander en Colombia. Allí surge un debate a raíz del proyecto de la empresa canadiense Greystar Resources para la explotación de oro en una zona considerada vital



para la región por su riqueza hidrográfica. Ello generó encendidos argumentos de quienes consideran un crimen ecológico el permitir esta explotación y de quienes la consideran una fuente de desarrollo y riqueza para la región.

Algunos de los argumentos de quienes defienden la explotación minera en la zona, constituyen una evidencia de la estrategia de la expurgación. Como ejemplo citamos un documento publicado en el periódico digital lanota.com, publicación de carácter económico y empresarial, en el cual aparece un artículo titulado "Los pelmazos de Santurbán". El título de por sí constituye una evidencia de aniquilación retórica del otro. La palabra pelmazo en su doble acepción de "persona excesivamente lenta" o "persona excesivamente pesada o molesta", convierte a los ambientalistas en bichos estorbosos y retrógrados, quienes en su ignorancia lo único que hacen es avalar la ilegalidad.

"Actualmente hay toda clase de explotaciones chambonas ilegales que están destruyendo el páramo de Santurbán, sin que ningún ambientalista, o el gobierno nacional, o el gobierno departamental, hayan movido un dedo para protestar por la falta de protección del páramo".

En aras de eliminar las explotaciones "chambonas e ilegales" en Colombia, se justifica un discurso que recoge los intereses de unos pocos. Aquí se legitima una práctica social que debe aceptarse en pro del bienestar social, y que expresa el interés particular de una empresa como si fuera el interés de toda la nación. Pero lo peor está por venir, cuando como lectores se aceptan las siguientes palabras:

"Son miles de millones de dólares los que se dejarían de recibir en los próximos 15 años, incluidos los impuestos para atender el creciente gasto social. En Colombia no abundan las posibilidades de avance económico en zonas como el área de influencia de la mina de Angostura. Tampoco es que tenga el país muchas fuentes de divisas y de generación de excedentes económicos. Colombia es un país pobre, con muchas necesidades básicas insatisfechas. La riqueza no le va a caer del cielo. Las reservas minerales sin explotar no producen nada. Tampoco produce mayor cosa una montaña como la de Santurbán tal cual la entregó la naturaleza".

Si observamos palabras como *pobreza*, *la riqueza no va caer del cielo*, *necesidades básicas insatisfechas*, entre otras, no son más que elementos de un discurso que reclama unión para vencerlo, en una época en la que realmente importa el progreso de la economía subordinado al concepto de crecimiento de capital, más aún cuando ese capital es cuantificado por las disciplinas



académicas como indispensable para ganar estatus social. Se niega de plano los argumentos ambientales de la contraparte y se minimiza en nombre de unas necesidades económicas. Aquí hay un juicio implícito hacia el otro, el juicio de que el otro por sus exigencias ambientales está desconociendo necesidades de una región, frenando la posibilidad de riqueza. De esta forma sataniza al otro, convirtiéndolo en un enemigo del progreso. Se remacha el discurso con una inexorable sentencia:

"Es más importante la cantidad de oro allí encontrada, que la gran reserva natural que se aloja en este lugar".

Aquí se sobrepone el valor económico generado por la explotación de una reserva de oro, frente a la reserva natural que constituye el páramo de Santurbán. Es claro entonces cómo la fragmentación se vale de las diferencias y de la expurgación del otro para justificar discursos como el anterior, que pretende legitimar y naturalizar un acto comunicativo porque debe ser así.

De otro lado, la *cosificación*, última estrategia planteada por Gutiérrez, presenta hechos históricos y sociales como cosas inamovibles, casi naturales; lo que se traduciría en el argot cotidiano, aceptar las cosas como son, porque "eso es lo que da la tierrita", utilizando estrategias simbólicas como la naturalización, la eternalización y la nominalización.

Aquí son aceptables discursos como el de la desigualdad social, la pobreza, la crisis económica, la competitividad, entre otros, porque son hechos naturales propios de las dinámicas del mercado, que son justificados en motivos históricos y sociales, al punto de llegar a institucionalizar hechos como la opresión del pobre por el rico. En este apartado son válidos discursos como el siguiente:

"La desintegración social que se expresa hoy en el aumento constante del desempleo y subempleo a escala internacional, la caída en los niveles salariales y el aumento de las desigualdades y la marginación en amplias regiones del mundo globalizado, son explicadas al margen de las decisiones humanas: provienen de la determinación de las fuerzas del libre mercado, que nos disciplina desde su lógica autónoma para volver al sano camino del crecimiento" (Bascones, 2006: 70)

En aras de estabilizar la economía del mercado se justifican naturalmente las decisiones humanas del despido de empleados, bajas salariales y aumento en la desigualdad social, porque son hechos que deben ser así, condenados inexorablemente a premisas como la siguiente: "sacrificaos, que mañana viviréis". Y si no sacrificáis entonces estaréis condenados al fracaso. Así entonces los problemas de la economía se justifican porque hay resistencia al cambio o inconformismo de las clases menos favorecidas, ocultando el acto comunicativo de la opresión del pobre por el rico.



Generalmente este tipo de discursos se preparan con una intención, y en esa intención muchas veces abundan zonas oscuras, que en último lo que buscan es la aceptación social, manipulados por unos intereses, posturas y percepciones que llevan a construir la misma realidad.

Estos discursos visualizan la contabilidad como un mecanismo de poder en constante cambio, que busca la movilización de la sociedad en su conjunto, actuando desde niveles particulares, hasta niveles generales (Foucault, 1999, en Quinche, 2008). Esto logra consigo el condicionamiento de las actividades de la población, donde claramente se ven enmarcadas las relaciones de poder en una realidad contable, condicionada por aquello que parece ser un hecho natural y espontáneo.

Se aceptan entonces fenómenos como la inequidad laboral, la degradación social, la especulación financiera, porque son hechos naturales propios de las dinámicas del mercado y por lo tanto no son susceptibles de cambio. Esa naturalización responde además a un acto comunicativo con el que se cierran hospitales, se despiden empleados, se disminuyen salarios, se venden o compran empresas muy baratas o muy caras y se quiebran fondos de empleados (Gómez, 2005), todo justificado en el fin del discurso contable. Un acto que a menudo concibe la contabilidad como práctica social e institucional, tratando a ésta como un mecanismo lingüístico, una forma de lenguaje aplicada en contextos específicos, que lleva a cabo una representación particular de la realidad (Quinche, 2008).

### **A modo de conclusión**

Desde las aulas los estudiantes se enfrentan a discursos que como los anteriores desconfiguran, amañan, invisibilizan y ocultan el verdadero lenguaje e ideología de estos actos comunicativos. La disciplina contable no es ajena a dicha premisa, convirtiéndola en un acto comunicativo con un lenguaje ideológico que es legitimador y que se constituye en un elemento de poder.

En las aulas, los estudiantes constantemente se enfrentan a discursos de este tipo sin efectuar una discusión crítica frente a los mismos, ya sea porque no se pide responder de esta manera a éstos, o porque hay desconocimiento de cómo hacerlo.

Las estrategias anteriormente mencionadas son elementos de reflexión que pueden ayudar a los estudiantes a reconocer cómo actúa la ideología en un discurso de una disciplina académica y a reflexionar las influencias que éste tiene en la formación de los contadores.

La aparición de transdisciplinas como el Análisis Crítico del Discurso -ACD, ha permitido entender de una manera crítica la forma en que los discursos sociales se han convertido en una producción y reproducción del abuso del





poder y de la dominación, del que no escapa el acto contable. Vehiculado en un lenguaje sutilmente seleccionado, se estructuran bases ideológicas, subordinadas a estrategias utilizadas por éstos.

Estas estrategias posibilitan el control de las organizaciones, de los individuos y de sus posibilidades, dando lugar a una "racionalidad" en la que están implicadas necesidades, intereses, relaciones de producción y poder en las instituciones y en general en la sociedad. (Latour, 2001, en Quinche, 2008), todo lo anterior expresado como un hecho normal, es decir "los efectos del poder y de la ideología en la producción de sentido quedan oscurecidos y adquieren formas estables y naturales" (Wodak, 2001, a: 20). Desde esta óptica, la ideología se convierte en una realidad que es inmutable, invariable y lo peor aún, que debe ser así siempre, sin importar el sujeto. Y de otro lado, el lenguaje se convierte en una herramienta válida para discursos tan naturales como la aceptación abnegada de los hechos sociales.

Al mismo tiempo la ideología se vale de estrategias simbólicas como la legitimación, la simulación, la unificación, la fragmentación y cosificación, que como se observaba en las líneas anteriores, son una manera sutil de operar en una sociedad que se deja envolver por posturas finamente expuestas.

### Bibliografía

- ARCHEL, P. (2007). Discurso contable, ideología e informes anuales: un enfoque interpretativo. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 51, 41-64.
- BASCONES, L. (1996). La otra mano invisible: discurso económico y control social. *Política y Sociedad*, 21, 57-72.
- COLORADO, C. (2010). Una mirada al análisis Crítico del discurso. Entrevista con Ruth Wodak. *Discurso & Sociedad*, 4, 579-596.
- CUEVAS, J. (2010). Consideraciones en torno a la comprensión de la contabilidad literaria. Tomado de: *Des - territorializaciones plurales del pensamiento contable ortodoxo. VIII Simposio Nacional de Investigación Contable y Docencia. Universidad del Valle.*
- FAIRCLOUGH, N. (2001). El análisis crítico del discurso como método para la investigación en ciencias sociales. En Barcelona: Gedisa, S.A. En WODAK, R. y MEYER, M. (2001). *Métodos de análisis crítico del discurso. Barcelona: Gedisa, S.A.*
- GARCÍA, M. y POLANCO, F. (2008) Estrategias argumentativas de legitimación en discursos organizacionales
- GÓMEZ, M. (2003). Contabilidad: Comentarios sobre el discurso científico y los determinantes morales. *Innovar Revista de Ciencias Administrativas y Sociales Universidad Nacional de Colombia*, 22, 109-120.



- GÓMEZ, M. (2005). Breve introducción al estado del arte de la orientación crítica en la disciplina contable. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 45, 113-132.
- GÓMEZ, M. (2009, a). Los informes contables externos y la legitimidad organizacional con el entorno: estudio de un caso en Colombia. *Innovar Revista de Ciencias Administrativas y Sociales Universidad Nacional de Colombia*, 49, 147-166.
- GÓMEZ, M. (2009, b). Tensiones, posibilidades y riesgos de la contabilidad medioambiental empresarial. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 54, 55-78.
- GUTIÉRREZ, S. (2003). El discurso argumentativo. Una propuesta de análisis. *Escritos Revista del Centro de Ciencias del Lenguaje*, 27, 45-66.
- HABERMAS, J. (1986). *Ciencia y técnica como "ideología"*. Madrid: Tecnos. Traducido por Manuel Jiménez Redondo (1986). Disponible en Internet: <http://es.scribd.com/doc/7032679/Habermas-Ciencia-y-tecnica-Como-Ideologia>
- JAGER, S. (2001). *Discurso y conocimiento: aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y del análisis de dispositivos*. Barcelona: Gedisa, S.A. En WODAK, R. y MEYER, M. (2001). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa, S.A.
- Lanota.com. (2011). Los pelmazos de Santurbán. Disponible en Internet: <http://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/Los-pelmazos-de-Santurban.html>
- MACHADO, R., MARCO A. (2009). *Contabilidad y realidad: Una relación crítica bajo el enfoque de la representación*. *Actualidad Contable FACES*, 19, 38-55.
- MEYER, M. (2001). *Entre la teoría, el método y la política: la ubicación de los enfoques relacionados con el ACD*. Barcelona: Gedisa, S.A. En WODAK, R. y
- MEYER, M. (2001). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa, S.A.
- ORTEGA, F. (2007). *La Contabilidad como mecanismo anatómico y biopolítico del poder*. *Porin An.* 179 - 204
- PÉREZ, R. (2005). *Medio ambiente, globalización, mercado y desarrollo humano. (Un breve recuento histórico y situación actual del debate)*. *Red de revistas científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*. 28, 121 - 135.
- QUINCHE, F. (2008). *Una evaluación crítica de la contabilidad ambiental empresarial*. *Thémata Revista de filosofía*. 40, 245-259.



- QUINCHE, F. (2009). Contabilidad y naturaleza: apuntes para una discusión. Libre Empresa, 12, 65-75
- RAMÍREZ, J. (2005). Madejas entreveradas. Violencia, masculinidad y poder. México: Plaza y Valdés, S.A.
- RESTREPO, O. (2008). Discusión sobre estandarización de normas contables. S.F.
- ROBERTS, W. (2010). Businesswire. Disponible en Internet: <http://www.businesswire.com/news/home/20100525007366/es>
- ROJAS, W. (2008). Congoja por una educación contable fútil. Contaduría Universidad de Antioquia, 52, 259-274.
- RUBIO, J. (2008). El discurso sobre la desigualdad de Rousseau como historia filosófica. Revista Facultad de Ciencias Económicas Universidad Militar Nueva Granada, Vol. XVI (1), 197-216.
- SCOLLON, R. (2001). Acción y texto: para una comprensión conjunta del lugar del texto en la interacción social, el análisis mediato del discurso y el problema de la acción social. Barcelona: Gedisa, S.A. En WODAK, R. y MEYER, M. (2001). Métodos de análisis crítico del discurso. Barcelona: Gedisa, S.A.
- VAN DIJK, T. (1996). Análisis del discurso ideológico. Comunicación y política. 15-43
- VAN DIJK, T. (2001). La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato a favor de la diversidad. Barcelona: Gedisa, S.A.
- VAN DIJK, T. (2004). Ideología y análisis del discurso. Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social Universidad del Zulia, 29, 9-36.
- WODAK, R. (2001, a). De qué trata el análisis crítico del discurso (ACD). Resumen de su historia, sus conceptos fundamentales y desarrollos. Barcelona: Gedisa, S.A. En WODAK, R. y MEYER, M. (2001). Métodos de análisis crítico del discurso. Barcelona: Gedisa, S.A.
- WODAK, R. (2001, b). El enfoque histórico del discurso. Barcelona: Gedisa, S.A. En WODAK, R. y MEYER, M. (2001). Métodos de análisis crítico del discurso. Barcelona: Gedisa, S.A.

