

Opción, Año 31, No. 77 (2015): 111- 125
ISSN 1012-1587

Las estrategias de consenso social de la minera Glencore Xstrata en Argentina¹

Julieta Godfrid

Instituto de Investigaciones Gino Germani/Facultad de Ciencias Sociales.

Universidad de Buenos Aires (Argentina)

julietagodfrid@hotmail.com

Resumen

En un contexto de expansión de mega-minería en la Argentina, se ha producido la emergencia de una multiplicidad de conflictos socio-ambientales en torno a la minería que han puesto en duda la legitimidad de los emprendimientos. En este marco, la empresa minera Glencore Xstrata que desarrolla el emprendimiento mega-minero La Alumbreira, ha comenzado a desarrollar una serie de estrategias orientadas a la construcción de consenso social. El siguiente trabajo se propone caracterizar las distintas estrategias de consenso implementadas por la empresa La Alumbreira. Para ello trabajamos a partir del estudio de caso, en la localidad de Amaicha del Valle (Argentina).

Palabras clave: Consenso social; Responsabilidad Social Empresaria; Mega-minería.

Strategies for social consensus of the mega-mining Glencore Xstrata in Argentina

Abstract

In a context of expansion of mega-mining in Argentina, there has been the emergence of a multiplicity of socio-environmental conflicts over mining that have questioned the legitimacy of entrepreneurship. In this context, the mining company Glencore Xstrata has developed the mega-mining venture “La Alumbraera”, that has begun to develop a series of strategies aimed to achieve social consensus. The following paper aims to characterize the different strategies implemented by the company La Alumbraera. We worked from the case study, in the village of Amaicha del Valle (Argentina).

Key words: social consensus; Corporative Social Responsibility; mega-mining.

INTRODUCCIÓN

Desde mediados de la década del noventa, se viene produciendo en la Argentina, un crecimiento acelerado del sector minero metalífero. Hay una serie de elementos que explican dicha expansión tales como: la transformación de los marcos regulatorios, la promoción y asesoramiento técnico brindado por las agencias internacionales al sector; la oleada de inversiones extranjeras hacia América Latina; el desarrollo de nuevas tecnologías; el alza internacional del precio de los metales; un contexto de expansión de la actividad en la región, etc. que han sido analizados en profundidad por una gran cantidad de autores (Álvarez Huwiler, 2014; Prado, 2005; Koenig y Bianco, 2003).

En este contexto favorable para el sector, la Argentina se convirtió en un país altamente atractivo para las corporaciones mineras trasnacionales que comenzaron a llegar a mediados de los noventa y crecieron rápidamente en el correr de una década, transformándose en uno de los principales destinos de la inversión extranjera directa en el país.

De esta manera se comprueba un crecimiento exponencial de la cantidad de emprendimientos mineros, pasando de 18 proyectos en el año 2002 a 614 en el 2011, incluyendo los de tipo tradicional como a los de mega-minería (Secretaría de Minería de la Nación). Respecto

del crecimiento del sector, es importante señalar que esta nueva etapa se caracterizó por la expansión de la mega-minería metalífera² sobre la minería tradicional.

1. LA PÉRDIDA DE LEGITIMIDAD DEL SECTOR MINERO Y SUS NUEVAS ESTRATEGIAS

El año 2003 puede señalarse como el momento bisagra en cuanto a la imagen y el devenir de los proyectos mega-mineros en la Argentina, a partir del caso Esquel (Provincia de Chubut, sur de la Argentina). Producto de una gran movilización popular los vecinos de la localidad, lograron que el Consejo Deliberante convocase a la realización de un *referendum* sobre la aceptación o el rechazo al mega emprendimiento de extracción de oro y plata, que la empresa Meridian Gold pretendía llevar a cabo a unos 10 kilómetros de la localidad de Esquel. Dicho referéndum tuvo por resultado que el 81% de los votantes se expresara en contra de la instalación del mismo (Walter, 2008). Como consecuencia de la votación, el Consejo Deliberante local prohíbe la minería con cianuro en Esquel, y la Legislatura Provincial aprueba una ley de prohibición a este tipo de minería en la provincia³.

El caso Esquel repercutió a nivel nacional, multiplicando las redes de resistencias a lo largo del país, que se organizaron alrededor de la consigna “no a la mina” (Marín, 2009:186). Una de las repercusiones más notables de la constitución de estas nuevas redes fue la sanción de siete leyes provinciales⁴ de prohibición de la mega-minería a cielo abierto. Estos hechos permitieron visualizar las críticas socio-ambientales a los emprendimientos mega-mineros, y lograron poner en tela de juicio la legitimidad y la continuidad de los emprendimientos mineros.

En este contexto, las empresas mega-mineras se vieron frente a la necesidad de desplegar nuevas estrategias que les permitieran construir hegemonía y consenso social en torno a la actividad. Para ello, algunas empresas, como La Alumbrera han apelado al paradigma de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE).

2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

El concepto de la RSE es por demás polisémico, en constante redefinición y encierra en su interior a un conjunto de voces y significados más bien diversos. Sin embargo, la definición más abarcadora es que la RSE refiere a la forma, el cómo, las empresas se vinculan e impactan de

determinada manera en la sociedad. Más concretamente, la RSE refiere a un conjunto de prácticas autoreguladas por las empresas, que se sustentan en un discurso de intervención de las mismas en la sociedad, en el que se establecen responsabilidades por los impactos generados (sociales, ambientales, económicos), que van más allá de las obligaciones jurídicas que tienen las mismas en cada país (Shamir, 2004).

Dentro de la pluralidad de miradas que hay en torno a la RSE, se pueden diferenciar por lo menos dos grandes corrientes (aunque heterogéneas en su interior), una más bien positiva sobre las políticas de RSE y una más bien crítica (Banerjee, 2010; Rowe, 2005; Utting, 2005; Saguier, 2010; Cafiero, 2010; May, et al, 2007, Shamir, 2004, Antonelli, 2009). Desde esta última es que entendemos que la incorporación de políticas de RSE por parte de las empresas, no es un gesto neutro. Sino justamente una estrategia para definir de modo activo sus propios roles, las expectativas y la legitimidad en torno al debate sobre los derechos y las responsabilidades (Saguier, 2010). Asimismo entendemos que la RSE funciona como un “dispositivo ideológico” (Murillo, 2008) que pretende legitimar y consolidar el poder de las grandes corporaciones (Barenjee, 2010). A su vez coincidimos con Rowe (2007) quien plantea que la RSE es una estrategia empresarial orientada fundamentalmente a desactivar conflictos y críticas vinculadas a la actividad que realizan.

Bajo este marco es que entendemos que las políticas de RSE desarrolladas por las corporaciones mega-mineras, están orientadas fundamentalmente a construir hegemonía y consenso social en torno a la actividad. Aquí es importante hacer un breve señalamiento de qué se entiende por ambos conceptos.

Siguiendo a Gramsci (1982) entendemos por hegemonía la capacidad de generar una concepción universal del mundo a partir de una visión particular, de dominar a través de un doble proceso de consenso y de coerción. Pero este proceso es continuamente resistido y desafiado por expresiones alternativas o abiertamente opuestas, de ahí que debe entenderse como un proceso dinámico, que se renueva constantemente, que es modificado y defendido para lograr su efectividad (Williams, 1980 citado en Composto, 2011). De esta manera, la hegemonía es fundamentalmente, un conjunto de mecanismos unificadores y reguladores, que a través de retóricas, tópicos y doxas transdiscursivas, logran imponer aceptabilidad sobre lo que se dice y sobre lo que se hace, construyendo legitimidad y consenso social.

Al respecto, entendemos que el consentimiento es una herramienta compleja que requiere de un entramado de construcción cultural, que se realiza mediante una variedad de estrategias prácticas (materiales y simbólicas) y se lleva adelante por un conjunto de agentes, tanto del

mundo privado como del público, cuyo objetivo es construir consenso social, intentando que su propia concepción del mundo se internalice como natural. Sobre la idea del consentimiento o consenso social, Anderson (1981) plantea que esta debe ser pensada no efectivamente como la aceptación positiva de aquello que se construye ideológicamente como lo deseable, sino que debe ser entendido en el marco de condiciones y costumbres culturales particulares, que están mediadas por la “[...] resignación pasiva ante el estado del mundo y la desconfianza en cualquier posibilidad de cambiarlo [...]” (Anderson, 1981: 24). Por lo que no se trata de la eficacia del conocimiento que se construye como legítimo, sino de la domesticación de un discurso, de la construcción de una verosimilitud, a través de la cual se instituyen los lenguajes de la disputa social y con ello, las palabras que pueden enunciarse y los modos en que pueden ser pronunciadas (Grimson, 2007).

En este sentido, se va construyendo una narrativa⁵ que logra no solo configurar los temas de interés, sino también establecer agendas que marcan y dan orden al conjunto de representaciones, imaginarios y prácticas que imprimen al presente un sentido y una dirección (Reguillo, 2007). La potencia de esta narrativa se basa en su capacidad para desregular los saberes sociales locales, clausurar los lugares de la experiencia cotidiana, y favorecer, la visibilidad de ciertos valores, prácticas y proyectos (Reguillo, 2007).

Las corporaciones mega-mineras contribuyen a moldear una narrativa del desarrollo sustentable (Antonelli, 2009) la cual articula una trama de sentidos que construyen una imagen positiva de la mega-minería, imponiendo la idea de sostener la explotación mega-minera como una necesidad imperante para el desarrollo de la Nación. Esta narrativa intenta liberarse de las críticas sociales, gestionando el conflicto a través de la construcción de una retórica que pone el acento en la generación de buenas prácticas empresariales y el dialogo con las comunidades. De ahí que las políticas de RSE tengan dentro de sus principios fundamentales la “gestión” de los impactos y la vinculación con los grupos de interés. Intentando instalar la idea de la mega-minería como actividad responsable y sustentable, se busca producir un horizonte de representaciones positivas en torno a la actividad, en la cual la misma queda ligada a una serie de significantes como: progreso, crecimiento, inversión, producción, exportación, mejoramiento de la calidad de vida, sustentabilidad, entre otros.

Con el fin de lograr dichos objetivos, y bajo las premisas propuestas por la RSE de vincular las empresas con las comunidades; las corporaciones

mega-mineras despliegan un conjunto de estrategias que diferenciaremos analíticamente en tres, siguiendo la tipología propuesta por Composto (2012): 1) las comunicacionales; 2) las de intervención social directa y 3) las de monitoreo comunitario y gestión participativa.

Las estrategias comunicacionales son aquellas orientadas a presentarse públicamente frente a la sociedad, mostrando cuál es su “visión-misión” como empresa. Para ello las empresas producen una serie de materiales gráficos y audiovisuales, orientados a mostrar cuales son los lineamientos de la empresa, la actividad que realizan, y sus valores. La segunda es la de intervención social directa, en la cual la empresa interviene de distintas maneras en las comunidades con la intención de construir un liderazgo social, ampliando su rol dentro de la esfera pública. Esto puede darse bajo la modalidad de programas educativos; culturales, productivos donde las corporaciones financian y/o subsidian organizaciones sociales o intervienen en instituciones realizando donaciones monetarias o en “especies” (creación de carreras de grado relacionadas a la actividad minera, campañas educativas, capacitación para docentes y técnicos, becas para estudiantes, provisión de materiales, equipamientos, etc.). Asimismo estas donaciones pueden realizarse en instituciones públicas tales como hospitales, escuelas, sedes sociales, clubes, etc.

La tercera estrategia es la de monitoreo social y gestión participativa, (bastante menos difundida que el resto de las estrategias), consiste en promover que las comunidades “revisen” la gestión y la transparencia de las acciones de la empresa, acompañados de la misma.

4. METODOLOGÍA

Para la realización de la presente investigación hemos decidido trabajar a partir del Estudio de Caso. El estudio de caso consiste en una descripción y análisis detallados de unidades sociales únicas (Yin, 1989), donde se realiza el estudio de la particularidad y de la complejidad de un caso singular, para llegar a comprender su actividad en circunstancias concretas (Stake, 1994).

En este sentido, consideramos que el Estudio de Caso nos permite analizar un fenómeno general, como es la búsqueda de consenso social por parte de las empresas mineras, a través de un caso que puede ser ejemplificador, como es el de la localidad Amaicha del Valle en la provincia de Tucumán.

Es importante destacar la importancia que tiene la empresa GlencoreXstrata, su emprendimiento Minera Alumbrera (ubicado en la

Provincia de Catamarca) tanto para nuestro caso de estudio como para la región. Este emprendimiento fue el primer proyecto de mega-minería a cielo abierto en instalarse en la Argentina, en el año 1994. El hecho de ser el más antiguo, lo convierte en un caso testigo que nos permite pensar las repercusiones en el largo plazo que ha generado el proyecto. El yacimiento minero se encuentra al este de la cordillera de los Andes y a una altura de 2.600 metros sobre el nivel del mar, su área productiva está constituida por las localidades de Belén, Los Nacimientos y Santa María en la Provincia de Catamarca. La ruta que posibilita el acceso a la mina es la Ruta Nacional N° 40, que une las localidades recién mencionadas con la provincia de Tucumán a través de la localidad de Amaicha del Valle.

El trabajo que aquí desarrollamos es una presentación parcial, de un trabajo de investigación mayor, que se realiza en el marco de la tesis de Maestría en Investigación en Ciencias Sociales (Universidad de Buenos Aires). En este marco, hemos llevado a cabo dos trabajos de campo, durante el mes de Abril del año 2012 y el mes de Octubre del año 2013. Allí hemos realizado varias observaciones participantes y entrevistas en profundidad a representantes de la empresa, funcionarios públicos, y referentes comunitarios. A su vez, hemos complementado el siguiente trabajo, a partir del análisis de varias publicaciones empresarias, entre ellas sus Informes de Sostenibilidad Ambiental, la revista *Minera Alumbra* y los Suplementos Comunitarios.

5. LAS ESTRATEGIAS DESPLEGADAS POR LA ALUMBRERA EN AMAICHA DEL VALLE

El emprendimiento La Alumbra, es explotado por una Unión Transitoria de Empresas (UTE) entre Yacimientos Mineros Aguas de Dionisio (YMAD) y Minera Alumbra⁶. Las áreas de influencia⁷ definidas por la empresa son las localidades de: Andalgalá, Santa María, Belén (Provincia de Catamarca) y de Amaicha del Valle y Concepción (Provincia de Tucumán). La localidad de Amaicha del Valle se encuentra en el Departamento de Tafi del Valle, aunque su jurisdicción corresponde al régimen de Comunas Rurales dependientes del Ministerio del Interior de la Nación. La comuna cuenta con una población de 3.284 habitantes (según el Censo Nacional de población, hogares y viviendas del año 2010).

A diferencia de otras localidades que también conforman el área de influencia de La Alumbra, Amaicha del Valle no ha presenciado importantes conflictos respecto del emprendimiento minero y sin embargo

la empresa insiste en tener una política activa de Responsabilidad Social Empresaria hacia el territorio⁸. Para ello han destinado a un representante corporativo, que lleva el nombre de “Coordinador de Asuntos Comunitarios” que se encarga del contacto cara a cara con la gente, promocionando la intervención de la empresa a través del “Programa de Desarrollo Sostenible” que se divide en dos: por un lado el “Programa Comunitario” y por el otro “las obras de Responsabilidad Social Empresaria”. Dicho representante fue contratado en el año 1997, año en que el emprendimiento comenzó su fase operativa, pero sin embargo el “Programa de Desarrollo Sostenible” comenzó a funcionar activamente partir del año 2004. Antes de esto, la empresa realizaba tareas de intervención en las comunidades, pero de manera menos coordinada y sistematizada. La empresa plantea que el año de formalización de los programas de gestión comunitaria se explica por el hecho de que recién a partir del año 2004 habían alcanzado los índices de rentabilidad esperados. Sin embargo, entendemos que el inicio de estos programas coincide con el hecho de la expansión de las resistencias sociales a la mega-minería. De ahí que estos programas deben ser pensados como una estrategia empresaria orientada a desarticular los conflictos (en los casos en los que ya estuvieran manifiestos) y en evitarlos y a conseguir la licencia social de las comunidades⁹. Para ello el representante mantiene un dialogo permanente con la comunidad, este dialogo se produce de manera más o menos informal, pero queda plasmado en algunos programas de intervención concreta. Antes de poner en práctica alguna de sus políticas de RSE (como los subsidios productivos), la empresa realiza una selección de cuáles son los actores con los que les interesa trabajar, los cuales son denominados “stakeholders” o “grupos de interés” (Informe de Sostenibilidad Ambiental de La Alumbra, 2013).

En el caso de Amaicha del Valle, el “grupo de interés” más importante es la Comunidad Indígena de Amaicha del Valle (CIAV) y sus instituciones. La CIAV cuenta con la figura del Cacique, el Consejo de Ancianos, y la figura de la Pachamama.

Nosotros lo que hicimos fue acercarnos a hablar, explicar, ellos nos plantearon todas sus cuestiones, hicimos visitas a la mina, nos conocieron y después estábamos tranquilos el uno con el otro, de que estaba todo transparente, de que no había dudas, bueno ahí empezamos a construir el trabajo. Nosotros no forzamos a nadie, pero si no nos gusta la traición, o sea el tipo o la institución que te pide por un lado y que por otro lado critican la actividad. Conócela, si te gusta, si estás de acuerdo, sino tenés dudas recién trabajemos. Eso es nuestra forma de construir. No si hay desconfianza, o si hay cuestiones ocultas. Si no hay confianza no lo podes

hacer (Entrevista a Hernando Lisiak, representante corporativo de La Alumbreira, 2013).

Para la empresa es importante establecer un sistema de garantías, que posibilite el hecho de que esa “contribución” o “apoyo” económico, se recupere en términos de aceptabilidad de la empresa y sobre todo de la actividad que desarrolla. Una vez definidos de alguna u otra manera, los términos de esa reciprocidad, la empresa procede a llevar adelante sus programas. Esto es particularmente importante para aquellos programas de intervención social directa, que involucran subsidios, asesoramientos o préstamos económicos. Veamos entonces cuales son concretamente estas políticas.

Comencemos por la estrategia de intervención social directa desplegada por La Alumbreira en Amaicha del Valle. La empresa ha financiado de manera activa un conjunto de instituciones, cooperativas y fundaciones. El primer ejemplo que puede mencionarse es el caso de la Fundación Amauta, donde la empresa ha contribuido a construir una biblioteca, un eco-museo y un emprendedorismo de Desarrollo Turístico, así como ha brindado asesoramiento a jóvenes cooperativistas bajo el paradigma del emprendedorismo. De la mano de estos cursos, promocionados por La Alumbreira, así como por la fundación AVINA, se ha formado un grupo de jóvenes productores que se organizaron en la Cooperativa Agrotécnica de los Zazos. En los últimos años la empresa ha brindado asesoramiento técnico a través de un ingeniero agrónomo para la reconversión productiva de las variedades de uva. A su vez, le ha comprado plantines de vid, de la variedad Malbec y Cabernet Sauvignon (para reemplazar a los de uva criolla). Asimismo dicha cooperativa ha conseguido que por una parte que el Estado le provea de filtros de agua, y que la empresa le instale un sistema de riego por goteo. En materia productiva, La Alumbreira ha financiado una parte de la construcción de una bodega perteneciente a la CIAV, así como ha contribuido con las instalaciones de la “casa de la gobernanza” (que es la sede administrativa de la comunidad indígena) y con el club de boxeo de la misma. Otra de las iniciativas que ha tenido la empresa, es la de prestar sus maquinarias y regalar combustible para realizar la limpieza del Dique Los Zazos, que abastece del agua al pueblo. Por otro lado, ha financiado en varias oportunidades la Fiesta de la Pachamama (que es la fiesta más importante que se realiza anualmente en la localidad, y en la que invitan a cantantes populares de todo el país).

Los proyectos aparecen informados, en sus publicaciones aunque lo que resulta particularmente interesante de las mismas es que en ninguna

de ellas se anuncia concretamente el monto en dinero que han aportado. En dichos anuncios se destacan las palabras “apoyó”, “colaboró”, “entregó”, “aportó”, dejando por un lado librada cierta ambigüedad al tamaño de la contribución económica que realiza la empresa, y por otro lado, destacando que la empresa no interviene aisladamente, sino que realizan sus políticas de manera conjunta con la comunidad (y muchas veces explicitan que es a pedido de las mismas).

Esto nos lleva necesariamente, a presentar la estrategia comunicacional, que se lleva adelante a través de un conjunto de publicaciones corporativas que se producen en formato digital e impreso. Desde el 2004 la empresa publica los Informes de Sustentabilidad Ambiental (ISA), allí se pueden leer una serie de estadísticas sobre la producción de la empresa, los estándares de calidad, etc., pero sobre todas las cosas la publicación está orientada a informar sus políticas de RSE y la intervención que realizan en ese marco, en las distintas comunidades. Al analizar la estética de las publicaciones, se distingue que los primeros números se caracterizaban por ser sobrios, de colores apagados (en tonos de grises y azules), donde se destacaban las fotografías sobre la planta y el proceso productivo. Mientras que en las últimas ediciones, la empresa ha renovado la imagen de las mismas, incorporando colores vívidos y alegres (verde, naranja y amarillo), así como ilustraciones y dibujos. Asimismo si bien continúan apareciendo fotografías del proceso productivo, éstas han perdido protagonismo, mientras que se destacan las fotografías a pobladores que han recibido algún tipo de “apoyo” por parte de la empresa, en el marco de las políticas de RSE. Entendemos que el viraje de una estética más bien típica de reporte empresario a una publicación de tono alegre y colorida, se vincula con el intento por ampliar el público a quien se dirigen dichas publicaciones y acercarse al mismo de un modo más “amigable”. Según el ISA del año 2013 de La Alumbraera, la empresa durante dicho año generó exportaciones por US\$ 1.026 millones y destinó 18,3 millones de pesos a “las obras de Responsabilidad Social Empresaria” y 19.3 millones de pesos al “programa comunitario” de los cuales el 87% tuvo como destino la provincia de Catamarca y el otro 17% la provincia de Tucumán. El ISA 2013 informa las áreas y los porcentajes a los cuales se destinó la “inversión social” en Belén y en Andalgalá (no en el resto de las áreas de influencia), entre las cuales se nombra el área: social, educación, producción, cultura y salud. Esta información no permite conocer cuáles son específicamente aquellos proyectos, ni de qué modo se llevaron adelante.

A su vez la empresa cuenta con distintas publicaciones, diversificadas según su público. Entre las mismas quisiéramos destacar

principalmente dos, una que lleva el nombre “Minera Alumbreira” y la otra “Minera Alumbreira – Acercarnos para conocernos”. La primera está orientada a los trabajadores de la mina, allí hay notas sobre los mineros a lo largo de los años, sobre las instalaciones de la empresa, los servicios que brinda, y también sobre las “contribuciones” que realiza en las distintas comunidades. La segunda publicación, está orientada a los pobladores de las comunidades donde se realizan las políticas de RSE y también a aquellos habitantes de los grandes centros urbanos de Tucumán y Catamarca. La misma se entrega como publicidad gratuita a través de los diarios de mayor tirada en las provincias de Catamarca (El Ancasti) y en Tucumán (La Gaceta). A su vez es repartida localmente en las distintas comunidades¹⁰. La publicación está enfocada a mostrar las distintas iniciativas que realiza en las comunidades, y quiénes son aquellos que participan de las mismas. Por lo que lo más importante de la revista es el registro fotográfico, grandes fotos y en primer plano, de los “protagonistas¹¹” a quienes la empresa subsidia o apoya económicamente. Dichas fotografías van acompañadas de un pequeño texto que cuenta la historia de los mismos, o del proyecto en el que participan.

A su vez, en la mayor parte de los números encontramos notas referidas a construir una “imagen de éxito” del trabajador minero, así como una sobre la historia del descubrimiento del yacimiento, en donde se destaca sobre todas las cosas, la antigüedad en el tiempo del mismo¹². Entendemos que esto es un mecanismo por construir una impronta histórica del yacimiento, que intenta producir discursivamente un pasado minero, que no es significativo realmente para la región. En ambas publicaciones se distingue en la contratapa, un apartado que destaca los distintos usos de los minerales (tecnología, utensilios de cocina, materiales de construcción, etc.) y que va acompañado del slogan “La minería está presente en todos lados”. Dicho apartado está orientado a construir la idea de que la minera es indispensable para la vida, y que ha estado presente desde hace siglos, por tanto de que no es cuestionable como actividad. Por último, respecto de las políticas de monitorio social (como puede ser el control de la calidad del agua en algún punto cercano al emprendimiento), no encontramos ninguna para el caso de Amaicha del Valle.

REFLEXIONES FINALES

Las resistencias sociales a los proyectos de mega-minería han deteriorado la legitimidad de las corporaciones a lo largo del territorio nacional, afectando no solo a una u otra empresa, sino al sector como

tal. Frente a esta situación y en el marco de cierta expansión mundial del paradigma de la Responsabilidad Social Empresaria, las empresas han optado por recurrir a dichas políticas como una estrategia para generar consenso social y legitimidad en las comunidades. El caso de Amaicha del Valle nos presenta una situación particularmente interesante, ya que a diferencia de otras comunidades, no ha sido sede de grandes conflictos y enfrentamientos con la empresa, y sin embargo, la empresa ha decidido mantener una política activa de intervención en la misma. Las distintas estrategias de intervención de la empresa en la localidad están orientadas fundamentalmente a instalar en el sentido común que la minería es una actividad necesaria y fundamental para la vida y que “está presente en todos lados”. De ahí que intenta construir un discurso de aceptabilidad social dentro de la comunidad, mientras se posiciona como un actor al cual se puede recurrir frente a una necesidad. La expansión de la mega-minería en la Argentina convierte esta situación en particularmente problemática, ya que un conjunto de comunidades y poblaciones pasan a ser parte de las áreas de influencia del poder corporativo minero, y por tanto son sujeto de la intervención de los territorios donde habitan. La intervención de dichas empresas supone no solamente la construcción de un discurso legitimador de la actividad, sino también conlleva un complejo proceso de reconfiguración territorial.

Notas

- 1 Una versión preliminar del presente trabajo ha sido presentado en las VII Jornadas de Sociología. Reconfiguración de las desigualdades en la Argentina actual: Procesos; escalas y dimensiones; 29 y 30 de Abril de 2015, Universidad General Sarmiento; Argentina.
- 2 La mega-minería a diferencia de la tradicional ya no se realiza por socavón, sino que implica la explosión del material rocoso, su trituración, molienda, y una serie de procesos químicos, que permiten separar la roca de los minerales metalíferos.
- 3 En el año 2014 el conflicto se ha reactivado en la comunidad, a raíz de la escandalosa modificación del proyecto de Ley N° 075/14.
- 4 Las leyes son de carácter provincial, dado que los recursos naturales (como los mineros) son de dominio provincial, tal como lo establece el Art. 124 de la Constitución Nacional (1994).
- 5 La noción de narrativa remite al dominio de las prácticas discursivas, al modo de entramar significados, cohesionándolos y configurando

una determinada estructura de sentido, que eslabona el tiempo pasado-presente-futuro como una narración de memorias, a través de la cual los actores sociales asignan sentido a la vida, individual y colectiva (Antonelli, 2009).

- 6 La composición accionaria de Minera Alumbarrera Ltda corresponde: 50% a las recientes fusionadas Glencore- Xstrata, 35% a Goldcorp Inc. y un 12% a Yamana Gold.
- 7 Las áreas de influencia de un emprendimiento son todas aquellas zonas que pueden verse afectadas por los impactos ambientales (sociales, económicos, territoriales, etc.) generados por el emprendimiento.
- 8 En los meses de Enero y Febrero del año 2012, en un contexto generalizado de protestas en contra de la mega-minería en todo el país, se realizaron bloqueos de la Ruta Nacional N° 40 en la localidad de Amaicha del Valle.
- 9 En relación a la disputa por la licencia social en otros territorios de la Argentina, véase Sola Álvarez, 2013; Giraud y Wagner, 2013.
- 10 La periodicidad de la revista ha ido cambiando según el año.
- 11 Así son denominados por la publicación.
- 12 Si bien el yacimiento ha sido descubierto como tal en la década de 1950, el mismo no ha sido explotado hasta el año 1997.

Referencias Documentales

- ANDERSON, Perry. 1981. **Las antinomias de Antonio Gramsci. Estado y revolución en Occidente.** Fontamara. Barcelona (España).
- ANTONELLI, Mirta. 2009. Minería transnacional y dispositivos de intervención en la cultura. La gestión del paradigma hegemónico de la “minería responsable y el desarrollo sustentable”. En Svampa, M. y Antonelli, M. (Eds.). **Minería Transnacional, narrativas del desarrollo y resistencias sociales.** Biblos. Buenos Aires (Argentina).
- Boccardi, Facundo, Orellana, Mauro; Giovannini, Silvina y Rocchietti, Dolores. 2008. El sueño minero. Un análisis de la narrativa utópica del desarrollo. En **Perspectivas de la Comunicación.** Universidad de la Frontera (Chile). N° 1, Vol. 1: 56-72. Disponible en: <http://www.perspectivasdelacomunicacion.cl/> Consultado el: 05.02.2015
- Cafiero, Mariana Belén. 2010. La intervención social de las empresas: reflexiones en torno a la práctica, el discurso y las implicancias de la noción de Responsabilidad Social Empresarial. **Revista Economía y Desarrollo.** Universidad Autónoma

- de Colombia. Volumen 9, N°1: 147-167. Disponible en: http://www.fuac.edu.co/download/revista_economica/volumen_9n1/Binder1-186%20final.pdf
Consultado el: 10.02.2015
- Composto, Claudia. 2011. Transnacionales mineras y estrategias hegemónicas de producción de consenso y legitimidad social en contextos de disputa territorial. Apuntes de investigación de una tipología analítica. En **Ejercicios de Hegemonía. Lecturas de la Argentina contemporánea a la luz del pensamiento de Antonio Gramsci**. Ediciones Herramienta. Buenos Aires (Argentina).
- Composto, Claudia. 2012. Minería a gran escala y control social. Apuntes de investigación sobre el caso argentino. **A contracorriente**. N° 3, Vol. 9, pp.254-290. Disponible en: [http://theomai.unq.edu.ar/Art_Composto_\(Miner%C3%ADa_GranEscala_Control_social-RevA-Contracorriente\).pdf](http://theomai.unq.edu.ar/Art_Composto_(Miner%C3%ADa_GranEscala_Control_social-RevA-Contracorriente).pdf)
Consultado el: 10.01.2015
- Giraud, Marcelo y Wagner, Lucrecia. 2013. Sin licencia social no hay minería. En **Entramados y Perspectivas**. Revista de la Carrera de Sociología. Universidad de Buenos Aires. Vol. 3, N°3, pp. 91-120. Disponible en: <http://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/entramadosyperspectivas/article/viewFile/151/135>
Consultado el 01.02.2015
- Gramsci, Antonio. 1982. **Cuadernos de la Cárcel**. Era. México.
- Grimson, Alejandro. 2007. **Cultura y Neoliberalismo**. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). Buenos Aires (Argentina). Disponible en: http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/grim_cult/ Consultado el 14.01.2015
- Isla, Alejandro .2009. **Los usos políticos de la identidad. Criollos, indígenas y Estado**. Araucaria. Buenos Aires, (Argentina).
- La Alumbreira. 2013. **Informe de Sostenibilidad Ambiental**. Disponible en http://www.alumbreira.com.ar/download/articulos/informeweb_alumbreira_2013.pdf. Consultado el 05.07.2014
- Marín, Marcela, Cecilia. 2009. El “no a la mina” de Esquel como acontecimiento: otro mundo posible. En Svampa, M. y Antonelli, A. (Edts.) **Minería trasnacional, narrativas del desarrollo y resistencias sociales**. Biblos. Buenos Aires, (Argentina).
- May, Steve; Cheney, George y Roper, Juliet (Eds.). 2007. **The debate over corporate social responsibility**. Oxford University Pres. Oxford (USA).
- Ministerio de Planificación Federal, inversión pública y servicios .2007. **Manual de Evaluación y Gestión Ambiental**; Buenos Aires (Argentina).
- Moori-Koenig, Von, y, Bianco, Carlos. 2003. Estudios Sectoriales. Componente Industria Minera. Cepal-ONU. Buenos Aires (Argentina).
- Reguillo, Rosana 2007. Formas del saber. Narrativas y poderes diferenciales en el paisaje neoliberal. En Grimson, A. (Comp). **Cultura y Neoliberalismo**.

- CLACSO. Buenos Aires (Argentina). Disponible en: http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/grim_cult/Reguillo.pdf Consultado el 15.01.2015
- Rowe, James. 2005. Corporate social responsibility as a business strategy. En **Globalization, Governmentality and Global politics. Regulation for the rest of us?** Routledge. New York (USA). Routledge. Disponible en: <https://escholarship.org/uc/item/5dq43315#page-1> Consultado el 03.02.2015
- Sagui, Marcelo. 2010. En el banquillo de los acusados: Empresas transnacionales y violaciones de derechos humanos en América Latina. **Revista de Negocios Internacionales**. Volumen N° 3, N° 3, pp. 116-153. Disponible en: http://www.eafit.edu.co/revistas/revista-negocios-internacionales/Documents/5_Sagui_Vol3_N3_2010.pdf Consultado el 02.03.2015
- Schiaffini, Hernán. 2004. La inserción de la inversión en minería en las tendencias socio-económicas de la Argentina. **Theomai: Estudios sobre sociedad, naturaleza y desarrollo**. 10 (2). Disponible en: <http://revista-theomai.unq.edu.ar/numero10/artschiaffini10.htm> Consultado el 01.03.2015
- Shamir, Rowe. 2004. "The de-radicalization of Corporate Social Responsibility". **Critical Sociology**. Vol. 30, (3): 669-689. Disponible en: <http://crs.sagepub.com/content/30/3.toc>. Consultado el 01.03.2015 Leiden: Koninklijke Brill NV
- Sola Álvarez, Marian . 2013. La disputa por la licencia social de los proyectos mineros en La Rioja, Argentina. En **Letras Verdes**. N° 14: 27-47. Disponible en: <http://revistas.flacoandes.edu.ec/letrasverdes/issue/view/75/showToc>. Consultado el 02.04.2015
- Svampa, Maristella, Sola Álvarez, Marian y Bottaro, Lorena (2009). Hacia una discusión sobre la megaminería a cielo abierto. En **Minería Transnacional, narrativas del desarrollo y resistencias sociales**. Biblos. Buenos Aires (Argentina)
- Walter, Mariana. 2008. "Nuevos conflictos mineros en Argentina. El caso Esquel (2002-2003)", **Revista Iberoamericana de Economía Ecológica**. Vol. 8, pp. 15-28. Disponible en: http://www.redibec.org/IVO/rev8_02.pdf Consultado el 02.04.2015

Entrevistas:

- Entrevista realizada a Hernando Lisiak, Coordinador de Asuntos Comunitarios de la Provincia de Tucumán de la empresa La Alumbra (17 de Octubre de 2013).
- Entrevista a Roberto Ríos, Presidente de la Cooperativa Agropecuaria de Los Zazos (Amaicha del Valle) (18 de Octubre de 2013).
- Entrevista a Balbín Aguaysol, Presidente de la Fundación Amauta (20 de Octubre de 2013).
- Entrevista a Eduardo Nieva, Cacique de la Comunidad Indígena Amaicha del Valle (26 de Octubre de 2013).