

La divulgació mediambiental voluntària com a instrument de resistència en un context polític autoritari

WAFI KHLIF
SAMI EL OMARI
Toulouse Business School

Data de recepció: 16-11-2021

Data d'acceptació: 24-12-2021

RESUM

Amb aquest article pretenem contribuir al debat teòric sobre la divulgació voluntària relativa al medi ambient (DVM) de les empreses. La teoria del discurs amagat de Scott ofereix una perspectiva més enllà de l'explicació de la legitimitat. Aquesta teoria ens ensenya que es pot utilitzar la DVM com a mecanisme de denúncia en entorns complexos de jocs de poder. En contextos econòmics emergents i políticament autoritaris, es pot observar que la producció d'una DVM és una crítica a la dominació d'una empresa sobre una altra, més que una eina per als directius legitimant les seves accions de gestió.

Classificació JEL: M14, M40, Q5, R11.

PARAULES CLAU

Comptabilitat social, Divulgació voluntària d'informació mediambiental, Infra-política.

ABSTRACT

With this article we intend to contribute to the theoretical debate on the voluntary disclosure on the environment of companies (DVM). Scott's Hidden Discourse Theory offers a perspective beyond just explaining legitimacy. This theory teaches us that DVM can be used as a reporting mechanism in complex power play settings. In emerging and politically authoritarian economic contexts, it can be observed that the production of a DVM is a criticism of the domination of one company over another, rather than a tool for managers legitimizing their management actions.

JEL classification: M14, M40, Q5, R11.

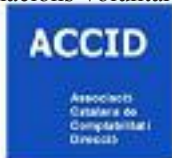
KEYWORDS

Social accounting, Voluntary disclosure of environmental information, Infra-policy.

Introducció

Durant dècades, la perspectiva de mercat i els mecanismes d'agència (compensacions de cost-benefici) han resistit dures crítiques (per exemple, Milne, 2002) per a explicar la motivació de la divulgació voluntària. No obstant això, la convergència entre els resultats de les recerques és limitada i el seu poder explicatiu continua sent controvertit (Murray *et al.*, 2006). A partir de 2002, diversos estudiosos van adoptar una nova visió d'aquesta motivació utilitzant un enfocament basat en la teoria de la legitimitat (per exemple, Deegan, 2002; Cho i Patten, 2007). En aquest sentit, la teoria de la legitimitat tradueix les respostes empresarials a les expectatives, pressions i crítiques de les diferents parts interessades que busquen una millor informació sobre l'impacte de l'empresa.

Segons aquesta teoria, pot existir un contracte social entre una empresa i la societat, que exigeix que l'empresa sigui sensible a l'entorn en el qual opera (Deegan, 2002). La referència al contracte social implica una interpretació de contextos pluralistes en els quals la llibertat d'expressió es dona per suposada, amb una agenda específica que explica la motivació de les informacions voluntàries de les empreses. No obstant això, hi ha diverses



Asociació Catalana de Comptabilitat i Direcció
Edifici Col·legi d'Economistes de Catalunya 4a. Planta, Barcelona
Tel. 93 416 16 04 extensió 2019
info@accid.org
www.accid.org
[@AsociacioACCID](https://twitter.com/AsociacioACCID)