

La divulgación medioambiental voluntaria como instrumento de resistencia en un contexto político autoritario

WAFI KHLIF
SAMI EL OMARI
Toulouse Business School

Fecha recepción: 16-11-2021
Fecha aceptación: 24-12-2021

RESUMEN

Con este artículo pretendemos contribuir al debate teórico sobre la divulgación voluntaria sobre el medio ambiente (DVM) de las empresas. La teoría del discurso escondido de Scott ofrece una perspectiva más allá de la explicación de la legitimidad. Esta teoría nos enseña que se puede utilizar la DVM como mecanismo de denuncia en entornos complejos de juegos de poder. En contextos económicos emergentes y políticamente autoritarios, se puede observar que la producción de una DVM es una crítica a la dominación de una empresa sobre otra, más que una herramienta para los directivos legitimando sus acciones de gestión.

Clasificación JEL: M14, M40, Q5, R11.

PALABRAS CLAVE

Contabilidad social, Divulgación voluntaria de información medioambiental, 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.

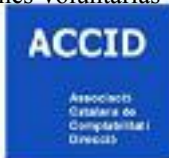
KEYWORDS

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

Introducción

Durante décadas, la perspectiva de mercado y los mecanismos de agencia (compensaciones de coste-beneficio) han resistido duras críticas (por ejemplo, Milne, 2002) para explicar la motivación de la divulgación voluntaria. Sin embargo, la convergencia entre los resultados de las investigaciones es limitada y su poder explicativo sigue siendo controvertido (Murray *et al.*, 2006). A partir de 2002, varios estudiosos adoptaron una nueva visión de esta motivación utilizando un enfoque basado en la teoría de la legitimidad (por ejemplo, Deegan, 2002; Cho y Patten, 2007). En este sentido, la teoría de la legitimidad traduce las respuestas empresariales a las expectativas, presiones y críticas de las distintas partes interesadas que buscan una mejor información sobre el impacto de la empresa.

Según esta teoría, puede existir un contrato social entre una empresa y la sociedad, que exige que la empresa sea sensible al entorno en el que opera (Deegan, 2002). La referencia al contrato social implica una interpretación de contextos pluralistas en los que la libertad de expresión se da por supuesta, con una agenda específica que explica la motivación de las informaciones voluntarias de las empresas. Sin embargo, hay varias «deficien-



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)