

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

WAF A 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-

cias» que Deegan (2019) identificó como necesidad de abordar. En primer lugar, la legitimidad se considera simplemente una variable dicotómica. En segundo lugar, se basa en los intereses propios de los directivos. En tercer lugar, suele ser una respuesta a una crisis. Por último, se considera a la sociedad como un «todo» en el que «se ignoran los desequilibrios de poder, las luchas de clases o los conflictos» (p. 2320). En consecuencia, Deegan (2019, p. 2324) reclama «una comprensión más rica de las motivaciones de los directivos para la divulgación de información, y de las influencias de las divulgaciones corporativas en las distintas partes interesadas».

El presente artículo contribuye a este debate presentando las motivaciones políticas a través de la divulgación ambiental voluntaria en el caso de ausencia de presiones externas del mercado financiero, pero en el contexto de un discurso público bloqueado.

Para examinar esta posibilidad, utilizamos la perspectiva antropológica política de Scott (1990). Su concepto de infra-política arroja nueva luz sobre las motivaciones de un director general para hablar en un entorno políticamente represivo. Los actores en estas circunstancias desarrollan lo que Scott (1990) llama «transcripciones/discursos ocultos», que sirven para exteriorizar la situación de dominación sin amenazar abiertamente el aparente equilibrio de poder. Scott explica que una forma de resistencia «suave» permite la «producción social de carisma» (Cleuziou, 2010).

## **Cuando un mercado financiero embrionario se combina con un régimen autoritario**

La divulgación voluntaria es la información facilitada fuera de los estados financieros, generalmente, a discreción de la dirección (Core, 2001). La literatura ha estudiado durante mucho tiempo las prácticas de divulgación voluntaria de las empresas, en gran medida desde la perspectiva de los inversores y los mercados financieros (Boesso y Kumar, 2007; Touboul y Kozan, 2020) bajo el supuesto de la eficiencia del mercado. En la literatura social y medioambiental, Deegan (2002) identifica muchas otras motivaciones posibles para la divulgación (que no son necesariamente excluyentes), pero la teoría de la legitimidad sigue siendo el marco teórico dominante (véase, por ejemplo, Cho y Patten, 2007; Deegan, 2019; Patten, 1991, 1992; O'Donovan, 2002; Deegan *et al.*, 2002; Buhr, 1998), a pesar de las críticas (Deegan, 2019). Varios estudiosos piden una reconsideración de esta teoría, teniendo en cuenta, especialmente, «las revelaciones sociales y ambientales de las empresas dentro del contexto institucional más amplio» (Deegan, 2019, p. 2322).

## ***Teoría de la legitimidad y contrato social***

En línea con otros investigadores, Deegan (2002) vincula directamente la noción de legitimidad con la de contrato social. Este último supone una democracia liberal que permite alinear los valores de la empresa con los de la sociedad que la rodea. Las expectativas de los «públicos relevantes» desempeñan el papel organizador central y dan legitimidad (o no) a la empresa dentro de una sociedad de múltiples intereses vinculados por un «contrato social» (Deegan, 2002, 2019). Así, una empresa informaría voluntariamente sobre las actividades que su dirección percibe como esperadas por las comunidades en las que opera. Dado que la legitimidad es conferida a la organización, o reconocida, por sus constituyentes (Perrow, 1970), la divulgación es utilizada como una herramienta por las empresas para reducir su exposición al entorno social y político.

Las empresas que intentan ganar legitimidad divulgando voluntariamente información medioambiental disponen de varias estrategias (por ejemplo, Lindblom, 1994; Solomon y Lewis, 2002). Las empresas pueden educar o trabajar para cambiar o manipular las percepciones (tanto internas como externas). Además, la DVM puede ayudar a influir en las partes interesadas mejorando la imagen de la empresa (Hooghiemstra, 2000) y reforzando su legitimidad en las esferas social y política (Deegan, 2007; Tremblay *et al.*, 1993). En este sentido, los informes de la DVM se convierten en documentos de apoyo a las relaciones públicas (Yuthas *et al.*, 2002). Los informes de sostenibilidad también pueden ser utilizados como una portada para camuflar los verdaderos problemas de sostenibilidad (Boiral, 2013). Tal y como constataron Barkmeyer *et al.* (2015), gran parte del contenido de los informes según el marco de la *Global Reporting Initiative* (GRI), ampliamente adoptado, que no refleja las consideraciones de materialidad entre países y sectores.

En términos más generales, Ashforth y Gibbs (1990) afirman que la legitimidad organizativa es problemática ya que es un arma de doble filo con prácticas sustantivas y simbólicas. El enfoque sustantivo «implica un cambio real y material en los objetivos, estructuras y procesos organizativos o en las prácticas socialmente institucionalizadas» (Ashforth y Gibbs, 1990, p. 178). El objetivo principal es mejorar el rendimiento medioambiental de la empresa, no necesariamente en respuesta a presiones externas (Heras-Saizarbitoria *et al.*, 2016; Rodrigue *et al.*, 2013). Por el contrario, las prácticas simbólicas son superficiales y no impulsan ningún cambio organizativo. Sin embargo, con el tiempo las prácticas simbólicas se han arraigado en las culturas organizativas (Riley, 1983) y cada vez hay más pruebas que apoyan el uso simbólico/manipulativo de la divulgación voluntaria por parte de las

empresas (por ejemplo, Michelin *et al.*, 2015; Böhling *et al.*, 2019; Cho *et al.*, 2015). Esto puede convertirse en un problema, ya que, como descubrieron de Vries *et al.* (2015), la gente sospecha fácilmente del «lavado verde» cuando una empresa energética invierte en medidas medioambientales, independientemente de la realidad.

Dentro de los contextos democráticos, se han formulado muchas críticas contra la teoría de la legitimidad, en particular su incapacidad para abordar o resolver problemas sistémicos (Archel *et al.*, 2009). Estos enfoques de la legitimidad se han visto enriquecidos por una consideración más amplia de las responsabilidades de las empresas (Palazzo y Scherer, 2008), lo que otorga a la legitimidad un nuevo papel político. Sin embargo, Archel *et al.* (2009) van más allá del supuesto de la neutralidad del Estado en la relación empresa-sociedad. Amplían el alcance de la teoría de la legitimidad mediante un análisis detallado de los vínculos entre las estrategias de legitimación de las empresas y las características del entorno político en el que se desarrollan. Su análisis muestra que la estrategia de la empresa puede apoyarse implícita y explícitamente en la alineación ideológica con el Estado.

### ***Ni eficiencia de mercado, ni contexto democrático: una perspectiva política***

En general, los estudiosos tienden a utilizar los términos «mercado emergente»/«economía» y «países en vías de desarrollo» indistintamente del contexto político, que puede ser democrático o autoritario. En 1998, Rahaman consideraba que la información social y medioambiental de las empresas era, irónicamente, un «concepto admirable», ya que «queda mucho camino por recorrer antes de que la teoría pueda funcionar» (p. 58) en los contextos dichos en desarrollo. La literatura empírica postula que las empresas divulgan más sobre cuestiones sociales que sobre cuestiones medioambientales (Mbekomize y Wally-Dima, 2013; Walis *et al.*, 2017). Un entorno institucional débil parece ser la principal razón de la lenta aplicación de la divulgación medioambiental. En términos más generales, Jamali (2014) considera que «la RSE sigue equiparándose a la filantropía en el mundo en desarrollo, y el compromiso sustantivo con la RSE es la excepción y no la norma» (p. 21).

Omran y El-Galfy (2014) sugieren que, desde el punto de vista comunitario, las empresas concentran sus esfuerzos en maximizar el beneficio privado, sin tener en cuenta los aspectos sociales y medioambientales. Por lo tanto, unas normas de aplicación débiles (o arbitrarias), combinadas con la ausencia de auditoría externa, permiten a las empresas utilizar la informa-

ción medioambiental de forma más estratégica cuando la divulgan (Rahaman, 1998). La divulgación medioambiental (voluntaria u obligatoria) se despliega para manipular a las partes interesadas sin temer el escrutinio o la supervisión gubernamental (Meng *et al.*, 2019). Por ejemplo, al explicar las prácticas de RSE, Jamali (2008) afirma que las empresas libanesas y sirias parecen dar prioridad a sus partes interesadas basándose en consideraciones instrumentales. Meng *et al.* (2019) informan de que en China las empresas utilizan la DVM menos de forma simbólica y más para ayudar a construir su reputación en el mercado y obtener una ventaja competitiva. Con fines de legitimidad, Luo y Wang (2021) descubren que las empresas chinas con conexiones políticas se comprometen menos con las prácticas medioambientales que con la donación filantrópica teniendo en cuenta los costes. Además, las empresas utilizan su DVM estratégicamente para responder a las necesidades del mercado y de la política, especialmente cuando tienen una fuerte conexión política. En entornos institucionales más forzados como Pakistán, Ali *et al.* (2018) encuentran que las empresas altamente visibles parecen mostrar más divulgación de la RSE que las empresas menos visibles, ya que son más susceptibles al escrutinio y la supervisión de diversas partes interesadas.

El creciente cuerpo de literatura empírica sobre la divulgación social y ambiental en contextos en desarrollo sigue dominado por las teorías de la contabilidad positiva, la teoría de las partes interesadas o, en un nivel inferior, la teoría de la legitimidad. Estas teorías se basan en la idea de la visión contractual de la empresa (Coriat y Weinstein, 1995), que tiende a ignorar las cuestiones sociopolíticas más allá de los contratos. Por tanto, esta visión difícilmente puede explicar contextos en los que la centralidad del Estado es esencial para entender el comportamiento de ciertas empresas en materia de acciones sociales y, sobre todo, medioambientales. La perspectiva política promueve sobre todo la visión intuitiva de una relación positiva entre el oportunismo de las empresas y sus conexiones políticas (Hillman, 2005; Zou *et al.*, 2015). Por lo tanto, el análisis de la DVM debería adoptar un enfoque sólido y penetrante (Mercier, 2010) para comprender la dimensión cognitiva de los responsables de la toma de decisiones. Esta última es principalmente un proceso de construcción social y no un punto observable en el tiempo. El elemento cognitivo pone de manifiesto los dilemas éticos y políticos que subyacen a los criterios de los intereses de los actores (Kaler, 2009). En un contexto político autoritario, en el que los resortes de la toma de decisiones están centralizados y controlados, y en el que el mercado financiero está «en pañales», estos enfoques de divulgación voluntaria aportan pocas claves teóricas para explicar las motivaciones de los directivos para divulgar pública y voluntariamente la información medioambiental. En

este tipo de entorno, es posible que una empresa ecológica no obtenga beneficios en términos de rendimiento o legitimidad, ya que las recompensas de la DVM son inciertas.

Por lo tanto, si el mercado observa la DVM, podemos suponer que el directivo espera algo más que una recompensa económica o una mejora de la imagen corporativa. En estos contextos económico-políticos particulares en los que un directivo no actúa para obtener un rendimiento (financiero, de imagen), se plantea la cuestión de qué explicación teórica podría, por tanto, servir de guía para comprender su comportamiento.

El concepto de infra-política, desarrollado por el antropólogo político Scott (1990), ofrece una alternativa teórica para comprender este tipo inusual de comportamiento. El trabajo fundacional de Scott ha contribuido significativamente a la comprensión de los patrones de dominación y subordinación que han estructurado las diferentes sociedades. La infra-política explica gran parte de las bases culturales y estructurales de la acción política oculta, a la que generalmente se presta poca atención. Expresa una lucha invisible que corresponde a una elección táctica nacida de una conciencia prudente de la relación de fuerzas. La infra-política puede definirse «tanto en términos de discreción —lo que pasa políticamente desapercibido— como de significación —lo que no llega a calificarse de político—» (Marche, 2012, p. 3).

En este sentido, nos basamos en la definición de De La Boétie (1993, pp. 1546-1548), que afirma que «los seres humanos son dominados porque se les obliga o porque se les engaña». En concreto, la dominación se refiere a asociaciones o mecanismos complejos que aseguran la formación y reproducción del consentimiento de los dominados mediante una serie de compromisos diversos (Martuccelli, 2004). En su análisis de los «dominados», Bourdieu y Gramsci consideran que los oprimidos, en un determinado momento de su experiencia existencial, adoptan una actitud de «adhesión» al opresor o dominador. En estas circunstancias, las personas dominadas no pueden «considerar» al dominador con la suficiente claridad como para objetivarlo, para ver al dominador como algo «externo» a ellas mismas (Martuccelli, 2004). Por el contrario, Scott sostiene que los dominados son plenamente conscientes de su dominación y la impugnan sin alterar el equilibrio entre los poderes existentes. Scott declara que los individuos en situación de dominación despliegan un tipo de «oposición» discreta más adecuada para resistir a un oponente que probablemente gane una batalla abierta. Scott revela que la infra-política adopta múltiples formas más o menos informales, desde la acción anónima hasta la inversión del ritual impuesto (Böhm *et al.*, 2008). Esto puede lograrse, entre otras cosas, produciendo un «discurso oculto» que describa lo que no puede ser declarado en la esfera pública,

donde representaría una crítica al poder establecido. Es una forma de resistencia que no corre riesgos innecesarios (Scott, 1985). Para emitir este discurso oculto, debe existir un espacio en el que los dominados puedan hacer oír su descontento y en el que puedan parodiar a los poderosos sin temor a represalias inmediatas. Este espacio, aunque suele ser informal (sala de descanso de los empleados, foro o red social), también puede ser formal, como un tribunal o un informe de la empresa (Sturdy *et al.*, 2006).

En un contexto político autoritario en el que la voz de la prensa está fuertemente controlada, un informe de RSE puede representar un espacio organizativo no supervisado en el que la empresa puede expresar libremente su condición y sus sentimientos (Wilner *et al.*, 2017). Scott muestra que los actores dominados utilizan estas estrategias para intentar «desnaturalizar» la dominación y señalar su ilegitimidad, incluso cuando la dominación parece inevitable. Por último, demuestra que el análisis de las transcripciones ocultas permite ir más allá de la superficie de un texto que no quiere perturbar «la distribución existente de poder, riqueza y estatus» (Scott, 1985, p. 29) para comprender el mensaje encubierto.

Basándonos en estas perspectivas, proponemos que el DVM representa un medio para expresar una situación de injusticia frente a los poderosos actores económicos. En este contexto, la DVM podría no desempeñar el papel tradicional de dispositivo de cribado para distinguir entre actores económicos buenos y malos (Stiglitz y Weiss, 1981) en materia medioambiental, sino que actúa como instrumento político, denunciando hábilmente la posición de un actor económico poderoso y expresando al mismo tiempo su frustración sin desestabilizar el equilibrio general de poder político existente. Jamali y Karam (2018) afirman que «las formas matizadas de la RSE en el mundo en desarrollo están invariablemente contextualizadas y conformadas localmente por factores y actores de múltiples niveles incrustados en sistemas de gobernanza formales e informales más amplios» (p. 32).

De forma más general, se analiza la compleja interacción entre dominación y resistencia en este contexto, en el que el Estado autoritario impone las agendas a todos los actores socioeconómicos, bloquea las instituciones y controla estrechamente la información. Los regímenes autoritarios no toleran la expresión pública del desacuerdo, especialmente cuando se trata de críticas contra una de las empresas estatales más rentables, aunque sean las más contaminantes de su sector. En algunos contextos políticos, la dominación es un pacto implícito que construyen los regímenes dominantes con su sociedad que, a cambio del desarrollo social y la integración en los modos modernos de consumo y producción, acepta salir de la esfera pública (Ben Hamouda, 2012). Para ello, el régimen utiliza la represión para excluir del espacio público toda forma de protesta y de expresión propia. En esos regí-

menes, la represión no es necesariamente violenta desde el punto de vista físico: se trata más bien de una práctica de exclusión de los beneficios y las rentas económicas (Hibou, 2011).

## **Conclusión**

Este enfoque infra-político ofrece una nueva perspectiva sobre la motivación de la DVM al ampliar el abanico de explicaciones para incluir los roles políticos de los actores (Pasquero, 2008). La mezcla de intereses que posibilitan las relaciones de poder, el apoyo y la instrumentalización particulares ofrece la posibilidad de que la motivación, el campo, el canal y el tono de la DVM se utilicen como herramienta para una disidencia insospechada. En esta situación, la intención de la DVM no es buscar una prima (ya sea económica o simbólica) en un mercado, sino ejercer una forma de resistencia suave que pretende denunciar la dominación sin entrar en conflicto directo. La DVM fomenta el comportamiento ético sin denunciar públicamente las malas acciones de los poderosos, ni abandonar la crítica por miedo a las represalias (Teo y Caspersz, 2011).

La dominación es un elemento importante en la acción social y comunitaria. Aunque no todas las acciones de una comunidad muestran una dominación manifiesta, esta desempeña un papel importante, incluso cuando no es inmediatamente evidente. Las situaciones de dominación deben estudiarse en una serie de relaciones y conflictos sociales. Además, más allá de los aspectos culturales en los «contextos», las explicaciones políticas también pueden ofrecer una mejor comprensión del funcionamiento interno del mundo relacional y social de las empresas.

Nuestro artículo muestra la importancia del contexto sociopolítico para arrojar nueva luz y comprender la DVM. Esta perspectiva de la DVM nos anima a reflexionar sobre la situación de las PYMEs, que pueden encontrarse en cadenas de valor enfrentadas a empresas poderosas capaces de hacerse con el valor y el poder. Incluso en los países desarrollados y democráticos, la literatura académica sobre la DVM muestra que las grandes empresas y las partes interesadas son capaces de capturar el poder regulador a través de una serie de mecanismos, como los grupos de presión, la transferencia de ejecutivos entre organizaciones públicas y privadas, o incluso la corrupción. Por lo general, el regulador elabora códigos y recomendaciones para animar a las grandes empresas a divulgar información medioambiental y social, garantizando así una mejor trazabilidad de sus acciones. Sin embargo, estos poderosos actores se las arreglan para mitigar y/o contravenir las limitaciones impuestas por estas leyes y así reducir el esfuerzo de transparencia requerido.

## Referencias Bibliográficas

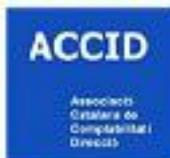
- ALI, W.; FAISAL Alsayegh, M.; AHMAD, Z.; MAHMOOD, Z. y IQBAL, J. (2018) «The Relationship between Social Visibility and CSR Disclosure», *Sustainability*, vol. 10 N. 3, pp. 1-32.
- ARCHEL, P.; HUSILLOS, J.; LARRINAGA, C. y SPENCE, C. (2009) «Social disclosure, legitimacy theory and the role of the state», *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 22 N. 8, pp. 1284-1307.
- ASHFORTH, B. E. y GIBBS, B. W. (1990) «The Double-Edge of Organizational Legitimation», *Organization Science*, vol. 1 N. 2, pp. 121-212.
- BARKEMEYER, R.; PREUSS L. y LEE, L. (2015) «On the effectiveness of private transnational governance regimes-Evaluating corporate sustainability reporting according to the Global Reporting Initiative», *Journal of World Business*, vol. 50 N. 2, pp. 312-325.
- BEN HAMMOUDA, H. (2012) «Néo-Patrimonialisme et autoritarisme au cœur des régimes politiques Arabes». H. Ben Hammouda (Ed), *Tunisie: Économie politique d'une révolution* Louvain-la-Neuve, Belgique: De Boeck Supérieur, pp. 13-39.
- BOESSO, G. y KUMAR, K. (2007) «Drivers of corporate voluntary disclosure: A framework and empirical evidence from Italy and the United States», *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 20 N. 2, pp. 269-296.
- BÖHLING, K.; MURGUÍA, D. I. y GODFRID, J. (2019) «Sustainability Reporting in the Mining Sector: Exploring Its Symbolic Nature», *Business & Society*, vol. 58 N. 1, pp. 191-225. <<https://doi.org/10.1177/0007650317703658>>.
- BÖHM, S.; SPICER, A. y FLEMING, P. (2008) «Infra-political dimensions of resistance to international business: A Neo-Gramscian approach», *Scandinavian Journal of Management*, vol. 24 N. 3, pp. 169-182.
- BOIRAL, O. (2013) «Sustainability reports as simulacra? A counter-account of A and A+ GRI reports», *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 26 N. 7, pp. 1036-1071. <<https://doi.org/10.1108/AAAJ-04-2012-00998>>.
- BUHR, N. (1998) «Environmental performance, legislation and annual report disclosure: the case of acid rain and Falconbridge», *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 11 N. 2, pp. 163-190.
- CHO, C. H. y PATTEN, D. M. (2007) «The role of environmental disclosures as tools of legitimacy: A research note», *Accounting, Organizations and Society*, vol. 32 N. 7-8, pp. 639-647.
- CHO, C. H.; LAINE, M.; ROBERTS, R. W. y RODRIGUE, M. (2015) «Organized hypocrisy, organizational façades, and sustainability reporting», *Accounting, Organizations and Society*, vol. 40, pp. 78-94.

- CLEUZIQU, Y. (2010) «James C. Scott, La domination et les arts de la résistance. Fragments du discours subalterne», *Études rurales*, URL: <<http://journals.openedition.org/etudesrurales/9330>>. [online]
- CORE, J. E. (2001) «A review of the empirical disclosure literature: discussion», *Journal of Accounting and Economics*, vol. 31 N. 1-3, pp. 441-456.
- CORIAT, B. y WEINSTEIN, O. (1995) «Les nouvelles théories de l'entreprise», Collection Références - Économie, Éditeur: LGF - Le livre de poche.
- DE LA BOÉTIE, E. (1993) «Le discours de la servitude volontaire», Ed. Payot, Paris. (original 1576).
- DE VRIES, G.; TERWEL, B. W.; ELLEMERS, N. y DAAMEN, D. D. L. (2015) «Sustainability or profitability? How communicated motives for environmental policy affect public perceptions of corporate greenwashing», *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, vol. 22, pp. 142-154.
- DEEGAN, C.; RANKIN, M. y TOBIN, J. (2002) «An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997: A test of legitimacy theory», *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 15 N. 3, pp. 312-343.
- DEEGAN, C. M. (2002) «Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures—a theoretical foundation», *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 15 N. 3, pp. 282-311.
- DEEGAN, C. M. (2007) «Organizational legitimacy as a motive for sustainability reporting», UNERMAN, J.; BEBBINGTON, J. y O'DWYER, B. (Eds.), «Sustainability accounting and accountability», Routledge, UK, pp. 127-149.
- DEEGAN, C. M. (2019) «Legitimacy theory», *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. vol. 32 No. 8, pp. 2307-2329. <<https://doi.org/10.1108/AAAJ-08-2018-3638>>.
- HERAS-SAZARBITORIA, I.; ARANA, G. y BOIRAL, O. (2016) «Outcomes of environmental management systems: The role of motivations and firms' characteristics», *Business Strategy and the Environment*, vol. 25 N. 8, pp. 545-559.
- HIBOU, B. (2011) «Anatomie politique de la domination», La Découverte, coll. *Sciences Humaines*, Paris.
- HILLMAN, A. J. (2005) «Politicians on the Board of Directors: Do Connections Affect the Bottom Line?», *Journal of Management*, vol. 31 N. 3, pp. 464-481.
- HOOGHIEMSTRA, R. (2000) «Corporate communication and impression management—new perspectives why companies engage in corporate social reporting», *Journal of Business Ethics*, vol. 27 N. 1-2, pp. 55-68.

- JAMALI, D. (2008) «A Stakeholder Approach to Corporate Social Responsibility: A Fresh Perspective into Theory and Practice», *Journal of Business Ethics*, vol. 82, pp. 213-231.
- JAMALI, D. (2014) «CSR in Developing Countries through an Institutional Lens», *Corporate Social Responsibility and Sustainability: Emerging Trends in Developing Economies (Critical Studies on Corporate Responsibility, Governance and Sustainability, vol. 8)*, Emerald Group Publishing Limited, pp. 21-44.
- JAMALI, D. y KARAM, C. (2018) «Corporate Social Responsibility in Developing Countries as an Emerging Field of Study», *International Journal of Management Reviews*, vol. 20, pp. 32-61.
- KALER, J. (2009) «An Optimally Viable Version of Stakeholder Theory», *Journal of Business Ethics*, vol. 86, pp. 297-312.
- LINDBLOM, C. K. (1994) «The Implications of Organizational Legitimacy for Corporate Social Performance and Disclosure», paper presented at *Critical Perspectives on Accounting Conference*, Nueva York.
- MARCHE, G. (2012) «Why Infrapolitics matters», *Revue française d'études américaines*, vol. 131 N. 1, pp. 3-18. doi:10.3917/rfea.131.0003.
- MARTUCCELLI, D. (2004) «Figures de la domination», *Revue française de sociologie*, vol. 45 N. 3, pp. 469-497.
- MENG, X.; ZENG, S.; XIE, X. y ZOU, H. L. (2019) «Beyond symbolic and substantive: Strategic disclosure of corporate environmental information in China», *Business Strategy and the Environment*, vol. 28 N. 2, pp. 403-417. <<https://doi.org/10.1002/bse.2257>>.
- MERCIER, S. (2010) «Une analyse historique du concept de parties prenantes: Quelles leçons pour l'avenir?», *Revue Management & Avenir*, vol. 3 N. 33, pp. 140-154.
- MICHELON, G.; PILONATO, S. y RICCIERI F. (2015) «CSR reporting practices and the quality of disclosure: An empirical analysis», *Critical Perspectives on Accounting*, vol. 33, pp. 59-78.
- MILNE, M. (2002) «Positive accounting theory, political costs and social disclosure analyses: a critical look», *Critical Perspective on Accounting*, vol. 13 N. 3, pp. 369-395.
- MURRAY, A.; SINCLAIR, D.; POWER, D. y GRAY, R. (2006) «Do financial markets care about social and environmental disclosure? Further evidence and exploration from the UK», *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 19 N. 2, pp. 228-255.
- O'DONOVAN, G. (2002) «Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory», *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 15 N. 3, pp. 344-371.

- OMRAN, M. A. y EL-GALFY A. M. (2014) «Theoretical perspectives on corporate disclosure: a critical evaluation and literature survey», *Asian Review of Accounting*, vol. 22 N. 3 pp. 257-286.
- PALAZZO, G. y SCHERER, A. G. (2008) «Corporate social responsibility, democracy, and the politicization of the corporation», *Academy of Management Review*, vol. 33, pp. 773-775.
- PASQUERO, J. (2008) «Entreprise, Développement durable et Théorie des parties prenantes: esquisse d'un arrimage socio-constructionniste», *Management International*, vol. 12 N. 2, pp. 27-47.
- PATTEN, D. M. (1991) «Exposure, legitimacy, and social disclosure», *Journal of Accounting and Public Policy*, vol. 10 N. 4, pp. 297-308.
- PATTEN, D. M. (1992) «Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: a note on legitimacy theory», *Accounting, Organizations and Society*, vol. 17 N. 5, pp. 471-475.
- PERROW, C. B. (1970) «Organizational analysis: A sociological view», Belmont, CA: Brooks/Cole.
- RAHAMAN, A. S. (1998) «Social Reporting: Nice Idea but...», *Australian CP*, vol. 68 N. 10, pp. 58-59.
- RILEY, P. (1983) «A Structurationist Account of Political Culture», *Administrative Science Quarterly*, vol. 28, pp. 414-437.
- RODRIGUE, M.; MAGNAN, M. y CHO, C. H. (2013) «Is environmental governance substantive or symbolic? An empirical investigation», *Journal of Business Ethics*, vol. 114 N. 1, pp. 107-129. <<http://journals.openedition.org/semn/895>>.
- SCOTT, J. C. (1985) «Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance», Yale University Press.
- SCOTT, J. C. (2012) «Infrapolitics and Mobilizations: A Response by James C. Scott», *Revue française d'études américaines*, vol. 131 N. 1, pp. 112-117.
- SOLOMON, A. y LEWIS, L. (2002) «Incentives and disincentives for corporate environmental disclosure», *Business Strategy and the Environment*, vol. 11 N. 3, pp. 154-169.
- STIGLITZ, J. E. y WEISS, A. (1981) «Credit rationing in markets with imperfect information», *The American Economic Review*, vol. 71 N. 3, pp. 393-410.
- STURDY, A.; SCHWARZ, M. y SPICER, A. (2006) «Guess who's coming to dinner? Structures and uses of liminality in strategic management consultancy», *Human Relations*, vol. 59 N. 7, pp. 929-960.
- TEO, H. y CASPERSZ, D. (2011) «Dissenting discourse: exploring alternatives to the whistleblowing/silence dichotomy», *Journal of Business Ethics*, vol. 104 N. 2, pp. 237-249.

- TREMBLAY, D.; CORMIER, D. y MAGNAN, M. (1993) «Théories et modèles comptables: développement et perspectives», Presse de l'université de Québec.
- WARIS, A.; JEDRZEJ, G. F. y ZEESHAN, M. (2017) Determinants of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure in Developed and Developing Countries: A Literature Review, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, vol. 24, N. 4, pp. 273-294.
- WILNER, A.; CHRISTOPOULOS, T. P. y ALVES, M. A. (2017) «The online unmanaged organization: control and resistance in a space with blurred boundaries», *Journal of Business Ethics*, vol. 141 N. 4, pp. 677-691.
- YUTHAS, K.; ROGERS, R. anyd DILLARD, J. F. (2002) «Communicative action and corporate annual reports», *Journal of Business Ethics*, vol. 41 N. 1-2, pp.141-157.
- ZOU, H. L.; ZENG, S. X.; XIE, L. N. y ZENG, R. C. (2015) «Are top executives rewarded for environmental performance? The role of the board of directors in the context of China», *Human and Ecological Risk Assessment: An International Journal*, vol. 21 N. 6, pp. 1542-1565.



Associació 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](mailto:info@accid.org)  
[www.accid.org](http://www.accid.org)  
[@AsseccacioACCID](https://twitter.com/AsseccacioACCID)