

Almudena Basanta (Leuven) & Lieve Vangehuchten (Antwerpen)

El discurso de la Responsabilidad Social Corporativa en empresas sensibles a la sostenibilidad: una comparación de informes de empresas chilenas, españolas y mexicanas sobre aspectos de legitimidad, reputación y comunicación con los grupos de interés

Esta propuesta se basa en un corpus de discurso de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) representativo de tres de las principales variantes dialectológicas del idioma español: el español chileno, el mexicano y el peninsular, que a su vez se corresponden con tres zonas con diferentes niveles de implementación de la RSC (Alonso-Almeida et al., 2015). Se trata de un corpus formado por empresas de los sectores energético, extractivo y financiero, especialmente sensibles a la sostenibilidad y con grandes desafíos para alcanzar el equilibrio entre las personas, el planeta y el beneficio (Stjepcevic & Siksnylyte, 2017) que constituye la esencia de la sostenibilidad.

Dado que, según estudios recientes, las políticas de RSE dependen en gran medida del contexto institucional local (Demirbag et al., 2017) y se ven reforzadas por el sistema cultural (Amor Esteban, Galindo Villardón & García Sánchez, 2017) someteremos el corpus a un análisis cualitativo de contenido respecto a las motivaciones de la política de RSC, teniendo en cuenta la posible influencia de factores institucionales y culturales regionales.

Consideramos que el discurso de la RSC es una forma de comunicación empresarial con el objetivo de legitimar, gestionar la reputación y establecer un diálogo sostenible con las partes interesadas. Así el análisis partirá de estas motivaciones, ya que éstas pueden relacionarse con los tres tipos de interdiscurso de la comunicación de RSC destacados por Bhatia (2012) en su estudio del género del informe RSC: el discurso de promoción, el discurso de buena voluntad y el discurso de autojustificación. Metodológicamente, utilizaremos un análisis de contenido cualitativo (Basanta & Vangehuchten, 2019), teniendo en cuenta tanto el contexto extratextual del género del informe RSC en general como sus diferencias regionales (Bhatia, 2010).

Referencias

- Alonso-Almeida, M., Marimon, F., & Llach, J. (2015). Difusión de las memorias de sostenibilidad en Latinoamérica: análisis territorial y sectorial. *Estudios Gerenciales*, 31, 139–149.
- Amor Esteban, V., Galindo Villardón, M. P. & García Sánchez, I.M. (2017). Cultural values on CSR patterns and evolution: a study from the biplot representation. *Ecological indicators* 81, 18-29.
- Basanta, A. & Vangehuchten, L. (2019). Las cartas de presentación en los informes de RSC en Chile, España y México: en busca de un equilibrio entre People, Planet y Profit. *Ibérica* 38, 99-125.
- Bhatia, A. (2012). The corporate social responsibility report: The hybridization of a "confused" genre (2007-2011). *IEEE Transactions on Professional Communication* 55(3), 221-238.
- Bhatia, V. K. (2010). Interdiscursivity in professional communication. *Discourse & Communication* 4 (1):32-50.
- Demirbag, M., Wood, G., Makhmadshoev, D. & Rymkevich, O. (2017). Varieties of CSR: Institutions and Socially Responsible Behaviour. *International Business Review* 26(6), 1064-1074.
- Stjepcevic, J. & Siksnylyte, I. (2017). Corporate Social Responsibility in Energy Sector. *Transformations in Business & Economics* 16 (n° 1, 40), 21-33.