

COMMUNICATION & SOCIETY COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD

Las profesoras [Nuria Villagra](#) y [Belén López](#) han publicado el artículo *Análisis de los valores y la comunicación de las Marcas responsables*

. *Estrategias de las marcas corporativas en el contexto de la Sostenibilidad*

en la revista Communication&Society. En esta investigación profundizan en

cómo las nuevas demandas sociales exigen a las empresas un comportamiento responsable

. Este fenómeno, que ha coincidido con el desarrollo y auge de la Responsabilidad Social, tiene también un impacto directo en la marca corporativa y en los valores, visión y misión que se asocian a la misma.

Con una muestra de 10 empresas, se realiza un **estudio cualitativo de los rasgos de identidad vinculados a la responsabilidad y la sostenibilidad presentes en los mensajes de comunicación corporativa**

. Los resultados muestran que las marcas desarrollan discursos similares para expresar la identidad. Sólo algunas optan por definir su posicionamiento en aspectos éticos.

Para más información: http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/resumen.php?art_id=444