

STATUS DO CONHECIMENTO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC) NO BRASIL

ALEX JOSE DE ALMEIDA

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS

GABRIEL COSTA SILVA DE SOUZA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE - UFCG

JOSÉ PAULO DE SOUSA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE - UFCG

Introdução

Ao longo dos anos, diversos conceitos e teorias foram criados para discutir a atuação empresarial de forma mais ética e sustentável, aproximando os objetivos empresariais com preocupações ambientais, sociais e de transparência nos negócios. Entre essas abordagens, sem dúvidas, uma das mais utilizadas nos últimos anos é aquela que trata da Responsabilidade Social Corporativa (RSC), abordada na língua inglesa como Corporate Social Responsibility (CSR). No presente documento, abordaremos o termo como CSR, devido ao fato de ser a abreviação mais comumente encontrada na literatura.

Problema de Pesquisa e Objetivo

A nosso ver, devido ao importante uso da CSR no Brasil e no mundo, é necessário entender como ela tem sido utilizada no campo de pesquisa e avaliar se seu uso se aproxima das bases teóricas da base teórica. No primeiro momento, realizou-se uma busca por literatura abrangente sobre o tema, contando sua origem e desenvolvimento no cenário mundial. Posteriormente, foi realizado o aprofundamento para o cenário brasileiro, uma vez que são escassos os estudos que se propõem a fazer tal avaliação.

Fundamentação Teórica

Berger & Luckmann (1966) enxergam a CSR como uma construção social, difícil de ser definida, que deve ir muito além dos conceitos existentes, os quais podem trazer dificuldades de entendimento, resultando no não cumprimento de seu papel de construção social pelas empresas. Ashley et al. (2003) abrangem em seus conceitos que a responsabilidade social corporativa é qualquer ação da empresa que possa melhorar a qualidade de vida da sociedade, sendo um compromisso empresarial, de maneira ampla ou específica, no que tange seu papel na comunidade e a prestação de contas para com ela.

Metodologia

Utilizou-se uma meta-análise qualitativa como técnica de revisão de literatura, tendo como base metodológica os mesmos procedimentos utilizados por Jhuniior et al., (2021). Zimmer (2006) indica que uma meta-análise é uma investigação sistemática baseada em comparações e análises de dados de pesquisas primárias, consideradas significativas em relação ao assunto em foco. O objetivo é desenvolver conhecimentos teóricos visando maior possibilidade de aplicações em situações práticas e estudos posteriores (Zimmer, 2006).

Análise dos Resultados

Para responder ao objetivo principal deste trabalho, que pretende buscar conhecimentos voltados para o Status de Conhecimento da CSR no Brasil, buscou-se analisar os dados considerando os seguintes indicadores bibliométricos: total de publicações e países mais influentes na base estudada - a saber Scopus - journals mais influentes em relação ao tema em estudo, além de analisar os principais autores através de análises de cocitação, concorrência de palavras chaves para direcionamento da temática, e acoplamento bibliográfico com a finalidade de aprofundar o tema em estudo.

Conclusão

O presente estudo objetivou expor conhecimentos voltados para o status do conhecimento da CSR, inicialmente, em uma abordagem teórica na qual foi apresentada as origens do campo de estudo e evolução de seus conceitos. Par ao caso específico do Brasil, foi realizada uma sistemática da literatura e o uso de ferramentas de bibliometria, utilizando publicações presentes na base de dados da Scopus. Os objetivos propostos foram alcançados, com a apresentação de resultados que confirmaram a importância do tema na escala global e nacional.

Referências Bibliográficas

ABREU, M. C. S., DE CASTRO, F., DE ASSIS SOARES, F., & DA SILVA FILHO, J. C. L. (2012). A comparative understanding of corporate social responsibility of textile firms in Brazil and China. *Journal of Cleaner Production*, 20(1), 119-126. ALON, I., LATTEMANN, C., FETSCHERIN, M., LI, S., & SCHNEIDER, A. M. (2010). Usage of public corporate communications of social responsibility in Brazil, Russia, India and China (BRIC). *International Journal of Emerging Markets*. BARIN CRUZ, L., & BOEHE, D. M. (2010). How do leading retail MNCs leverage CSR globally? Insights from Brazil. *Journal of business eth*

Palavras Chave

Responsabilidade Social Corporativa (RSC), Bibliometria, Brasil

STATUS DO CONHECIMENTO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC) NO BRASIL

Resumo

Ao longo dos anos, diversos conceitos e teorias foram criados para discutir a atuação empresarial de forma mais ética e sustentável, aproximando os objetivos empresariais com preocupações ambientais, sociais e de transparência nos negócios. Uma das mais utilizadas nos últimos anos é aquela que trata da Responsabilidade Social Corporativa (RSC), no inglês chamada de “*Corporate Social Responsibility (CSR)*”. O presente trabalho teve como objetivo realizar uma avaliação do status conhecimento da CSR, através da elaboração de um referencial teórico geral e uma abordagem especificamente para a abordagem do tema no Brasil. Para o nosso país buscou-se analisar os dados considerando os seguintes indicadores bibliométricos: total de publicações e países mais influentes na base estudada (Scopus), *journals* mais influentes em relação ao tema em estudo, além de analisar os principais autores através de análises de citação, concorrência de palavras chaves para direcionamento da temática e acoplamento bibliográfico, com a finalidade de aprofundar o tema em estudo. De maneira geral, os resultados foram alcançados e demonstraram uma consolidada literatura sobre CRS no mundo, através do referencial teórico elaborado e, especificamente para o caso brasileiro, com a identificação de importantes características dos trabalhos analisados.

Palavras – chave: Responsabilidade Social Corporativa (RSC); Bibliometria; Brasil.

1 Problema de pesquisa

Ao longo dos anos, diversos conceitos e teorias foram criados para discutir a atuação empresarial de forma mais ética e sustentável, aproximando os objetivos empresariais com preocupações ambientais, sociais e de transparência nos negócios. Entre essas abordagens, sem dúvidas, uma das mais utilizadas nos últimos anos é aquela que trata da Responsabilidade Social Corporativa (RSC), abordada na língua inglesa como *Corporate Social Responsibility (CSR)*. No presente documento, abordaremos o termo como *CSR*, devido ao fato de ser a abreviação mais comumente encontrada na literatura. No primeiro momento, realizou-se uma busca por literatura abrangente sobre o tema, contando sua origem e desenvolvimento no cenário mundial. Posteriormente, foi realizado o aprofundamento para o cenário brasileiro, uma vez que são escassos os estudos que se propõem a fazer tal avaliação.

A nosso ver, devido ao importante uso da CSR no Brasil e no mundo, é necessário entender como ela tem sido utilizada no campo de pesquisa e avaliar se seu uso se aproxima das bases teóricas da base teoria, a qual será apresentada em referência teórico próprio. Assim, entendemos que uma forma de avaliar o avanço do conhecimento sobre determinado tema é a análise de publicações que tratam do tema. Este método foi testado com sucesso e é usado por outros pesquisadores também

nos últimos anos. Isso significa que nosso trabalho abrange uma ampla revisão de literatura, mas nosso resultado virá da análise de cada artigo coletado. De forma prática, o trabalho buscará avaliar a literatura publicada que abranja a CSR, especialmente no Brasil, por meio da análise de publicações que abrangeram o tema. Examinando como as definições mudaram com o tempo, podemos detalhar como elas evoluíram. Podemos também apontar os artigos marcos e os pesquisadores e instituições com maior efeito na definição. Além disso, pode servir de base para pesquisas futuras que explorem essas mudanças e detalhes mais sutis dentro das subcategorias e campos da sustentabilidade.

Ao coletar todos os artigos relevantes e analisá-los, podemos obter um conhecimento mais profundo sobre o campo de conhecimento, até mesmo para explorar novos tópicos e métodos de pesquisa. Além disso, nos ajuda a ver quais são os tópicos atuais do campo e a ter uma imagem estruturada sobre os periódicos e pesquisadores relevantes e dominantes. Com esse conhecimento extra, poderemos então continuar nosso trabalho e fazer mais pesquisas e análises sobre o tema. Assim, a contribuição deste estudo é apresentar um panorama das pesquisas relacionadas ao uso da CSR, especialmente no Brasil, por meio da análise de publicações, bem como conhecer o atual estágio de desenvolvimento dos estudos.

2 Referencial Teórico

Berger & Luckmann (1966) enxergam a *CSR* como uma construção social, difícil de ser definida, que deve ir muito além dos conceitos existentes, os quais podem trazer dificuldades de entendimento, resultando no não cumprimento de seu papel de construção social pelas empresas. Nesse caso, o clássico trabalho de Carroll (1999), apresenta uma evolução histórica do termo *CSR*, a partir de 1950, quando o autor classifica como o início da era moderna desse conceito, embora conceitos e definições mais antigas sobre o tema já estavam disponíveis. Nesse momento, *CSR* era mais abordado como Responsabilidade Social (*SR*, em inglês). Ainda, é indicado que nas décadas de 1960 e 1970 as definições se proliferaram com a expansão de conceitos. Em 1980 observou-se o avanço de pesquisas empíricas, resultando em termos alternativos, como performance social corporativa (*CSP*), teoria dos stakeholders (discutida no item anterior) e a teoria da ética nos negócios. Assim, na década de 1990 a *CSR* continua sendo o construto principal, porém, transformadas em estruturas temáticas principais.

Segundo Carroll (1999), a primeira definição da chamada era moderna, ou seja, a partir da década de 1950 é aquela definição seminal apresentada por Bowen (1953), a qual se refere às obrigações dos empresários de perseguir políticas sociais, tomar essas decisões ou seguir as linhas de ação que são desejáveis em termos dos objetivos e valores de nossa sociedade. Segundo o autor, a definição apresentada nesta publicação possui destaque nessa década. Nesse momento, começou a se argumentar que as empresas devem assumir compromissos além da obtenção de lucros e que devem levar em consideração seus empregados, clientes e público em geral (Abrams, 1951).

Carroll (1999) indica na década de 1960 um importante crescimento de definições, destacando aquela apresentada por Davis (1960), que refere CSR como as decisões e ações dos homens de negócios tomadas por razões, pelo menos parcialmente, além dos interesses econômicos ou técnicos diretos da empresa. Ainda nesse período surge uma definição mais precisa, a qual indica que a ideia de responsabilidade social supõe que a corporação tem não apenas obrigações econômicas e legais, mas também certas responsabilidades para com a sociedade que vão além dessas obrigações (McGuire, 1963). Essa definição de McGuire extrapola os conceitos até então existentes, pois traz a ideia de que a CSR vai além das obrigações econômicas e legais (embora ele não esclareça quais são essas obrigações) (Carroll, 1999). Até o final da década outras definições discutiram essas responsabilidades em termos de ética, voluntarismo e com relação aos retornos econômicos desses investimentos.

No trabalho de Carroll (1999), são apresentadas inúmeras definições de CSR surgidas na década de 1970, sendo essa década pode ser considerada como aquela de proliferação dos conceitos. Entre elas, merecem destaque as definições apresentadas no trabalho de Johnson (1971) e as críticas apresentadas por ele mesmo a essas definições. Neste trabalho, é apresentada a ideia da existência de vários interesses em volta da corporação, no tocante a aplicação da CSR, podendo ser entendido como uma aproximação ao que viria se consolidar na teoria dos stakeholders. Além disso, em uma de suas definições esse autor enxerga a CSR como uma maximização de longo prazo dos resultados, enquanto que em outra abordagem, contrastante, ele define o termo como a busca de múltiplos objetivos pela empresa, em vez apenas de alcançar o lucro máximo. Como já dito, a década de 1970 serviu ainda com diversas outras definições de CSR, mostrando um mix de conceitos que cada vez mais abrangia a responsabilidade empresarial com um valor ético e moral das corporações. No entanto, o presente trabalho não se propõe a recriar a apresentar todas as definições sobre CSR discutidas por Carroll (1999), buscando a partir da leitura dos artigos originais, das definições apresentadas por eles. No entanto, ao invés disso, busca-se discutir aqui apenas as principais definições, demonstrando a evolução do campo do conhecimento até a década de 1990. Segundo o trabalho de Carroll (1999), o foco da década de 1980, ao invés de se propor o desenvolvimento de definições novas ou refinadas como na década anterior, observou-se uma maior busca por estudos e a fragmentação das pesquisas em outros conceitos alternativos, tais como responsabilidade social corporativa, políticas públicas, ética empresarial, gerenciamento e teoria dos stakeholders. Por sua vez, o estudo aqui abordado indica que na década de 1990 que poucas definições únicas foram elaboradas nesse período. Nesse momento, a CSR também serviu como ponto de partida para outros conceitos mais utilizados na época e em temas relacionados que, de certa forma, também contribuíram para o desenvolvimento da CSR.

Göbbels (2002) também discutiu exaustivamente o termo CSR, demonstrando e discutindo a sua ampla gama de conceitos, definições e também muitas de críticas. Esse autor apresentou uma série de perguntas endereçadas aos executivos sobre o uso da CSR, demonstrando haver muitas sem respostas. Esse autor classificou o termo como brilhante, porém, segundo ele, nem sempre

representa o mesmo para todos, demonstrando que pode haver uma confusão quanto a definição, como podemos interpretá-lo e também com relação ao uso.

Por sua vez, Dahlsrud (2008) apresenta uma discussão sobre os conceitos de *CSR*, através da análise de 37 deles. Nesse caso, o autor propõe a existência de cinco dimensões, ou seja, de focadas definições sobre o tema, demonstrando quando elas são utilizadas no ambiente empresarial em acordo ao interesse ou objeto em questão de quem se utiliza. A dimensão ambiental foi obtida pelo autor quando ela se refere ao ambiente natural. A dimensão social corresponde quando a *CSR* é definida em termos da relação entre negócios e sociedade. A dimensão econômica é aquela que está focada em aspectos sociais e econômicos ou mesmo de financiamento e descrevem o termo no sentido de operação de negócios. A dimensão das partes interessadas (ou do inglês: *stakeholder dimension*), foca nos interesses das partes interessadas das empresas. Por fim, a dimensão da voluntariedade aborda um aspecto de ação da empresa não focado em leis e normas. Nesse contexto, entende-se que a *CSR* é definida sob diferentes perspectivas e as empresas podem escolher direcionar seus esforços, ou mesmo ser algo natural, para aquelas dimensões as quais estão mais relacionadas aos seus negócios.

Em uma revisão mais recente sobre os conceitos de *CSR*, destaca-se o trabalho de Rodriguez-Gomes et al. (2020), no qual os autores argumentam que as contribuições feitas no campo de pesquisa foram evoluindo ao longo dos anos para modelos e teorias mais alinhados com princípios que consideram uma pluralidade de partes interessadas, desde abordagens centradas nos interesses dos acionistas até outras mais integrativas, incluindo aquelas que consideram as demandas e exigências de diversas partes interessadas. Uma importante contribuição deste trabalho, assim como também foi feito por outros autores já mencionados no presente trabalho, foi traçar uma linha do tempo com a evolução do conceito de *CSR*. Além disso, por ser uma publicação mais recente, os autores desenvolveram suas análises até tempos mais recentes, incluindo a indicação das abordagens atuais de *CSR*, as quais são indicadas como o centro das ações empresariais.

O trabalho de Rodriguez-Gomes et al. (2020), por sua vez, inicia a discussão durante a década de 1930 quando esses autores mencionam que as empresas vinham de uma linha de atuação de atendimento estrito aos requisitos legais. No entanto, ao final dessa década, o entendimento era que os gestores deveriam respeitar os valores da sociedade, indo além das exigências legais.

Como início do conceito de *CSR*, esses autores indicam a mesma origem daquela apresentada por Carroll (1999), indicando a década de 50 como o início formal do campo de pesquisa. Avançando na próxima década, foram apresentados autores que defendiam que a *CSR* estava ligada às responsabilidades das empresas em relação aos acionistas, cujo maior expoente foi o economista Milton Friedman.

O final da década de 1960 é vista pelo autor como o momento no qual as diversas partes interessadas passaram a serem vistas nos negócios, através de uma relação íntima entre as

empresas, a sociedade e os grupos sociais que poderiam ser afetados pelas decisões corporativas. Nesse momento, observou a coexistência de autores, com uma parte deles defendendo a posição de atuação pela maximização dos resultados e outra pela inclusão de aspectos éticos, morais e filosóficos (Rodriguez-Gomes *et al.*, 2020).

O trabalho consultado indica que ao longo da década de 1980 as empresas passaram a analisar as consequências sociais de suas decisões. No entanto, não podemos deixar de mencionar aqui um marco do início desta década, pela publicação da teoria dos *Stakeholders* de Edward Freeman em 1984, indicando que as empresas deveriam criar valor para aqueles indivíduos ou grupos que podem afetar ou podem ser afetados pelas atividades empresariais (Freeman, 1984).

Por sua vez, a década de 1990, a qual não havia sido discutida no trabalho de revisão de Carroll (1999), indica esse como o momento no qual as escolas de negócios inseriram a educação ética em seus ensinamentos para empresários. Além disso, a ética nos negócios tornou-se assunto de pesquisa.

Já com a entrada do século XXI, observou-se a globalização das relações comerciais e financeiras, sendo que a *CSR* se tornou um importante instrumento de decisão corporativa que afeta tanto a sustentabilidade quanto os stakeholders. Os autores discutem que a partir desse momento, as abordagens sobre *CSR* nas empresas aumentaram exponencialmente, sendo não apenas uma oportunidade de negócios, mas também uma reflexão sobre as expectativas das partes interessadas, sendo um elo entre sucesso empresarial, competitividade e sustentabilidade. Nesse momento, a *CSR* assumiu um papel no núcleo dos negócios e à estratégia de negócios, sendo elemento fundamental na gestão, a qual abrange, na maior de suas definições, abordagens que agregam ações econômicas, sociais e ambientais, as quais estão interligadas e cuja ações em conjunto garantem a sustentabilidade a longo prazo.

Para concluir sobre os conceitos de *CSR* existentes, Ashley *et al.* (2003) abrangem em seus conceitos que a responsabilidade social corporativa é qualquer ação da empresa que possa melhorar a qualidade de vida da sociedade, sendo um compromisso empresarial, de maneira ampla ou específica, no que tange seu papel na comunidade e a prestação de contas para com ela.

3 Metodologia

Como metodologia considerada no presente trabalho de análise bibliométrica, utilizou-se uma meta-análise qualitativa como técnica de revisão de literatura, tendo como base metodológica os mesmos procedimentos utilizados por Jhuniór et al., (2021). Zimmer (2006) indica que uma meta-análise é uma investigação sistemática baseada em comparações e análises de dados de pesquisas primárias, consideradas significativas em relação ao assunto em foco. O objetivo é desenvolver conhecimentos teóricos visando maior possibilidade de aplicações em situações práticas e estudos posteriores (Zimmer, 2006). Nesse caso, um modelo de pesquisa em sete etapas proposto por Cooper (2015) e também utilizado por Jhuniór et al. (2021) utilizou-se: (1)

Identificação/formulação do problema de investigação; (2) Coleção de literatura; (3) Coleta de informações de cada estudo; (4) Avaliação da qualidade do estudo; (5) Análise e síntese das discussões/resultados dos estudos; (6) Interpretação dos dados coletados; e (7) Apresentação dos resultados da pesquisa. Assim, para a montagem do presente estudo, foi realizado o levantamento bibliográfico na base Scopus, uma vez que nesta base é possível buscar as palavras-chave alvo da pesquisa em diversas seções dos artigos, incluindo a busca em seu resumo. Os trabalhos finais selecionados foram examinados através de análises bibliométricas. Posteriormente, foi elaborada uma matriz contendo fatores como campos de pesquisa que tratam do tema, além de preferências conceituais e metodológicas (teóricas e empíricas) nos artigos analisados. Dessa forma, a matriz elaborada apresenta as principais posições relacionadas ao estudo, bem como quanto à sua qualidade. Além disso, a matriz elaborada permitiu o desenvolvimento de etapas subsequentes da meta-análise.

A seguir será detalhado o processo metodológico aplicado ao presente estudo:

3.1 Coleta de Dados

Conforme mencionado anteriormente, foi realizada uma primeira busca de artigos nos periódicos da base de dados Scopus em “Títulos”, “Resumos” e “Palavras-chave”, resultando em um total de 357 artigos encontrados. Os parâmetros de busca foram: Nome 1: Responsabilidade Social Corporativa; ou Nome 2: *Corporate Social Responsibility*; e Nome 3: Brasil. Nesse caso, considera-se que foi encontrado um número elevado de artigos e, provavelmente, alguns não estão relacionados aos assuntos aqui abordados. Assim, foi estabelecida uma pré-análise para excluir artigos que não estivessem relacionados ao nosso objetivo de estudo.

Na etapa de pré-análise, inicialmente, foram excluídos aqueles artigos que não estivessem relacionados ao tema aqui pesquisado. Portanto, foram excluídos trabalhos nas seguintes áreas do conhecimento: Informática; Matemática; Bioquímica, Genética e Biologia Molecular; Engenharia Química; Medicamento; Veterinário; Farmacologia, Toxicologia e Farmácia; Física e Astronomia. Neste momento, a base de dados contava com um total de 280 artigos. Além disso, foram excluídos os Capítulos Livros, Livros, Editoriais e Notas, resultando em um total de 256 artigos. Por fim, excluindo-se os trabalhos ainda em fase de publicação "*in press*", a base de dados final ficou com um total de 181 artigos, que subsidiaram a análise sociométrica.

4.2 Análise de Dados

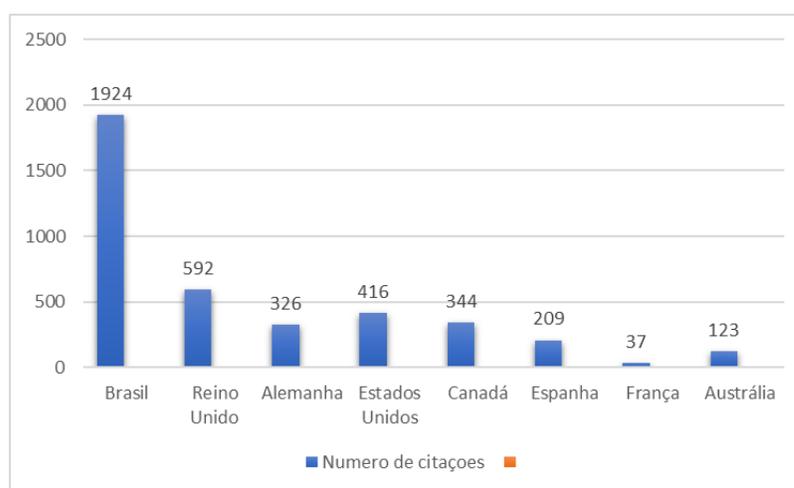
Para a análise final dos dados coletados, foi realizada uma análise descritiva dos trabalhos mais citados, para o qual foram escolhidos os 20 trabalhos mais citados. A busca pelos artigos mais citados é objetivada pelo fato de serem, em tese, artigos reconhecidos e legitimados em suas respectivas áreas na busca analítica de conexões do uso da CSR no Brasil. O artigo mais citado teve 243 citações.

Após a análise e avaliação sociométrica utilizada dos 181 artigos presentes na base de dados final, foram extraídas as definições sobre o uso da CSR no Brasil e sobre as características gerais dos trabalhos analisados para os 20 trabalhos mais citados. Dessa forma, a matriz utilizada forneceu os principais posicionamentos relacionados ao estudo da criação de valor no campo da sustentabilidade.

4 Resultados e Discussão

Para responder ao objetivo principal deste trabalho, que pretende buscar conhecimentos voltados para o *Status* de Conhecimento da CSR no Brasil, buscou-se analisar os dados considerando os seguintes indicadores bibliométricos: total de publicações e países mais influentes na base estudada - a saber Scopus - *journals* mais influentes em relação ao tema em estudo, além de analisar os principais autores através de análises de cocitação, concorrência de palavras chaves para direcionamento da temática, e acoplamento bibliográfico com a finalidade de aprofundar o tema em estudo.

Gráfico 1- Publicações referentes a países

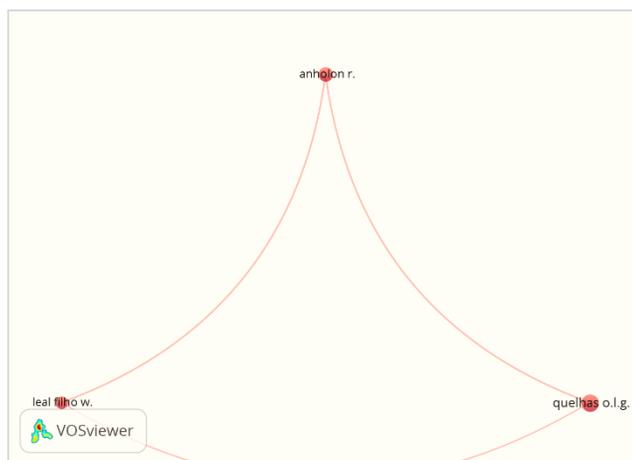


Fonte: elaborado pelos autores a partir do Vosviewer (2022).

Diante do **Gráfico 1**, pode-se compreender que o Brasil possui maior número de citações, ficando em primeiro no ranking, tornando-se promissor nos estudo da CSR, ou seja, na filtragem de citações por países considerando o mínimo de 05 documentos em um universo de 31 países apresentados na base Scopus através dos critérios, o Brasil é bastante citado nas pesquisas (1924 citações), seguido do Reino Unido (592 citações), Alemanha (326 citações), Estados Unidos (416 citações), Canadá (344 citações), Espanha (209 citações), França (37 citações) e por último a Australia (123 citações). É notório que o Brasil é o único país subdesenvolvido que aparece na lista, sendo os demais pertencentes a países do “primeiro mundo”.

Assim sendo, considera-se que para realização de uma pesquisa, torna-se viável conhecer autores que possuem relevância na temática investigada, e de certa forma, buscar sua rede de ligação entre os trabalhos publicados.

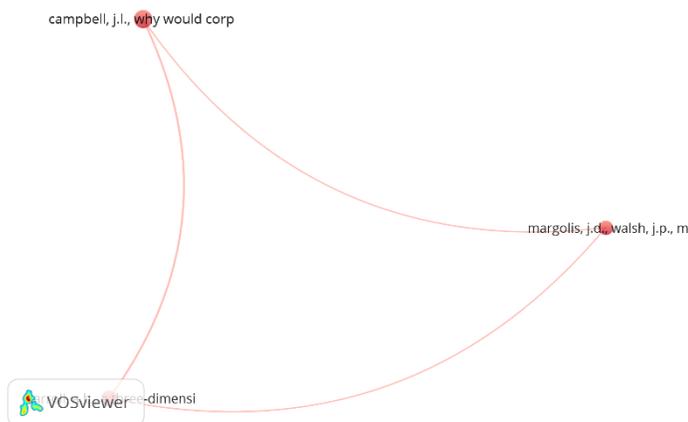
Figura 1 - Autores mais influentes



Fonte - elaborado pelos autores a partir do *Vosviewer* (2022).

Assim sendo, identificou-se que de 475 autores tendo o número mínimo de 04 documentos por citações, forma-se apenas um cluster (figura 01) que compreende os pesquisadores Anholon, Leal Filho e Quelhas que possuem mais influentes na área que debatem a Responsabilidade Sócio Corporativa no Brasil, além de possuírem redes de ligação em trabalhos acadêmicos, ou seja, são referências em comum para produções científicas, bem como trazem agendas na área.

Figura 2 - Análise de co-citação de autores



Fonte - elaborado pelos autores a partir do *Vosviewer* (2022).

Analisando as redes de co-citação (Figura 02), consegue-se analisar que 181 artigos foram de autoria de 10.836 autores. Tendo isso como resposta, optou-se por definir critérios de filtrar pesquisadores que tenham sido citados pelo menos 06 vezes, encontrando-se um total de 03 autores; isso significa, os 03 autores possuem uma alta representativa nos artigos estudados, se repetindo diversas vezes no “corpo” nas discussões das pesquisas. A análise nos oferece a formação de um cluster 1, representado pela cor vermelha, que discute a responsabilidade social das empresas; percebe-se que existe a formação de “redes” entre eles, prevalecendo assim que a agenda de pesquisa deles são similares. Através dessa análise, identificou-se autores mais influentes, com maior número de citações, sendo eles Campbell (2007), Carroll (1979) e Margolis (2003).

No que segue, a Tabela 1 apresenta os 05 *journals* mais relevantes, seguindo a sequência dos que possuem maior número de citações.

Tabela 1 - Principais journals com publicações sobre a temática

Journal	Qtd. Documentos	Qtd. Citações
<i>Journal of business ethics</i>	09	718
Journal of cleaner production	12	452
Social Responsibilit jornal	16	319
Corporate Social Responsibilit	06	81
Sustainability	09	99

Fonte - Elaborado pelos autores a partir do *Vosviewer* (2022).

Assim, mediante análise (tabela 01), percebe-se que a primeira no *ranking* é o *Journal of business ethics* possuindo 09 documentos (718 citações), que quando se compara com o *Journal of cleaner production* que possui 12 documentos (452 citações) é notório que a quantidade de documentos não é um fator que garante a força da citação de pesquisa relevantes. De certa forma, destaca-se outras revistas científicas mais influentes entre a temática em estudo tais como a *Social Responsibilit jornal* com 16 documentos (319 citações), a revista *Corporate Social Responsibilit* com 06 documentos (81 citações) e a *Sustainability* com 09 documentos (99 citações).

A rede de ligação entre as revistas mostra que elas possuem conexão direta entre os principais periódicos selecionados na base Scopus, onde esse elo estabelece estreitamente na temática abordagens e pesquisas trabalhadas que despertam interesse entre os pesquisadores e acadêmicos onde as publicações se apresentam bastante relevantes para a comunidade científica.

Tabela 2 – *Ranking* dos 5 artigos mais citados

Nº	Título	Autores	Ano	Nº de Citações	% de 847 citações
1	<i>CSR Information Disclosure on the Web: A Context-Based Approach Analysing the Influence of Country of Origin and Industry Sector.</i>	Wanderley; Lucian; Farache; Sousa Filho;	2008	243	28,69%
2	<i>Corporate social responsibility, firm value and financial performance in Brazil.</i>	Crisóstomo; Freire; Vasconcellos;	2011	210	24,79%
3	<i>Corporate Social Responsibility, Product Differentiation Strategy and Export Performance</i>	Boehe; Cruz;	2010	137	16,17%
4	<i>Corporate Social Responsibility in Emerging Markets: The Importance of the Governance Environment</i>	Li; Fetscherin; Alon; Lattemann; Yeh;	2010	128	15,11%
5	<i>Sensitive industries produce better ESG performance: Evidence from emerging markets</i>	Garcia; Mendes-Da-Silva; Orsato;	2017	129	15,23%

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

Segundo a Tabela 2 com *ranking* dos 5 artigos mais citados dentro dos trabalhos analisados, o artigo mais citado é o de Wanderley, Lucian, Farache e Sousa Filho (2008). O artigo tem como finalidade central analisar se a divulgação de informações relativas a RSC realizados através de sites corporativos são influenciados por seus respectivos países de origem da divulgação e/ou se o setor industrial causa impacto nas informações expostas. Por fim, foi concluído que as corporações que divulgam as informações estão se preocupando cada vez mais em sua relação e comunicação de forma ética e responsável com todos os *stakeholders* utilizando os sites e web como instrumento de alcance aos mesmos. Diante da finalidade central do estudo, o país de origem e o setor de atuação da empresa possuem influência significativa na divulgação das informações relacionadas à RSC na web, e que o país de origem possui mais influência e impacto do que o setor industrial ou quaisquer setores de atuação. Destacou-se a análise da dimensão social como instrumento necessário para

conseguir entender e atender as necessidades dos *stakeholders* em relação às informações, e o papel da ética no processo, e por fim foi sugerido acrescentar os seguintes aspectos em estudos futuros: socioeconômico, de cultura política, liberdade da imprensa, legislação e concorrência empresarial em cada país.

O segundo artigo no ranking é de Crisóstomo, Freire e Vasconcellos (2011), que examinaram a relação entre RSE, o desempenho evidenciado da empresa levando em consideração o valor da empresa e o desempenho da contabilidade financeira, em um cenário de mercado emergente no Brasil. Ao fim, foi constatado que um conjunto mais amplo de *stakeholders* parece ser capaz de influenciar a gestão estratégica das empresas, mas contra partida não foi possível esclarecer se a RSC afeta o desempenho dos negócios ou vice-versa, e as pesquisas sobre o tema têm se concentrado nas economias desenvolvidas. Também constatado, que a estimação de um conjunto de modelos econométricos fornece resultados que mostram uma tendência de efeito negativo da RSC sobre o valor da empresa no Brasil. Essa influência negativa, por sua vez, parece ser fortemente influenciada pela ação social relativa à relação com os funcionários e preocupações ambientais. Os efeitos positivos ideais da RSC para a empresa, encontrados em alguns outros trabalhos em diferentes economias desenvolvidas, podem ser consequência de um longo processo de ações sociais das empresas. Talvez nas economias em desenvolvimento esse processo possa ser ainda mais longo, uma vez que as empresas estão mais propensas a enfrentar limitações financeiras.

Em sequência o terceiro estudo foi realizado por Boehe e Cruz (2010), e tem como objetivo captar a responsabilidade social corporativa na contribuição para a diferenciação do produto nos mercados de exportação, e melhoraria o desempenho das exportações. Os resultados sugerem que a diferenciação de produtos de RSE prevê o desempenho de exportação melhor do que a diferenciação de qualidade do produto e quase tão bem quanto a diferenciação de inovação de produto. A análise de vários grupos revelou ainda que o efeito positivo e significativo da diferenciação de produtos de RSE no desempenho das exportações provavelmente depende do número e tipo (em desenvolvimento versus desenvolvidos) de países visados. O estudo contribuiu para a literatura sobre RSC e desempenho exportador ao desenvolver e validar empiricamente um modelo que explica em que condições a diferenciação de produtos baseada em RSC pode levar a um melhor desempenho exportador.

O quarto artigo no *ranking* foi realizado por Li, Fetscherin, Alon, Lattemann e Yeh (2010), onde foi analisado como os fatores em nível de país, setor e empresa afetam a extensão das comunicações corporativas sobre RSC no Brasil, Rússia, Índia e China (BRIC). Os resultados demonstram que as empresas que comunicam e divulgam mais RSC tendem a ser empresas com maiores portes na indústria manufatureira em sociedades mais baseadas em regras. Essas empresas também tendem a ter uma governança corporativa mais forte, medida por uma alta proporção de conselheiros externos e uma separação dos papéis do presidente e do CEO. Em relação ao Brasil, foi observado que empresas brasileiras têm a maior intensidade de comunicações de RSE

O quinto artigo é de Garcia, Mendes-Da-Silva e Orsato (2017), e teve o objetivo de investigar se o perfil financeiro de uma empresa está associado a uma qualidade ambiental, social e de governança (ESG) superior. Os resultados sugerem que as empresas de setores sensíveis apresentam desempenho ambiental superior, mesmo quando controladas pelo tamanho da empresa e do país. O estudo contribui para a pesquisa sobre o impacto de ESG na divulgação e a relação entre desempenho financeiro e ESG, bem como a prática de gestão da sustentabilidade em empresas de países em desenvolvimento.

Já ao analisarmos os 20 artigos mais citados temos o total de 1.738 de citações realizados. Os indicadores e aspectos destacados mais recorrentes na área foram: Ambiental, Econômica, Ético, Financeiro, Gestão, Governança, GRI, Partes interessadas, Política, Social e *Stakeholders*, assim como apresentado nos trabalhos de Alon, Lattemann, Fetscherin e Schneider (2010), Barin Cruz e Boehe (2010), Duarte (2010) e Knorringer e Nadvi (2016).

Outros indicadores e aspectos foram: Balanços Sociais, Código de ética, Comunicações corporativas, Crescimento econômico, Criação de valor, Cultural, Danos sociais, Debates morais, Desenvolvimento socioambiental e socioeconômico, Direitos humanos, Ecoeficiência, Medidas de contabilidade financeira, Melhoria ambiental, Multi-dimensional, ODS, Padrões sociais e ambientais, Parcerias CSR, Práticas de RSC, Práticas organizacionais, Práticas relacionadas a mercados, Projetos de RSC, Proteção ambiental, Racionalidade do consumidor, Publicidade, Tabus sociais sistemáticos, Relacionamento com a comunidade, Teoria institucional, Valores corporativos, e Valores da empresa. Estes outros indicadores e aspectos foram abordados também por Perez-Batres, Miller e Pisani (2010), Abreu, Castro, Assis Soares e Silva Filho (2012), Hanna e Vanclay (2013), Zeidan, Boechat e Fleury (2015).

Dentre os 20 artigos com os maiores quantitativos de citações, em relação às preferências metodológicas, 14 são artigos empíricos, 2 artigos são teóricos e 3 possuem abordagens empíricas e teóricas. Desta forma, dentre os 20 artigos, a maior parte dos estudos possuem abordagem empírica relacionados à abordagem da Responsabilidade Social Corporativa (RSC), em sua maioria, discutem e identificam aspectos relacionados às dimensões financeiras, sustentáveis e sociais.

Diante das principais dimensões financeiras, sustentáveis e sociais, dentre os artigos mais citados: 7 artigos utilizaram apenas a dimensão social, 1 aborda apenas a ambiental, 3 artigos abordam a financeira e social, 2 tem o foco nas dimensões ambientais e sociais, e 9 artigos utilizam as dimensões ambientais, financeira e social.

Dentre as dimensões e aspectos abordados é apontado o impacto e importância da RSE nas visões diante aos Stakeholders (Como apresentados nas pesquisas de Cruz e Pedrozo (2009), Li, Fetscherin, Alon, Lattemann e Yeh (2010), e Cazeri, Anholon, Silva, Ordoñez, Quelhas, Leal Filho e Santa-Eulalia (2018)), e no processo de transparência de suas atividades, e divulgação de

informações e resultados. Também devido ao processo de divulgação das informações, é abordado a governança corporativas (Abordados nos trabalhos de Wanderley, Lucian, Farache e Sousa Filho (2008), Cruz e Pedrozo (2009), Li, Fetscherin, Alon, Lattemann e Yeh (2010), Perez-Batres, Miller e Pisani (2010), e Cazeri, Anholon, Silva, Ordoñez, Quelhas, Leal Filho e Santa-Eulalia (2018)).

Conclusões

O presente estudo objetivou expor conhecimentos voltados para o status do conhecimento da CSR, inicialmente, em uma abordagem teórica na qual foi apresentada as origens do campo de estudo e evolução de seus conceitos. Par ao caso específico do Brasil, foi realizada uma sistemática da literatura e o uso de ferramentas de bibliometria, utilizando publicações presentes na base de dados da Scopus. Os objetivos propostos foram alcançados, com a apresentação de resultados que confirmaram a importância do tema na escala global e nacional.

Referências Bibliográficas

ABREU, M. C. S., DE CASTRO, F., DE ASSIS SOARES, F., & DA SILVA FILHO, J. C. L. (2012). A comparative understanding of corporate social responsibility of textile firms in Brazil and China. *Journal of Cleaner Production*, 20(1), 119-126.

ALON, I., LATTEMANN, C., FETSCHERIN, M., LI, S., & SCHNEIDER, A. M. (2010). Usage of public corporate communications of social responsibility in Brazil, Russia, India and China (BRIC). *International Journal of Emerging Markets*.

BARIN CRUZ, L., & BOEHE, D. M. (2010). How do leading retail MNCs leverage CSR globally? Insights from Brazil. *Journal of business ethics*, 91(2), 243-263.

CAZERI, G. T., ANHOLON, R., DA SILVA, D., ORDOÑEZ, R. E. C., QUELHAS, O. L. G., LEAL FILHO, W., & DE SANTA-EULALIA, L. A. (2018). An assessment of the integration between corporate social responsibility practices and management systems in Brazil aiming at sustainability in enterprises. *Journal of cleaner production*, 182, 746-754.

CRUZ, L. B., & PEDROZO, E. A. (2009). Corporate social responsibility and green management: relation between headquarters and subsidiary in multinational corporations. *Management Decision*, 47(7), 1174-1199.

DUARTE, F. (2010). Working with corporate social responsibility in Brazilian companies: The role of managers' values in the maintenance of CSR cultures. *Journal of Business ethics*, 96(3), 355-368.

HANNA, P., & VANCLAY, F. (2013). Human rights, Indigenous peoples and the concept of Free, Prior and Informed Consent. *Impact Assessment and Project Appraisal*, 31(2), 146-157.

KNORRINGA, P., & NADVI, K. (2016). Rising power clusters and the challenges of local and global standards. *Journal of Business Ethics*, 133(1), 55-72.

LI, S., FETSCHERIN, M., ALON, I., LATTEMANN, C., & YEH, K. (2010). Corporate social responsibility in emerging markets. *Management international review*, 50(5), 635-654.

PEREZ-BATRES, L. A., MILLER, V. V., & PISANI, M. J. (2010). CSR, sustainability and the meaning of global reporting for Latin American corporations. *Journal of business ethics*, 91(2), 193-209.

ZEIDAN, R., BOECHAT, C., & FLEURY, A. (2015). Developing a sustainability credit score system. *Journal of Business Ethics*, 127(2), 283-296.