

ESTUDOS REALIZADOS SOBRE O TEMA RESPONSABILIDADE SOCIAL: uma visão do comportamento da produção bibliográfica

STUDIES CARRIED OUT ON THE TOPIC OF SOCIAL RESPONSIBILITY: a view of the behavior of bibliographic production

ESTUDIOS REALIZADOS SOBRE EL TEMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL: una mirada al comportamiento de la producción bibliográfica

Marli Terezinha Vieira

Doutorado em Administração, pesquisadora na UFT, Programa de Pós Graduação PROFNIT. marlvieiracont@uft.edu.br

 0000-0001-9651-4337

Francisco Gilson Rebouças Junior

Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas, pesquisador na UFT, Programa de Pós Graduação PROFNIT. gilsonportouft@gmail.com

 0000-0002-5335-6428

Valéria Rueda Elias Spers

Doutorado em Ciências Sociais, pesquisadora do Programa de Pós-graduação FATEP Piracicaba-SP. vrspers@gmail.com

 0000-0003-1481-3339

Arcelis Gois Morales Rigoldi

Doutorado em Administração, professora e pesquisadora na FADAP/FAP e na Faculdades REGES - Osvaldo Cruz. arcelisgm@hotmail.com

 0000-0002-7455-1310

Correspondência: Universidade Federal do Tocantins. Quadra 109 Norte, Av. NS 15, ALCNO 14, Plano Diretor Norte, CEP: 77.001-090, Palmas – TO, Brasil. Rua Barão de Piracicamirim, 1162, CEP: 13416-005, Piracicaba – SP, Brasil. Praça da Bandeira, 800, CEP: 17600-380 - Tupã – SP, Brasil,

Recebido em: 12.01.2023.

Aceito em: 16.03.2023.

Publicado em: 12.03.2023.

RESUMO:

O assunto responsabilidade social vem sendo debatido há mais de oito décadas, inicialmente, a nível internacional e a partir dos anos 90 no Brasil, constituindo-se sob diversos enfoques e interesses de diferentes agentes. O presente artigo teve como objetivo mostrar o desenvolvimento desta produção bibliográfica no campo da gestão, mapeando especificamente trabalhos nacionais e internacionais resultantes de estudos publicados no período de 2007 a 2022, em periódicos nacionais e internacionais. Foram analisados os indicadores de autoria, objetivos, metodologia, campo de aplicação e conclusões destes estudos. Os resultados da análise mostraram que o tema se apresenta de forma dinâmica e multidisciplinar e que há necessidade de aperfeiçoamento do conceito. Verifica-se ainda, nos estudos que há variadas concepções do conceito que varia desde filantropia até sustentabilidade, sendo discutido em pesquisas mais recentes indicadores para implantação e mensuração de ações socialmente responsáveis de forma que a teoria seja aliada a prática. Com estes procedimentos se contribui para com a inovação sobre o tema, despertando dessa forma o interesse de pesquisadores bem como empresas e ou organizações na implantação de ações perenes.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade social; Análise bibliométrica; Estudos organizacionais.

Introdução

O tema responsabilidade social vem se constituindo interesse de pesquisa desde a década de 30, sendo estudado em diferentes áreas de conhecimento, sob diversas abordagens. O assunto vem alcançando notável destaque e diversificando índice de publicações científicas em nível nacional e internacional. No campo das organizações observa-se interesse de natureza ética e cidadania, mas também estratégica e normativa. Ora vinculado ao cumprimento de regulamentações associadas ao meio ambiente, ora à

busca do fortalecimento da imagem organizacional nos contextos e comunidades com as quais mantém vínculos diretos e indiretos.

Sobre esta realidade, o processo de produção bibliográfica nacional e internacional do tema vem se desenvolvendo mais acentuadamente no âmbito organizacional ocupando-se dos mais variados objetivos, articulados à diferentes interesses e associados à enfoques, tais como apontados por Melo et al. (2017), Carroll (1991, 1999, 2008), García et al. (2016), Frigant (2015), Moretti e Figueiredo (2007), Santos, Souza e Falkemback (2008), Tenório (2015), & Meyssonier e Distler (2011). Os autores citados se referem a: desempenho social corporativo, teoria dos *stakeholders*, teoria ética nos negócios, cidadania corporativa, *triple bottom line*, *marketing*, mudanças, gestão estratégica, teoria dinâmica, teoria da virtude, liderança, governança, desempenho social, políticas públicas, responsabilidade legal, obrigação legal, comportamento ético, valores, cultura, virtude e *balanced scorecard*.

Neste cenário, encontra-se uma diversidade de conteúdo sobre a responsabilidade social corporativa, sem alcançar consonância sobre uma definição que seja amplamente aceita. A origem do termo remete-se à obra seminal de Bowen (1957, p. 153), intitulada *Social Responsibilities of the Businessman*, cuja abordagem teórica enfatiza que as obrigações do homem de negócios deveriam estar alinhadas com os valores pretendidos pela sociedade. Para o autor "o comércio não existe para o lucro ou para o engrandecimento pessoal, mas para servir a sociedade". Carroll (1979) acompanha esta visão na medida em que entende a necessidade de ampliar a responsabilidade das organizações para o contexto social.

Dado o crescimento do interesse sobre o assunto, o mesmo passou a abrigar, segundo Carroll (1991), uma diversidade de agentes interessados em compreender este fenômeno com vistas a aplicá-lo para diferentes agentes tais como: clientes, parceiros, comunidades do entorno, sindicatos, associações, poder público, imprensa, sempre alinhados na busca do desenvolvimento de ações voltadas ao desenvolvimento local. Esta realidade levou a autora a apontar um modelo onde identificou quatro dimensões de responsabilidade social corporativa, as quais denominou de: econômica, legal, regulatória e ética.

A econômica, se refere ao retorno financeiro que as organizações obtém sobre as ações de responsabilidade social; a legal se refere as normas regulatórias da responsabilidade social, a ética aborda o respeito ao tratamento correto e igualitário de todos os públicos e, a filantrópica, trata das ações de filantropia destinadas as comunidades envolvidas. O modelo de Carrol enfatiza ainda que estas dimensões são mutuamente complementares e impactam em ações inovadoras que podem repercutir

de forma relevante para os envolvidos bem como se estender para outros grupos sociais. Independentemente do grau de relevância de cada grupo são impactadas atitudes da organização por isso, responsabilidade social é um projeto amplo que abrange toda a comunidade e não apenas interesses específicos.

Autores como Porter e Kramer (2006) consideram que a responsabilidade social tem um peso estratégico para as empresas e, por isto ela deveria ser incorporada ao planejamento empresarial. Esta ideia foi aceita principalmente pelos pesquisadores acadêmicos e consultores organizacionais conferindo grande impulso para o tema além de, se estender para outras áreas do negócio, incorporando aos sistemas, projetos e programas empresariais, constituindo-se em pauta de políticas organizacionais, além de outras áreas de conhecimento científico.

A ampliação e a disseminação do conceito seguida de sua aplicação em diferentes áreas do conhecimento, em nível nacional e internacional, dificultaram a elaboração de um constructo para a área de gestão. No entanto, trouxeram proposições mais atraentes para as empresas, na medida em que, ela foi associada a busca e ganhos de vantagem competitiva. Porter e Kramer, 2006. Nesta linha de raciocínio Tenório (2015) destaca que houveram dois momentos históricos para o cenário da responsabilidade social.

Para o autor até a década de 50, foi representada pela passagem da economia agrícola para a industrial, compreendida como geração de lucro, bem como o pagamento de impostos e cumprimento das obrigações. O segundo período histórico é marcado pela participação popular e intervenção do Estado na economia, situação que se estende até os dias atuais. Neste entendimento a transição dos modelos de produção causaram mudanças na sociedade, relacionados aos valores sociais.

As relações complexas entre empresas e sociedade transformou o tema Responsabilidade Social em um campo de estudos direcionados a praticas institucionais corporativas e empresariais, relacionadas a vivência das pessoas e a relação com o meio ambiente. Dessa forma trazendo a tona estudos sobre governança, gestão social e sustentabilidade com uma visão sistêmica e multidisciplinar

Nesta perspectiva este artigo apresenta uma análise das publicações científica com o objetivo de mostrar o desenvolvimento da produção bibliográfica mapeando especificamente trabalhos nacionais e internacionais resultantes de estudos publicados no período de 2007 a 2022, em bases de dados da área de negócios. Dessa forma, o artigo está organizado nesta introdução, na revisão bibliográfica sobre responsabilidade social e apresentação da análise, propriamente anunciada.

O valor de uma análise bibliométrica, segundo Levy e Ellis (2006), reside no fato de ela propiciar uma revisão sistemática de assuntos pré-determinados, tendo como

finalidade primordial a compreensão sobre a sua evolução e também apoiar a criação de base teórica. Dessa forma, reside neste aspecto a contribuição do presente estudo.

Revisão bibliográfica sobre Responsabilidade Social

Responsabilidade social significa um “compromisso que deve se ter para com a coletividade por meio de procedimentos que afetem positivamente a alguma comunidade”. Para isto requer um ambiente em condições para que as ações sejam implementadas e gerenciadas. Assim compreende-se como sendo um processo de gestão estratégica. Ashley (2002, p. 6) . Na visão de Melo Neto e Froes (2001, p. 27), “as ações de responsabilidade social exigem organização e gestão eficiente pelas empresas-cidadãs”. Os autores diferenciam estas das ações de filantropia, que se destaca pela forma voluntária e individualizada, enquanto que a responsabilidade social é uma ação coletiva que tem por objetivo mudar o ambiente, promovendo, assim, a inclusão social.

O Instituto Ethos (2000) lançou no Brasil, modelo de indicadores de Responsabilidade Social, os quais ajudaram na construção de ferramentas para a utilização em diferentes entidades na América Latina. Os indicadores Ethos foram descritos para o espanhol e utilizados por vários países. Nesta perspectiva Carrol (1999) previu que a tendência para o novo milênio seria o crescimento das tentativas de mensuração das iniciativas de responsabilidade social tanto quanto o desenvolvimento teórico, baseado em pesquisas empíricas de modo que a teoria se reconcilie com a prática. autor concluiu que o tema fornece suporte a outras teorias gerenciais e, visa também atendimento de necessidades das comunidades enquanto organismo que atuam em uma sociedade.

Para Carroll (2007) a responsabilidade social é um meio de atender aos anseios da sociedade tratando-a de forma ética sem comprometer a lucratividade das empresas, bem como a geração de emprego sem comprometer a vida no planeta. Neste limiar a ISO 26000 (2010, p. 19), tem o atributo da responsabilidade social das organizações e, deve incorporar ações nos procedimentos deliberativos, bem como imputar consequências de suas atividades para sociedade e no meio ambiente. Segundo a referida norma provoca uma atuação das empresas baseada na confiança e ética que contribua para o desenvolvimento sustentável. Ao mesmo tempo que deve levar em consideração as necessidades das partes interessadas e que esteja em compatibilidade com a legislação nacional bem como acordos internacionais.

Moon (2007) compara a Responsabilidade Social Corporativa - RSC com o desenvolvimento sustentável e, embora ambos tenham conceitos próprios . O autor considera que através de interesse econômico as empresas deixam de ter visão de longo

prazo porque estão mais preparados para buscar lucratividade a curto prazo. O autor destaca que o comportamento de membros individuais da sociedade, ao exercerem práticas excludentes para alguns setores da podem gerar conflitos sociais. Comenta também que falhas regulatórias que incluem inadequações na capacidade governamental ameaçam o desenvolvimento de aspectos sustentáveis.

Wood (1999) compactua de que as empresas implementam projetos sociais para criação de políticas públicas de responsabilidade. A autora em suas pesquisas traz a tona discussões sobre repercussões sociais do desempenho empresarial; programas para implementar a responsabilidade ou responsividade; bem como políticas realizadas pelas empresas para guiar questões sociais relacionadas aos diversos interesses dos *stakeholders*. Estudos de Melo et al. (2017) e Tenório (2015) sobre responsabilidade social apontam que o conceito deve ser ampliado e sugerem temas complementares e multidisciplinares para que haja inovação no campo de estudo.

Metodologia e procedimentos metodológicos

O estudo utilizou uma abordagem de análise quali e quanti, de natureza descritiva. Fez-se uso de pesquisa documental com técnica de análise bibliométrica destinada a quantificar e analisar a produção científica do tema, conforme (Cooper, 2010). Sua importância se dá pela avaliação da pesquisa acadêmica no sentido de orientar rumos e estratégias para a realização de futuros trabalhos. Dada as aplicações a que se destina um estudo bibliométrico é necessário buscar literatura a partir da escolha do tema, análise e interpretação das informações e a apresentação dos resultados. Figueiredo (2014) afirma que estudos bibliométricos se referem a capacidade de mensuração das publicações científicas através de análise de publicações e ou citações.

Neste entendimento, foram eleitas bases nacionais e internacionais de publicação científica, para o período 2007 a 2022, da área de negócios quais sejam: portal de periódicos da CAPES, *Scielo*, *Spell*, além de incluir anais do EnAnPAD – Encontro Nacional dos programas de pós-graduação em Administração. Internacionalmente foram consultadas as bases *Scopus* e *Web of Science*.

Para o processo de acesso e busca da produção adotou-se como descritores os termos “responsabilidade social, estudos bibliométricos, bibliometria, estado da arte, produção científica” para consulta as bases de dados nacionais e “*social responsibility*” para as bases internacionais. A inclusão dos termos “estudo bibliométrico, bibliometria, estado da arte e produção científica” junto ao termo responsabilidade social justificou-se após constatar o elevado número de publicações sobre o tema principal (vide tabela 1). Esta medida permitiu não apenas a redução quantitativa, mas também qualificar e

selecionar esta produção sistematicamente analisada em estudos já realizados na modalidade bibliométrico.

Simultaneamente ao processo de acesso e busca, definiu-se os indicadores da análise bibliométrica filtrando-os para: ano da publicação, autoria, objetivos dos estudos, campo empírico de aplicação e resultados obtidos. O padrão de autoria incluiu os nomes dos autores, país de origem e ano da publicação; quanto aos objetivos foram analisadas as intencionalidades e finalidades das pesquisas; as áreas de aplicabilidade se constituíram no campo empírico dos estudos e, quanto aos resultados deu-se destaque para as principais contribuições dos estudos e sua relevância para o avanço do conhecimento da temática.

A tabela 1 mostra o resultado do processo de acesso e busca para a fase de identificação dos estudos bibliométricos realizados no período eleito, sobre os descritores nas duas modalidades de bases (nacional e internacional) além de, indicar após a aplicação dos filtros o número de artigos selecionados para compor o presente estudo.

Tabela 1 Identificação dos estudos bibliométricos nas bases nacional e internacional

Descritores de busca	ENANPAD	SPELL	SCIELO	SCOPUS	WEB OF SCIENCE
Social Responsibility			100	183	162
Responsabilidade Social	160	892			
Responsabilidade social e estudos bibliométricos	19	46			
Social responsibility and bibliometric studies			29	40	24
Meta análise	1				
Bibliometria, estado da arte e produção científica			3		
Selecionados para análise e leitura	5	2	4	12	7

Fonte: Elaborada pelos autores.

Desse modo, a decisão de quais artigos iriam compor o estudo apoiou-se sobre o critério de atendimento aos descritores "responsabilidade social, estudos bibliométricos, bibliometria estado da arte, produção científica" nas bases nacionais e "social responsibility" nas bases internacionais. A pesquisa foi realizada utilizando-se

inicialmente do termo responsabilidade social e, posteriormente estudos bibliométricos, bibliometria, meta análise e produção científica. No primeiro descritor (base nacional) foram registrados 46 artigos na base Spell e 19 nos anais do EnANPAD, totalizando 65 estudos . No segundo descritor (base internacional) foram identificados 40 na base *Scopus*, 24 na base *Web of Science* e na base *Scielo* 29 , totalizando 93 estudos. Nos dois descritores (nacional e internacional) foram identificados 158 estudos sobre responsabilidade social.

Após proceder a leitura dos títulos, resumos, introdução e considerações finais dos artigos identificados, decidiu-se descartar aqueles que apresentaram repetitividade e reprodução do conceito de responsabilidade social bem como similaridades muito próximas em relação ao alcance dos resultados das pesquisas. Feito este procedimento, fez-se o *download* dos artigos filtrados, e em seguida foram lidos integralmente e criados registros em tabela do *excel*, fonte de apoio a análise. Este processo foi aplicado para os 21 estudos internacionais e 11 nacionais, resultando 32 estudos que compuseram o campo de análise do presente artigo. Estes estão assim estabelecidos : 14 da base *Scopus*, 12 da base *Web of Science*, 7 da base *Scielo*, 4 da base *Spell* 2 e, dos anais do EnANPAD foram 5 artigos.

Análise e Discussão dos Resultados

Buscou-se elencar artigos selecionados no Encontro da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Administração. O ENANPAD é maior congresso brasileiro na área de administração e o segundo maior no mundo. E, o Spell por ser conhecido junto aos pesquisadores, como um sistema de indexação e disponibilização de pesquisas em especial para o objeto de estudo deste trabalho. Assim no quadro 1, consta a seleção dos artigos e, está estruturada segundo a base das publicações, a autoria e o período eleito para o estudo.

Quadro 1 Artigos selecionados em base de dados nacional

Base	Autor/Ano	Artigos selecionados
EnANPAD	Moretti, & Figueiredo, 2007	Análise bibliométrica da produção sobre responsabilidade social das empresas no enanpad: evidências de um discurso monológico.
	Souza et al., 2008	Responsabilidade Social Corporativa: um estudo bibliométrico da produção dos EnANPADs na última década.
	Menezes et al., 2011	Responsabilidade social corporativa: Uma meta análise de periódicos Nacionais e eventos da Anpad.

	Pescador et al., 2013	Responsabilidade social corporativa: um estudo bibliométrico sobre as publicações no Enanpad de 2001 a 2011.
	Souza et al., 2013	Estudo bibliométrico de teses e dissertações de programas <i>stricto sensu</i> em administração sobre responsabilidade social empresarial.
Spell	Melo et al., 2017	Responsabilidade social e competitividade Um estudo bibliométrico da evolução do tema.
	Bergel et al., 2015	Relação entre marketing e Responsabilidade Social Empresarial nos congressos da ANPAD : estudo bibliométrico de 1998-2012.
	Lourenco et al., 2020	Determinantes das Práticas de Responsabilidade Social Empresarial: Pressão Institucional ou Oportunidade Estratégica.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Assim, para Moretti e Figueiredo (2007), o discurso sobre responsabilidade social apresenta um componente reprodutor de conceitos que retroalimenta o processo monológico de interesse somente das empresas. Para os autores, esse procedimento afasta o núcleo de conhecimento sobre o assunto e o aprofundamento de estudos sobre complexidade das relações sociais pautadas na ética da solidariedade. E, enfatizam que a agressão ao meio ambiente e as desigualdades sociais aumentam a pressão da sociedade para práticas socialmente responsáveis.

Em função da dificuldade de padronização conceitual, há nesse período uma repetição de conceitos que contribuem para o afastamento da reflexão sobre a heterogeneidade das relações sociais. Com isso, o processo gera variados entendimentos que se perpetuam somente ao interesse das empresas.

Santos; Souza e Falkemback (2008) analisaram uma amostra de 121 artigos sobre RSC publicadas nos Encontros da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (EnANPADs), no período de 1998 a 2007. As autoras concluíram que há um gradual fascínio da comunidade acadêmica pelo tema, dada a evolução na parcela de artigos apresentados no evento. Para as autoras, as publicações estão baseadas em pesquisas empíricas e que fazem perceber que este é um campo em construção com necessidade de reflexão e aprofundamento.

Observa-se com isso que, em função da subjetividade do tema e o interesse dos pesquisadores, é importante se investir na consolidação do conhecimento. Nota-se que há preocupação dos autores com as pesquisas empíricas e com a necessidade de busca de novos conhecimentos.

Moretti e Campanário (2009) relatam que a produção apresentada no ENANPAD 2009 trouxe inovações relacionadas às disposições conceituais para a RSE, apesar de ainda serem pouco utilizadas na literatura. Nesse sentido, foram abordados assuntos, tais como autoridade, baseados em informações do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada e do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social; e o novo espírito do capitalismo, com respaldo em Weber.

Souza et al. (2013) realizaram um estudo em teses e dissertações de programas *stricto sensu* em administração no Brasil, sobre responsabilidade social empresarial, entre os anos de 1998 e 2009. Os autores destacam que o tema vem aumentando em relação ao total de trabalhos publicados na área nos últimos cinco anos da análise. Conforme demonstrado pela pesquisa, verifica-se um aumento de estudos dos temas relacionados à responsabilidade social, tais como: governança corporativa, ética, sustentabilidade empresarial, mercado de baixa renda, voluntariado nas organizações, ética, diversidade, *marketing* social, responsabilidade socioambiental, balanço social, mercado para a terceira idade, inclusão digital e conflitos socioambientais.

Diante desse cenário, pode-se notar que na definição de RS passou-se a abordar vieses que alinham interesses desde a preservação do valor econômico bem como o bem comum da coletividade. Nesta perspectiva, verifica-se a importância de uma boa governança atuando dentro dos princípios éticos para que as empresas e organizações tenham sustentabilidade.

Pescador et al. (2013) realizaram uma investigação sobre as publicações desse tema no Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração - EnANPAD, no período de 2001 a 2011. O universo de pesquisa foi composto segundo os autores pelo número de 8.696 publicações no respectivo período, e a amostragem foi formada por 123 publicações de artigos que possuíam como descritor 'Responsabilidade Social Corporativa' ou 'Responsabilidade Social Empresarial' no título. Segundo os autores, as citações de maior significância foram apresentadas, entre os autores mais citados, Carroll, A. B., que se destacou, corroborando a importância da análise bibliométrica para se verificar a evolução do campo de estudo, autores mais citados, entre outros.

Em 2015, Bergel et al. realizaram uma investigação em pesquisas realizadas sobre *Marketing* relacionada à Responsabilidade Socioambiental Empresarial - RSAE, publicada nos congressos EMA, 3Es, ENEO e EnANPAD, realizados pela ANPAD - Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. Para os autores, ficou comprovado que a maior parte dos estudos empíricos está restrita na repetição de estudos já realizados. Outro fato relevante na pesquisa é que existe uma elevada

quantidade de referências provenientes de livros e materiais desenvolvidos para a utilização em cursos de graduação em Administração. Demonstrando dessa forma a urgência de publicações que tragam a tona experiência de ações socialmente responsáveis implantadas.

Melo et al. (2017) analisaram 344 artigos e suas referências, por meio de redes de citações e, apresentaram um panorama de discussões sobre a abordagem responsabilidade social corporativa de maneira a evidenciar a competitividade. A pesquisa foi realizada em um período 19 anos e, sendo demonstrado como sendo um assunto multidisciplinar, recente e emergente. Para os autores, apesar da primeira publicação ser realizada em 1996, foi a partir do ano de 2006 que as discussões foram difundidas. Para os autores estudos tais como: estratégico, que se destacam como base teórica para a discussão, e aspectos relacionados a visão tendo por base orientações recebidas pela escola de posicionamento. Dentre os principais resultados, verificou-se que as publicações concentram-se em quatro periódicos internacionais (*Journal of Business Ethics, Journal of Cleaner Production, International Journal of Production Economics e Corporate Social Responsibility and Environmental Management*).

Lourenco et al. (2020), realizaram um estudo sobre práticas de responsabilidade social empresarial, a luz da teoria institucional. Cujo objetivo foi de analisar como fatores divergentes explicam o envolvimento em RSE. O estudo realizou-se em uma indústria do setor calçadista. Para os autores os resultados indicam pontos institucionais que se complementam com a estratégia da organização e, que a pressão corporativa gera oportunidade.

Assim, observa-se que, a partir estudos, abre-se espaço para se trabalhar posicionamento estratégico para o tema. Na sequência evidencia-se no quadro 2, artigos encontrados na base de dados internacionais *Scopus* uma base de dados de resumos e citações de literatura revisada por revistas científicas, livros e anais de eventos. A base de dados *SCOPUS* foi selecionada por apresentar mais de 16 milhões de Perfis de Autores exclusivos, 5.859 periódicos e 10,6 milhões de artigos (SCOPUS, 2020).

Quadro 2 Artigos selecionados na base de dados internacional Scopus

AUTOR	ORIGEM/ANO	ARTIGOS ELEITOS
<i>Meyssonnier, F., Rasolofo, D.</i>	<i>France/2011</i>	<i>Balanced Scorecard and management of the corporate social responsibility: Lessons learned</i>
<i>Morselli, A.</i>	<i>Italy/2017</i>	<i>Measuring Corporate Social Responsibility disclosure and the financial crisis in Italy. Comparison of the two years prior to the crisis (2006) and the two years since the onset of the crisis (2010)</i>

<i>Eiró-Gomes, M., Raposo</i>	<i>Portugal/2020</i>	<i>O papel dos profissionais de relações públicas na responsabilidade social empresarial: alguns apontamentos da realidade portuguesa</i>
<i>Gandolfi, V.</i>	<i>Itály/2015</i>	<i>Corporate social responsibility evaluation</i>
<i>Jiménez, C. G. et al.</i>	<i>Spain/2016</i>	<i>Propuesta de Indicadores de la Responsabilidad social Universitaria conforme a la guía G4 del GRI: el caso de la Universidad de Córdoba</i>
<i>Hernández & Sanchez</i>	<i>Spain/2016</i>	<i>Análisis del Efecto de la Responsabilidad Social Empresarial en los Resultados Empresariales de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes)</i>
<i>Castellanos, J. M. B.</i>	<i>Spain/2019</i>	<i>La responsabilidad social en las administraciones públicas, con especial referencia a la comunitat Valenciana</i>
<i>Férrandez, L. V.</i>	<i>Chile/2015</i>	<i>Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero</i>
<i>Larran J. Pena</i>	<i>Spain/2015</i>	<i>Analysis of social responsibility of universities from different theoretical stances</i>
<i>Pirnea, I. C., & Gherța, M.</i>	<i>Romania/2017</i>	<i>Social implications of social responsibility with the purpose of increasing the enterprise competitiveness</i>
<i>Witkowska, J.</i>	<i>Polônia/2016</i>	<i>Corporate Social Responsibility: Selected Theoretical and Empirical aspects. Comparative Economic Research,</i>
<i>Allouch et al.</i>	<i>France/2015</i>	<i>L'éthique des élites scolaires. Du mérite à la responsabilité sociale chez les étudiants de sciences po Paris et de l'Université d'Oxford , Allouch et al. França</i>
<i>Ramos & Silva Canadillas, I. P.</i>	<i>Spain/2017</i>	<i>Delimitación del Marketing con Causa o Marketing Social Corporativo mediante el análisis de empresas que realizan acciones de responsabilidad social</i>
<i>Andreu-Pinillos, A.</i>	<i>Spain/2020</i>	<i>Corporate governance in sustainability indexes: A Spanish case study gobierno corporativo en los índices de sostenibilidad: Un estudio de caso español</i>
<i>Fortuna, F. Paesano, A.</i>	<i>Italy/2022</i>	<i>5.0 as a New Stakeholder Responsibility</i>

Fonte: Elaborado pelos autores.

Gómez (2013) escreveu um artigo com o objetivo de construir um marco analítico para identificar e caracterizar a evolução de informações sobre responsabilidade social internacional e na Colômbia, referente ao período de 1997 a 2010. E conclui que a mensuração que há informação pelo enfoque da *Initiative Global (GRI)* e que tem sido capturada pela lógica financeira focada mais na legitimização do que nos aspectos de transformação. Pela pesquisa do autor verifica-se que há necessidade de que a iniciativa Global de sustentabilidade seja aplicada ao local de forma de traga transformações nos aspectos econômicos, ambientais e sociais.

Nesta perspectiva, Meyssonier (2011) realizou uma pesquisa ação durante três anos por meio de pesquisa de campo sobre implantação de responsabilidade social corporativa para a empresa social para o Habitat (ESH), utilizando o *Balanced Scorecard*. O autor realizou um painel estratégico anual para relatórios mensais, como projeto piloto

a partir dos estudos de campo e reflexões sobre a natureza do BSC. Verifica-se dessa forma que para os estudos sobre o assunto estão sendo buscados novos conhecimentos baseados em aspectos tangíveis e intangíveis.

Na visão de Eiró et al. (2020), pesquisadores esperam encontrar em nível estratégico a responsabilidade da administração pública. Segundo os autores o que se verifica é que as corporações tendem a escolher a RSE como conceito principal e não gostam do conceito de cidadania corporativa, ou seja, a ideia de ser um social e ator político. O que muitas vezes esta idéia vem impactar na realidade dos dados apresentados a sociedade.

Morselli (2010) realizou um estudo com a finalidade de construir um marco analítico para identificar e caracterizar e evolução das informações sobre responsabilidade social. Para isto utilizou indicadores do GRI no período de 1997 a 2010. O autor concluiu que a evolução e tendências dos resultados demonstram que a informação social e ambiental tem sido capturada pela lógica financeira e trazendo mais legitimação do que transformação para as organizações. Assim, o estudo corrobora com a necessidade de se trazer a tona aspectos substantivos para a implantação e monitoramento de ações de responsabilidade social.

Gandolfi (2015) analisa ações empresariais destinadas a qualificar as empresas como socialmente responsáveis, de acordo com a definição de RSE dada pela Comissão Européia. O autor realiza uma crítica de que com a realização das ações socialmente responsáveis recebem vantagem para os consumidores, comunidade e partes interessadas. Por outro lado, o autor diz que é possível que as empresas façam declarações enganosas sobre responsabilidade social corporativa (CSR), como em muitos países, não há regras padrão para avaliação de desempenho. Segundo o autor a pesquisa é baseada em pesquisas empíricas sobre CSR realizadas por outras organizações ou obtidas em sites da empresa.

O autor desenvolve , um método para avaliar o desempenho global da empresa, focalizando o contexto externo e evitando comunicações de RSE falsas. E, o sugere políticas públicas para desenvolver uma governança virtuosa para promover o desenvolvimento sustentável. Reforça-se dessa forma a importância de que as ações sejam realizadas com a intenção de melhoria do ambiente deixando de ser apenas uma forma de realizar *marketing*.

Jiménez et al. (2016), estudaram o papel da transparência e da responsabilidade da administração socialmente responsável nas universidades públicas na Espanha. Para isso, realizaram um modelo para redigir relatórios de responsabilidade social baseados em ferramentas internacionais GRI G4 padronizadas e adaptadas à realidade das universidades. Na visão dos autores facilita a comparabilidade das iniciativas socialmente

responsáveis e a análise de sua evolução ao longo do tempo. Assim, um estudo de caso foi realizado na Universidade de Córdoba.

Os estudos apontam que as universidades espanholas escolhem modelos propostos pelo GRI ou pelo Conselho Social de Universidades Públicas no Fórum da Andaluzia, ou combinação de ambos. Os autores realizaram o estudo através de indicadores econômico, ambiental ou social e, de acordo com "Diretrizes de Sustentabilidade GRI G4". E, concluíram que, todos os indicadores podem ser adaptados e aplicados em universidades. Assim através do conhecimento global é possível a aplicabilidade local, trazendo dessa forma mudanças.

Hernández et al. (2016), analisam a importância da Responsabilidade Social Corporativa nos resultados das empresas tanto em micro como pequenas e médias. O autor analisou o padrão de dados utilizando descrição de sustentabilidade de 278 pequenas, médias e microempresas espanholas feitos sob os padrões GRI. Para isto foi utilizado o software Smart PLS 3.2.3 para a análise das hipóteses e a obtenção de resultados. Na pesquisa o autor destaca que, através dos resultados encontrados as MPMEs também desenvolvem atividades de RSC e, segundo o autor após a mensuração, verifica-se que apresentam resultados satisfatórios diante os indicadores.

Castellanos (2019) realizou uma pesquisa que verifica a aplicação da responsabilidade social Administração pública. Para o autor a inserção de princípios as Administrações impactam diferentes setores da vida, tais como educação, pesquisa, cultura, esporte, consumo de produtos e serviços socialmente responsáveis, políticas inclusivas, emprego, proteção ambiental e cooperação para o desenvolvimento. E, destaca ainda, foi promulgada a Lei 18/2018, de 13 de julho, na comunidade Valenciana, que trata da responsabilidade social. Segundo o autor esta lei visa regular não só as questões destacadas, também conceder incentivos e reconhecimentos pela efetiva utilização da normativa.

Fernández et al. (2015), analisaram de divulgação sobre Responsabilidade Social Corporativa por diversos canais comunicacionais, com a finalidade de verificar a influência sobre o desempenho financeiro e a reputação corporativa. Para isso os autores identificaram quatro dimensões para a análise, que são: sociais, éticas, ambientais, parceiros. Utilizaram uma amostra de 55 empresas chilenas para o período 2007-2012. Os resultados apontaram que a adoção da dimensão social e ética melhora o desempenho, enquanto que, a relação com os parceiros beneficia a imagem corporativa. A preocupação com a ética nos negócios e os cuidados com a sociedade melhoram a imagem da empresa e conseqüentemente o rendimento.

Larran e Peña (2015) utilizaram diferentes teorias para justificar o conceito relacionado ao compromisso com a responsabilidade social das universidades. Para o autor, o objetivo foi identificar qual teoria se ajusta melhor aos preceitos do termo nas universidades (RSU), tendo em vista a necessidade de criar um quadro teórico útil para a explicação conceitual das diretrizes da responsabilidade social universitária. Para o autor, o principal contributo do artigo permite inferir que o conceito RSU deve ser configurado de acordo com as hipóteses da teoria das partes interessadas, dada a necessidade de atender as expectativas dos diferentes *stakeholders* em cada uma das funções de um ambiente econômico, social e ambiental.

Os autores encontram controvérsias sobre a padronização de atividades econômicas e sociais relacionadas à *Global Reporting Initiative*. Analisaram a teoria dos *stakeholders* e, para atender diferentes expectativas, sugerem que deva ser configurado com as hipóteses da teoria das partes interessadas. Neste estudo verifica-se a tendência da utilização da substantividade no interior das relações.

Para Pirnéia (2016) realizou uma investigação com a finalidade de destacar as implicações sociais da responsabilidade social, a fim de aumentar a competitividade das empresas tanto a nível mundial como na Romênia. Segundo o autor foram aplicados questionários *on line* para 47.000 consumidores. O autor diz que a primeira empresa no ranking, em termos de melhor reputação em relação aos esforços de responsabilidade social foi a Microsoft, seguida do segundo lugar pelo Google. Os resultados apontado pelo do estudo segundo o autor, mostraram que, em primeiro lugar, foram apontados envolvimento em campanhas verdes, a Petrom Company, que possui 18% das campanhas de conscientização da comunidade projetadas em torno do verde, a uma distância de 8 pontos para a próxima empresa do ranqueamento.

Witkowska (2016) relata que o tema ainda se refere ao debate sobre como deve ser interpretado o assunto RS, quais modelos podem ser utilizados na prática empresarial, a participação das empresas em ações que tragam benefícios em função de atividades socialmente responsáveis. Para o autor, embora a prática comercial demonstre que as empresas voluntariamente incluem questões sociais e ambientais em suas atividades e nas suas relações com as partes interessadas, é difícil determinar quais intenções as motivam. Ao se analisar discussões sobre o assunto, se verifica controvérsias sobre a padronização de atividades econômicas e sociais. Nas entrelinhas da discussão apontada pelo autor, verifica-se que existe uma significativa quantidade de indicadores e ferramentas, no entanto pouco utilizadas para implantação de projetos de responsabilidade social.

Assim, a responsabilidade social integra a estratégia de transformação de modelo de gestão quando se trata de interesses econômicos, sociais e ambientais através do envolvimento de diferentes atores para o compartilhamento de conhecimentos e experiências em torno da questão social. O que se verifica na literatura são variadas interpretações e dinâmicas sobre aspectos econômicos e sociais.

Allouch et al. em (2017) desenvolveu um trabalho com estudantes da Oxford University e Sciences de Paris, tendo como base a etnografia comparativa, explorando as diferentes maneiras pelas quais os estudantes explicam e justificam seu status e posição social. O autor comparou sistema escolar e do mercado de trabalho. E destaca que o senso de responsabilidade social permite que os alunos diminuam a tensão entre seus próprios privilégios e o reconhecimento das crescentes desigualdades sociais, quando a força retórica do mérito foi enfraquecida pela injustiça da reprodução social. O autor encontrou nos estudos a existência da dimensão moral associada ao processo de internalização da distinção social, quando a literatura sobre elites se concentra em dimensões culturais e econômicas.

Ramos e Silva (2017) realizou uma pesquisa empírica com 111 casos de empresas que preencheram questionário on line na página da Fundación Empresa e Sociedade sobre as características do Marketing Relacionado a Causas sociais ou Marketing Corporativo. O estudo foi realizado na Espanha. O autor desenvolveu a metodologia em duas etapas: indutiva inicial, baseada na literatura e nos casos de empresas, estudada qualitativamente em busca de um modelo ou hipótese e uma segunda dedutiva de análise quantitativa das variáveis definidas. Como contribuições os resultados apontam que as questões levantadas para aproximar as diferenças entre o Marketing Relacionado a Causas, o Marketing Corporativo Social, a Filantropia e os Negócios para a Responsabilidade Social, identificam contribuições e partes interessadas. Evidenciando dessa forma, os diversos interesses das empresas e organizações provenientes da implantação de ações.

Pinillos (2020) desenvolveu um estudo, na Espanha, sobre governança corporativa e responsabilidade social corporativa têm se aproximando o tema com índices de sustentabilidade. O estudo teve como objetivo confirmar se os índices de sustentabilidade, incluídos na dimensão de governança corporativa, nem todos são homogêneos e relevantes. Para o autor os estudos apontaram que há necessidade de se analisar os índices em relação a representatividade. Com a publicação deste artigo, pode-se identificar estudos que tratam sobre governança e sustentabilidade relacionada ao tema.

Fortuna e Paesano (2022) realizaram um estudo na Itália sobre o paradigma 5.0 e a possível relação dos Stakeholders com a responsabilidade social corporativa. Este estudo teve por base o conceito surgido na indústria europeia sustentável e destacando-se como inovação centrada no ser humano. Nos estudos os autores ressaltam a importância da abordagem centrada no ser humano, a responsabilidade das partes interessadas na empresa e o desenvolvimento sustentável. E destacam na pesquisa a importância da utilização de elementos da indústria 5.0 para as áreas de gerenciamento dos negócios.

Na sequência identifica-se no quadro 3 artigos publicados na *Web of Science* que é uma base de dados de artigos completos, resumos e citações de literatura que examina anais de conferências internacionais, simpósios, seminários, colóquios, oficinas e convenções. Essa base contém uma produção de pesquisa que abrange as áreas de ciência, ciências sociais, artes e humanidades.

Quadro 3 Artigos eleitos para análise na base de dados internacional – *Web of Science*

<i>AUTOR</i>	<i>origem/Ano</i>	<i>ARTIGOS ELEITOS</i>
<i>Scarpato D. et al.</i>	<i>Italy/2008</i>	<i>Corporate social responsibility as a tool for competitiveness and sustainability of local systems: The case of water buffalo meat in Campania region</i>
<i>Morselli, A.</i>	<i>Italy/2010</i>	<i>Measuring Corporate Social Responsibility disclosure and the financial crisis in Italy. Comparison of the two years prior to the crisis (2006) and the two years since the onset of the crisis</i>
<i>Nieto M. T. G., & Rodriguez, J. M. G.</i>	<i>Spain/2018</i>	<i>Corporate social responsibility in undergraduate communication studies</i>
<i>Molina, M. M.</i>	<i>Spain/2018</i>	<i>Corporate social responsibility and tourism. reality or posture?</i>
<i>Dabijaa, R. B., & Dan C.</i>	<i>Romania/2014</i>	<i>Empirical Study on the Impact of Service, Communication and Corporate Social Responsibility on the Image of Romanian Retail Brands</i>
<i>Zaharia et al.</i>	<i>Romania/2010</i>	<i>commercial activity's contribution to sustainable development by social responsibility actions: a vision of smes</i>

Fonte: Elaborada pelos autores.

Scarpato et al. (2008) desenvolveram um trabalho no Sul da Itália, com o objetivo de contribuir para o debate sobre responsabilidade social em especial o desenvolvimento competitivo sustentável regional, destacando a importância da posição competitiva de um determinado contexto territorial e a proteção da integridade dos recursos naturais, incluindo fatores culturais e a paisagem sustentável. Para os autores isso requer a adoção de padrões comportamentais de negócios e indivíduos que trabalhem com base nos princípios de responsabilidade social. A forte interdependência entre a empresa e o ambiente externo impõe que a responsabilidade social corporativa (RSE) seja um elemento fundamental para a salvaguarda do patrimônio ambiental e dos recursos

culturais. E, conclui que a RSE pode se tornar uma fonte de vantagem competitiva e uma ferramenta de diferenciação.

Morselli (2010) desenvolveu um estudo sobre ao conteúdo do relatório de sustentabilidade elaborado de acordo com os critérios da GRI por empresas listadas no FTSE-MIB que utilizaram este padrão. Segundo o autor a pesquisa serve para verificar as hipóteses de que: H0: a divulgação de RSE não muda durante um período de crise financeira; H1: a divulgação da RSE muda significativamente durante os períodos de crise financeira. E conclui que ao ser examinado estudos anteriores se verifica a lógica de análise de conteúdo, quando encontradas as palavras chave: ambientais e sociais derivadas da estrutura GRI no relatório de sustentabilidade em um sistema de pontuação. Para o autor as pontuações servem para analisar a hipótese do estudo e, apontar em que medida a divulgação da RSE ultrapassou os indicadores, da crise financeira e econômica.

Nieto Rodríguez, (2018) analisa os treinamentos sobre responsabilidade social na oferta acadêmica na graduação em universidades espanholas públicas e privadas, concentrando-se no campo da comunicação como pilar ligado à gestão da RSE. Para isto foram realizadas entrevistas em profundidade com professores das matérias de RSC. O autor conclui em seus estudos que nas universidades públicas as disciplinas científicas sobre o assunto estão relacionadas com o campo da gestão de negócios, tais como Administração, Gestão de Negócios, Finanças, Contabilidade, Bancos, Seguros, Economia, Marketing, Relações Trabalhistas ou Direito. E destaca que o conteúdo é orientado para o cumprimento das normas legais e o monitoramento dos indicadores internacionais de qualidade na gestão. Para os autores a ênfase é colocada para a própria organização que a exerce se referindo dessa forma a responsabilidade social corporativa. Nota-se dessa forma a tendência de se trazer a tona a participação das pessoas no processo de discussões sobre o assunto.

Zaharia et al. (2010) relata uma pesquisa sobre o desenvolvimento do conceito de responsabilidade social e revela que o conceito tornou-se um elemento do desenvolvimento sustentável. Para isto os autores apresentam resultados de uma pesquisa qualitativa entre pequenas e médias empresas envolvidas na atividade comercial em Bucareste, na Romênia. O estudo demonstra de que maneira as atividades de responsabilidade social atendem a estratégia nacional de desenvolvimento sustentável. E, conclui que as pequenas e médias empresas envolvidas na atividade comercial apresentam preocupação difusa subordinada aos interesses econômicos e, a responsabilidade social está relacionada ao cumprimento de obrigações legais.

Molina (2018) estudou a responsabilidade social corporativa no setor de turismo e, aponta para uma questão ignorada pela literatura científica. Para o autor apesar de muitas

empresas realizarem ações socialmente responsáveis neste segmento ainda o assunto é pouco difundido. E, indica que após a análise de relatórios de responsabilidade social, nota-se que as empresas preferem prestar atenção a dois grupos: clientes e funcionários. O autor analisa casos das empresas Renfe, Iberia e NH Hotels e, destaca que a gestão da responsabilidade social, demonstra diferentes formas de compreensão. Assim pode se ponderar sobre a necessidade de trazer a resultado de pesquisas que aliam a teoria e pratica para que haja maior interesse das empresas e organizações.

Dabija, DC (2014) investiga a forma como o serviço de comunicação das marcas varejistas Romenas contribuem para a percepção adequada dos consumidores sobre as ações de responsabilidade social. O autor também analisa o desenvolvimento da imagem das lojas analisadas. E, encontra indicadores que os resultados empíricos obtidos têm implicações gerenciais úteis para a alta gerência do varejo, para que se possa conhecer as preferências do cliente e uma posição de destaque no mercado.

A continuidade aos estudos no quadro 4 analisa-se artigos selecionados na base de dados *Scielo- Scientific Electronic Library Online*. Permite o acesso a artigos científicos da Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Costa Rica, Cuba, Espanha, Portugal, México e Venezuela.

Quadro 4 Artigos selecionados na base de dados internacional Scielo

<i>AUTOR</i>	<i>ORIGEM/ANO</i>	<i>ARTIGOS ELEITOS</i>
<i>Fabián L., & Martín Q.</i>	<i>Colombia/2014</i>	<i>Desresponsabilización mediante la 'responsabilidad social': una evaluación retórica a las cartas de los presidentes' presentes en tres informes de responsabilidad social empresarial en Colombia</i>
<i>Méndez-Beltrán Andrés</i>	<i>Colombia/2014</i>	<i>Desresponsabilización mediante la 'responsabilidad social': una evaluación retórica a las 'cartas de los presidentes' presentes en tres informes de responsabilidad social empresarial en Colombia</i>
<i>García S. M., & Váquiro N. E.</i>	<i>Bogotá/2013</i>	<i>Aproximación a los factores que influyen en la divulgación de información sobre RSC en empresas de América Latina</i>
<i>Cabrera R. A. L.</i>	<i>México/2016</i>	<i>Corporate social responsibility of large us multinationals in Mexico and their local adaptation from the institutional</i>

Fonte: Dados da pesquisa.

Para Fabian, Martin (2014) os relatórios de sustentabilidade são instrumentos de prestação de contas do desempenho ambiental, social e econômico das empresas. Assim, desenvolveram um estudo na Colombia e perceberam que estes são preparados por poucas empresas e que são elementos importantes para fortalecer a legitimidade das empresas no país. Para isto realizaram uma análise de discurso e as estratégias utilizadas

por algumas empresas para manter sua legitimidade, analisando as cartas dos presidentes que podem ser encontradas nos relatórios de RSC de três empresas colombianas, produzidas durante o ano de 2009. E, concluem que as empresas percebem a RSE como um elemento estratégico que permite melhorar sua imagem e, a partir daí, aumentar seu valor e rentabilidade. E que discursos incluem argumentos sobre a própria empresa (ethos), os valores aceitos pela sociedade (pathos) e as evidências do desempenho da empresa (logos). Como isso desenvolvem uma forma de se auto avaliar de forma positiva.

Nesta mesma perspectiva, Mendéz (2014) destaca que a sociedade exige atuação responsável por parte das empresas e, estas se associam a criação de valor econômico, utilizando o *marketing* como forma de aumentar as receitas. Dessa forma, segundo o autor, tendem a revelar unicamente as práticas responsáveis e esquecem aquelas que podem estar causando impactos negativos nos grupos de interesse, tais como: parceiros, acionistas, potenciais investidores e fornecedores, relacionamento neutro com os credores financeiros e relacionamentos indiretos com outras partes interessadas, buscando benefícios mútuos em uma cultura de negócios que gere valor econômico. Contrariando, dessa forma os preceitos básicos da preservação da vida no planeta.

Garcia e Vaquiro (2013) estudaram aproximação e compreensão dos fatores que condicionam a divulgação de informação sobre responsabilidade social em empresas cotadas dos países Latino-americanos na costa no Oceano Pacífico, com base na teoria da legitimação e, análise da divulgação de informação de responsabilidade social corporativa (RSC). Para isto foi utilizada a metodologia quantitativa com base na construção de um índice e a partir de análise fatorial confirmatório e análise multinível. Com isto permitiu conhecer a influência do ambiente institucional na divulgação de informação sobre RSC. Também, segundo o autor foi trabalhado dados qualitativos que evidenciam os valores que se sobressaem no ambiente institucional. Para o autor são condicionadas ações relacionadas à divulgação de informação sobre RSC. E, conclui que é importante o aprofundamento do estudo no âmbito institucional dos países, objeto de estudo evidenciando dessa forma que a informação divulgada constitui uma resposta aos mecanismos de institucionalização ou isomorfismos.

Para Cabrera (2015) a responsabilidade social corporativa consiste em ações sociais da empresa em relação aos seus grupos de interesse. O autor utiliza-se da teoria institucional para analisar a adaptação da responsabilidade social corporativa de dez empresas norte-americanas com base em análise do conteúdo de seus relatórios de responsabilidade social. E, verifica que a responsabilidade social corporativa dessas empresas apresenta uma institucionalização relacionada a abordagem filantrópica e

assistencial tradicional, institucionalização ambígua sobre apoio às MPMEs e segurança dos trabalhadores, enquanto questões como liberdade de associação e direitos humanos no contexto Mexicano, estão isentas de institucionalização, ou seja, apresentam institucionalização negativa, tais como o bem estar emocional, atividades culturais e o empoderamento das mulheres.

Para o autor, as dez empresas selecionadas incorporam instituições mexicanas em sua responsabilidade social. Segundo os autores a responsabilidade social em grandes empresas Americanas complementam as ações do governo. Auxiliam a sociedade civil face a problemas comuns nos países em desenvolvimento, tais como educação, fome, pobreza e saúde, questões institucionalizadas de forma positiva nessas empresas. Segundo o autor o governo se tornou um aliado e certificador, papéis que revelam uma interdependência assimétrica com os Estados Unidos .

Nesse sentido nota-se que o tema nesse período se volta para a estratégia de exame do ambiente interno e externo, baseado nos recursos e capacidades de natureza tangíveis e intangíveis. Assim, requer pensamento que venha beneficiar a coletividade. O que se percebe é que se passaram mais de dez anos da pesquisa e persistem ainda a necessidade de debate e aprimoramento. Logo, o tema é contemporâneo e está em desenvolvimento.

Por outro lado, apesar do tema ser antigo, ainda é recente, emergente, multidisciplinar e, aponta para diferentes direções do conhecimento. O que não se pode perder de vista são as atitudes proativas com a finalidade de construção de um mundo melhor perpetuado para gerações futuras. Assim, como relevância epistemológica do presente estudo tem-se a construção do conhecimento científico de forma sistematizada e, trazendo para o contexto a perspectiva teórica e empírica sobre o assunto.

Considerações Finais

O estudo mostrou uma diversidade teórica em múltiplas interpretações para o assunto responsabilidade social. Não há consenso conceitual, tendo em vista que foi desenvolvido com base nas diretrizes da organização mundial do comércio e organização internacional do trabalho, na sociedade pós-industrial. Foi ajustado em função da pressão social e, tenta se consolidar em um momento de aceleração e transformação do conhecimento.

Nesse entendimento, deixa-se de ter espaço para um discurso monológico, ideológico, controlador e, configura para além de um capitalismo, contudo sem mudanças na sua essência. Por outro lado, há emergência de inovação dentro de um novo modelo de responsabilidade social, não mais sendo estabelecidos padrões universais e,

sim adaptáveis as necessidades do ambiente e que tragam impactos e transformações da realidade.

Assim, no decorrer da pesquisa verifica-se que a abordagem que vem sendo estudada é dinâmica com uma visão sistêmica e multidisciplinar. No entendimento de acordo com o pensamento de Frigant (2015), Bergel (2015), Moretti (2009), Nascimento (2009), Vieira (2013), & Gandolfi (2015) é possível se utilizar de várias lentes epistemológicas para o campo de estudo. Cada vez mais se incorpora na visão dos pesquisadores vários entendimentos que vão desde modismo até obrigação, legitimidade, capital social, *performance*, *marketing*, meio ambiente gestão estratégica, gestão social, virtude, bem comum, economia dinâmica, proatividade, transparência, ética, cidadania, governança e sustentabilidade. Verifica-se também que há estudos com abordagens reaplicadas com base em estudos anteriores.

Os autores que fazem parte do assunto apontam lacunas na literatura tais como estudo mais aprofundado sobre *stakeholders*. Sugerem a construção de teoria de responsabilidade social baseada na estrutura institucional. Pesquisas empíricas demonstram que a responsabilidade social é um campo em construção e que há necessidade de reflexão e aprofundamento. Existem poucos estudos relacionados à *disclosure* da comunidade e demonstração de valor adicionado. Sugerem para futuras pesquisas a investigação do uso da nomenclatura sobre o tema ligado ao universo de implantação de ações sociais, bem como práticas de desenvolvimento sustentável, governança e responsabilidade social na perspectiva dos sujeitos beneficiados pelas ações.

Ao buscar informações sobre a evolução do conceito, pode-se verificar que responsabilidade social está em processo de construção do conhecimento. Assim, novas estratégias e possibilidades de aplicabilidade da teoria e prática passam a ser um elemento fundamental para abrir um grande debate nos meios empresariais, acadêmicos e pela sociedade. No entanto, verifica-se que há instrumentos na literatura para implantar, mensurar e evidenciar impactos sociais ambientais e econômicos, pouco utilizados.

Assim o objetivo da pesquisa de investigar em bases de dados nacionais e internacionais assuntos relacionado a RSE, foi atingido. O que se observou no decorrer da investigação que embora o conceito tenha sido desenvolvido para atender o sistema empresarial, há diversas pesquisas trazendo à tona a possibilidade de investigação sobre valoração da intangibilidade e subjetividade no interior das relações sociais. Assim, espera-se que novas averiguações sejam desenvolvidas buscando evidenciar aspectos científicos resultante do elo entre a teoria e prática, voltados para essa nova realidade

social que nos apresenta os resultados dessa investigação, em especial trazendo inovação para o conceito.

Referências

- Allouch A. et al. (2017). L'éthique des élites scolaires. Du merit à la responsabilité chez les étudiants de sciences po Paris et de l'Université d'Oxford. Acesso em 1 de novembro de 2018.
- Andreu-Pinillos, A., Fernández-Fernández, J. L., Fernández-Mateo, J. (2020). Corporate governance in sustainability indexes: A Spanish case study *Revista de Comunicacion*, 19(2), 7-28. Acesso em 20 de outubro de 2021.
- Ashley P. (2002). Ethics and Social responsibility in business. Ed. Saraiva.
- Bowen H. R. (1957). Social responsibilities of the businessman. Editora Civilização Brasil AS.
- Bergel, E. et al. (2015). Relationship between marketing and RSAE at Anpad congresses: bibliometric study from 1998-2012. *UNIMEP Administration Magazine*. 13(1), 189-209. Acesso em 10 de março de 2017.
- Cabrera Rubio, Anna Luisa (2016). The corporate social responsibility of large American multinationals in Mexico and its local adaptation from the institutional perspective. *Revista Col. San Luis* [online]. 6(12), 116-158. ISSN 2007-8846.
- Carrol, Archie B. (2007). Three-dimensional conceptual the terminology of partnerships. In The Copenhagen Centre, Partnership matters. Copenhagen, p. 31-35.
- Carrol, Archie B. (1999). Corporate social responsibility, evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268 -295. <http://bas.sagepub.com/cgi/abstract>. Acesso em 10 de setembro de 2018.
- Carrol, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Morale. Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/000768139190005G>. Acesso em 15 de maio de 2017.
- Castellanos, J. M. B. (2019) Social responsibility in public administrations, with special reference to the Valencian community] (2019). *Revista General de Derecho Administrativo*. <https://www.scopus.com/inward/>. Acesso em 28 de dezembro de 2020.
- Cooper, H. M. (2010). Research synthesis and meta-analysis: A step-by-step approach. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.: SAGE Publications.
- Garcia M., Vaquiro S. N. (2013). Approach to the factors that influence the dissemination of information about CSR in companies in Latin America. *Cuad. Contab.*, 14(34), 91-131. Acesso em 3 de maio de 2019.
- Dabijaa D. C., & Raluca B. B. (2014) Empirical Study on the Impact of Service, communication and Corporate Social Responsibility on the Image of Romanian Retail Teodor Mihali 58-60, 400591 ClujNapoca, Romania. Acesso em 3 de maio de 2019.
- Eiró-Gomes, M., Raposo (2020). The role of public relations professionals in socially responsible companies: some notes from the Portuguese reality
- Ethos I. (2002). <https://www3.ethos.org.br>. Acesso em 15 de setembro de 2017.
- Fernandez, L. V. et al. (2018). Social responsibility practices, corporate reputation and financial performance. *Business Administration Magazine*, 55(3), 329-344. Acesso em 10 de janeiro.
- Figueiredo Filho, D. B. et al. (2014). What is it, what is it for and how is a meta-analysis carried out? *Theory and Research*, 23(2), 205-228.
- Gamez M. R. V., & Gonzalez. (2013). Public social responsibility as a key element of employment policy. Acesso em 10 de outubro de 2016.

- Gandolfi, V. (2015). Corporate social responsibility evaluation. Acesso em 28 de outubro de 2018.
- Garcia et al. (2016). Toward construct validation of "social Responsibility of University Students" (SRUS). Acesso em 3 de novembro de 2018.
- García Nieto, M. T., & Gil Rodríguez, J. M. (2018). Corporate Social Responsibility in university communication studies. *Doxa Comunicación*, 27, 387-418.
- Hassani N. (2016). Organizational change management: The paradox of a brief and lasting systemic intervention. Acesso em 10 de novembro de 2020.
- Hernandez P., & Sanchez I. P. (2016). Analysis of the effect of corporate social responsibility on the business results of micro, small and medium-sized companies. Globalization, *Competitiveness and Governance Magazine*, 10(1). Acesso em 15 de fevereiro de 2018.
- ISO. (2010). ISO 26000 and the Definition of Social Responsibility. Retrieved December 30, 2012, from <http://www.triplepundit.com/2011/03/iso-26000-definition-social-responsibility/>. Acesso em 20 de agosto de 2018.
- Jiménez, C. G. et al. (2016). Proposal of indicators for University Social Responsibility according to the G4 guide of the GRI: The case of the University of Córdoba. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. (87). Acesso em 19 de fevereiro de 2018.
- Larrán J., Peña, A. (2015). Analysis of social responsibility of universities from different theoretical stances. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 6(15). Acesso em 18 de março de 2017.
- Levy, Y. & Elli, S. T. (2006). A systems approach to conducting an effective literature review IN support of information systems research. *Informing Science Journal*, 9, 181-212. Florida: EliCohen. Acesso em 10 de maio de 2017.
- Lourenco, M. S. M., & Sousa-Filho, J. M. (2020). Determinants of Corporate Social Responsibility Practices: Institutional Pressure or Strategic Opportunity?. *UFSM Administration Magazine*, 13(3), 535-553.
- Martinez Fernandez, Valentín Alejandro, Juanatey Boga, Óscar, Faria, & Maria José da Silva (2014). Impact of social responsibility from a business perspective in the north coast of Portugal. *Count. Adm*, 59(3), 89-135. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422014000300005&lng=es&nrm=iso. Acesso em 3 de maio de 2019.
- Melo, M. F. S. et al. (2017). Corporate social responsibility and competitiveness: a bibliometric analysis of the evolution of the topic. *Metropolitan Sustainability Magazine*, 7(2), 115-133. Acesso em 20 de fevereiro de 2018.
- Méndez-Beltrán, Jairo Andrés, Peralta-Borray, & Diego Alejandro (2014). Reflections regarding corporate social responsibility and the creation of economic value from the perspective of providers. *Accounting Journals*, 15(38), 625-645. doi: 10.11144/Javeriana.cc15-38
- Meyssonnier, F., & Rasolofo, F. (2011). Balanced Scorecard and management of the corporate social responsibility: Lessons learned. *Revue Francaise de Gestion*, 211(2), 81-92. Acesso em 2 de maio de 2019.
- Moon, J., & Vogel David. (2007). The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility. <https://books.google.com>. Acesso em 10 de outubro de 2020.
- Morselli A. & Ventura M. (2010). Measuring Corporate Social Responsibility disclosure and the financial crisis in Italy. Comparison of the two years prior to the crisis (2006) and the two years since the onset of the crisis. Acesso em 5 de novembro de 2018.
- Moretti, S. L. A., & Campanário, M. A. (2009). Brazilian intellectual production in Corporate Social Responsibility – CSR from the perspective of Bibliometrics. *Revista de Administração Contemporânea*, 13, nnspe, 68-86. Acesso em 10 de december de 2017.

- Fisherman, S. V. B. et al. (2013). Corporate social responsibility: a bibliometric study on publications in Enanpad from 2001 to 2011. *Revista Ciências Sociais em Perspectiva*, 12(23). Acesso em 10 de novembro de 2017.
- Pirnea, I. C., & Ghența, M. B., (2016). Social implications of social responsibility with the purpose of increasing the enterprise competitiveness. Acesso em 2 de novembro de 2018.
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 57-68. Acesso em 12 de outubro de 2018.
- Quezada, R. G. (2016) Perception of university student leaders on university social responsibility. OBETS. *Revista de Ciências Sociais*, 11(2), 461-485. ISSN 1989-1385. Acesso em 20 de fevereiro de 2018.
- Symphonya Emerging Issues in Management, 2, 2022 symplonya unicusamo.to. www.scopus.com. Acesso em 2 de fevereiro de 2023.
- Souza M. T. S. et al. (2013). (Bibliometric study of theses and dissertations from stricto sensu administration programs on corporate social responsibility. *Administration: teaching and research*, 14(1), 63-98. Acesso em 10 de dezembro de 2017.
- Tenório, F. G. (org) (2015). Corporate social responsibility: theory and practice. 10th ed. Rio de Janeiro: FGV.
- Witkowska, J. (2016). Corporate Social Responsibility: Selected Theoretical and Empirical Aspects, Department of World Economy and European Integration, *Poland*, 19 number. Scopus. Acesso em 20 de dezembro de 2018.
- Zaharia N. R. M., Stancu, A. et al. (2010). Commercial activity's contribution to sustainable development by social responsibility actions: a vision of smes. *Amfiteatru Economic*, 12(27), 155-167. Acesso em 10 de fevereiro de 2020.

ABSTRACT:

The subject of social responsibility has been debated for more than eight decades, initially at an international level and from the 90s onwards in Brazil, arising from different approaches and interests of different agents. This article aimed to show the development of this bibliographical production in the field of management, specifically mapping national and international works resulting from studies published between 2007 and 2022, in national and international journals. The indicators of authorship, objectives, methodology, field of application and conclusions of these studies were analyzed. The results of the analysis showed that the theme is dynamic and multidisciplinary and that there is a need to improve the concept. It can also be seen in the studies that there are varied conceptions of the concept, ranging from philanthropy to sustainability, with more recent research discussing indicators for the implementation and measurement of socially responsible actions so that theory is combined with practice. These procedures contribute to innovation on the topic, thus arousing the interest of researchers as well as companies and/or organizations in the implementation of permanent actions.

KEYWORDS: Social responsibility; Bibliometric analysis; Organizational studies.

RESUMEN:

El tema de la responsabilidad social ha sido debatido durante más de ocho décadas, inicialmente a nivel internacional y a partir de los años 90 en Brasil, a partir de diferentes enfoques e intereses de diferentes agentes. Este artículo tuvo como objetivo mostrar el desarrollo de esta producción bibliográfica en el campo de la gestión, específicamente mapeando trabajos nacionales e internacionales resultantes de estudios publicados entre 2007 y 2022, en revistas nacionales e internacionales. Se analizaron los indicadores de autoría, objetivos, metodología, campo de aplicación y conclusiones de estos estudios. Los resultados del análisis mostraron que el tema es dinámico y multidisciplinario y que existe la necesidad de mejorar el concepto. También se puede ver en los estudios que existen concepciones variadas del concepto, que van desde la filantropía hasta la sostenibilidad, siendo investigaciones más recientes que discuten indicadores para la implementación y medición de acciones socialmente responsables de manera que se combine la teoría con la práctica. Estos procedimientos contribuyen a la innovación en el tema, despertando así el interés tanto de investigadores como de empresas y/u organizaciones en la implementación de acciones permanentes.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad social; Análisis bibliométrico; Estudios organizacionales.