

Responsabilidade Social Corporativa: um estudo bibliométrico da produção dos EnANPADs na última década

Sônia Regina de Oliveira Santos

Mestranda em Administração (UNIVALI)

Professora da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI)

sonia.santos@univali.br

Maria José Barbosa de Souza

Doutora em Ciências da Comunicação (USP)

Professora do Programa de Pós-Graduação em Administração e Turismo

Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI)

mjbsouza@matrix.com.br

Jaime Rafael Falkembach

Graduando em Administração com Ênfase em Marketing (UNIVALI)

falkembach@univali.br

RESUMO

A responsabilidade social corporativa (RSC) ganhou um espaço significativo para discussão e reflexão na mídia, na academia e no ambiente corporativo. Prova disso é o aumento do número de publicações a respeito do tema. Esta investigação teve como objetivo analisar as pesquisas teóricas e empíricas sobre RSC publicadas nos Encontros da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (EnANPADs), no período de 1998 a 2007. A metodologia empregada foi a análise bibliométrica, de caráter exploratório-descritivo, em uma amostra de 121 artigos sobre o assunto. Os resultados revelaram que: a) há um crescente interesse da comunidade acadêmica pelo tema, dada a evolução na participação de artigos apresentados no evento, b) os trabalhos, na sua maioria, baseiam-se em pesquisas empíricas, demonstrando que a RSC é um campo em construção, que necessita de reflexão e aprofundamento, c) muitas das ações de RSC são utilizadas para obtenção de legitimidade social, estando ainda em níveis elementares de atuação, e d) grande parte dos estudos fundamentam-se na percepção de apenas alguns dos stakeholders, tais como gestores e funcionários das empresas.

Palavras-chave: responsabilidade social corporativa, produção científica sobre RSC, pesquisa bibliométrica.

1. INTRODUÇÃO

Desde o seu marco inicial, que data de 1953, com a obra *Responsibility of the Businessman*, de Howard Bowen (CARROLL, 1979), a RSC vem sendo discutida no âmbito internacional e nacional, na academia e no mercado, por diferentes autores e homens de negócios. São diversas lentes que buscam associar a responsabilidade social ao mundo corporativo. Isso porque as empresas são cada vez mais cobradas por sua postura em relação à comunidade e ao ambiente onde estão inseridas. Minimizar os impactos causados ao meio ambiente, produzir bens e serviços ecologicamente corretos, empregar processos produtivos por meio de tecnologias limpas e estabelecer um diálogo transparente, sustentado por valores éticos, com os seus diferentes *stakeholders*, passaram a ser comportamentos esperados pela sociedade.

A responsabilidade social corporativa inclui as expectativas da sociedade em relação às organizações nos aspectos econômico, legal, ético e filantrópico, em dado momento no tempo (CARROLL, 1979). Essa complexa dinâmica que envolve o relacionamento entre negócios e sociedade evidencia contradições em relação ao seu entendimento e à sua aplicação ética, afinal há uma multiplicidade de perspectivas, pelas quais a RSC pode ser compreendida. Esse fato desperta a atenção de estudiosos que buscam entender essa instigante área do conhecimento.

É sob essa motivação, com o propósito de contribuir com as discussões já suscitadas e embasar a tomada de decisão para estudos futuros, que este trabalho se propôs a empreender uma análise bibliométrica, método que permite à comunidade acadêmica analisar a evolução da produção científica de um determinado tema, medir o fator de impacto de periódicos, identificar os pesquisadores que estão realizando estudos sobre o assunto, verificar em que instituições de ensino se concentram os respectivos núcleos de pesquisa, e também expor limitações e potencialidades de melhoria da produção acadêmica da área, a serem debatidas em congressos e encontros científicos. Assim, a pergunta de pesquisa que direcionou esse trabalho foi: como se apresentam as pesquisas teóricas e empíricas sobre RSC, publicadas nos EnANPADs de 1998 a 2007? E, para tanto, levou-se em consideração as seguintes variáveis de análise: 1) quantidade de trabalhos publicados por ano, 2) divisão acadêmica dos artigos no evento, 3) tipo das pesquisas, 4) evolução das investigações, 5) instituições com mais publicações, 6) unidades de análise pesquisadas, e 7) principais temas, objetivos e resultados dos estudos.

O artigo está dividido em quatro partes. Inicialmente apresenta-se o referencial teórico que embasou esse estudo; em seguida descreve-se a metodologia empregada; a seguir são pormenorizados os resultados, considerando as variáveis de análise mencionadas; e finalmente são expressas as considerações finais, com os principais resultados, a descrição das limitações e algumas sugestões para pesquisas futuras. A partir disso foi possível traçar um panorama acerca dos trabalhos que vêm sendo produzidos num campo do conhecimento que tem se apresentado tão polêmico.

2. BIBLIOMETRIA E RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

As ciências da informação possuem diferentes técnicas quantitativas e qualitativas de avaliação, que permitem mensurar os fluxos da informação, a divulgação acadêmica e a disseminação do conhecimento científico. Entre as técnicas quantitativas estão: a bibliometria, a cienciometria, a informetria e a webometria, sendo essa última mais recente no Brasil (VANTI, 2002). Neste trabalho o enfoque será dado à bibliometria, termo popularizado por Alan Pritchard, em 1969, quando utilizou-o em substituição à expressão “bibliografia estatística” em seu artigo intitulado *Statistical Bibliography or Bibliometrics*.

Pritchard (1969) definiu a bibliometria como a aplicação da matemática e de métodos estatísticos aos livros e a outros meios de uma comunicação escrita. Seu caráter estatístico possibilita o mapeamento e a geração de uma série de indicadores necessários para planejar, avaliar e realizar a gestão da ciência e da tecnologia de uma dada comunidade científica. (GUEDES e BORSCHIVER, 2005). O foco de estudo da bibliometria, segundo esses autores, pode estar nos periódicos, nos autores, nas palavras, nas citações e na demanda de informação.

Os estudos bibliométricos têm sido utilizados com frequência nas mais diversas áreas do conhecimento e são elaborados por diferentes motivos, como sugere Barbosa (2004, p. 2), referindo-se à sua importância na Administração:

Seja pela necessidade de ‘conhecer a si mesmo’, seja pela perspectiva de construir ou propor alternativas que sirvam como referência à constituição de um marco evolutivo consistente, o fato é que o saudável interesse de autores preocupados com os rumos da pesquisa em Administração no Brasil tem despertado a comunidade acadêmica para reflexões sobre seu futuro.

Na Administração, Machado-da-Silva, Cunha e Amboni (1990) avaliaram a produção acadêmica no âmbito das organizações, no período de 1985 a 1989. Na área de Sistemas de Informação, Hoppen (1998) apresentou uma avaliação do estado da arte desse campo, com base em artigos publicados de 1990 a 1998, em revistas científicas de administração. No Marketing, Perin *et al.* (2000) se baseou em pesquisas que utilizaram *surveys*, publicados nos EnANPADs na década de 90, Froemming *et al.* (2000) avaliou a produção científica em importantes periódicos nacionais, também, na década de 90. Nos Recursos Humanos, Caldas, Tinoco e Chu (2003) buscaram compreender a influência de autores e de instituições na produção científica dessa área na década de 90. Na Contabilidade, Cardoso, Pereira e Guerreiro (2004) delinearum um perfil da pesquisa em custos, nos EnANPADs, de 1998 a 2003.

Na área de RSC, vários autores internacionais vêm realizando estudos críticos a respeito da produção científica sobre o assunto, como Carroll (1999) que analisou a evolução de seu construto desde a década de 1950, Bakker, Groenewegen e Hond (2005), que realizaram uma pesquisa compreendendo um período de 30 anos, enfocando a RSC e o desempenho social corporativo, cujos resultados apontaram que ao longo do tempo houve uma evolução de diferentes visões sobre a RSC; e Schwartz e Carroll (2007) que propuseram uma integração dos diferentes construtos que tratam de temas relacionados, como responsabilidade social corporativa, cidadania corporativa, ética nos negócios, gestão de *stakeholders* e sustentabilidade.

Ao se avaliar a literatura da área, é possível constatar que o assunto já vem sendo tratado na academia estrangeira há bastante tempo, o que faz com que seu conceito esteja mais consolidado, tendo a obra de Bowen (1953) marcado o início das reflexões acerca do tema. Depois disso, outros trabalhos alcançaram destaque, como os de Zenisek (1979), Carroll (1979, 1991, 1999) e Schwartz e Carroll (2003, 2007) com a proposição de modelos teóricos para conceituar e compreender o assunto; de Wartick, Cochran (1985) e Wood (1991), que descreveram modelos para avaliar o desempenho social corporativo; e de Maignan e Ferrell (2001), que verificaram a relação entre as empresas que são voltadas ao mercado e a RSC, dentre outros de significativa relevância.

Freire *et al.* (2008) sugeriram que os trabalhos realizados no exterior englobam, além da extensão do conceito de responsabilidade social, uma relação de interdependência desse com os construtos mencionados por Schwartz e Carroll (2007), na tentativa de sugerir um paradigma que venha a explicar o campo dos negócios e sociedade. Para tanto, continuamente propõem modelos teóricos, os quais são frequentemente reavaliados pelos próprios autores e por outros pesquisadores interessados.

A discussão sobre RSC no Brasil é mais recente. De 309 artigos sobre RSC encontrados no Brasil, desde a década de 1960, 91,3% foram publicados a partir dos anos 2000, fato que justifica a diferença no nível de complexidade se comparados os estudos nacionais com os internacionais (FREIRE *et al.*, 2008).

Nas décadas de 1980 e 1990 os trabalhos foram escassos. Destaca-se uma edição especial da Revista de Administração de Empresas, publicada em dezembro de 1984, na qual encontram-se os trabalhos de autores como Gonçalves (1984), que retratou os desafios humanos, sociais, políticos e econômicos enfrentados por empresários, apresentando o

balanço social como instrumento de medição para tais; Guimarães (1984), que utilizou uma abordagem histórica para avaliar a relação entre os objetivos econômicos e sociais das organizações; Magalhães (1984), que discutiu a responsabilidade social como consequência da ação política dos indivíduos e da sociedade; Motta (1984), que abordou a responsabilidade social nas organizações públicas; Oliveira (1984), que tratou as práticas socialmente responsáveis das pequenas e médias empresas; e Tomei (1984), que analisou a opinião dos empresários sobre RSC.

Posteriormente, os trabalhos de Ashley, Coutinho e Tomei (2000), Melo Neto e Froes (2001), Alves (2003), Pinto e Lara (2004), Pereira e Pinto (2004), entre outros, deram relevantes contribuições ao assunto. Por ser um tema abordado mais recentemente na academia brasileira, se comparado a outros países, observa-se certa falta de consenso acerca das questões conceituais relacionadas ao assunto (ASHLEY, COUTINHO e TOMEI, 2000, PINTO e LARA, 2004). Alguns autores como Kreitlon (2004), Passador, Canopf e Passador (2005), Marques *et al.* (2006) e Moretti e Figueiredo (2007) analisaram criticamente os trabalhos acadêmicos publicados sobre RSC no Brasil, embora nem todos tenham sido declarados como estudos bibliométricos.

Kreitlon (2004) propôs três correntes teóricas para orientação da produção acadêmica: a *business ethics*, de caráter normativo, justificada pelo dever moral de ser socialmente responsável; a *business & society*, com enfoque mais pragmático, político e sociológico, numa expectativa de realizar trocas com a sociedade onde a empresa está inserida; e a *social issues management*, numa abordagem mais instrumental de lidar com a ética e com as questões sociais de forma estratégica. A autora esclarece que essas teorias, apesar de distintas, acabam apoiando-se e promovendo a mesma formação de idéias centrada na apropriação da iniciativa privada por questões de interesse público e político.

Passador, Canopf e Passador (2005) realizaram um resgate teórico sobre a responsabilidade social e as bibliografias mais utilizadas nas publicações dos EnANPADs até o ano de 2004. Os resultados demonstraram que, embora as bibliografias sejam comuns entre os artigos investigados, existem múltiplas interpretações acerca desse tema, as quais os autores trataram pelas seguintes nomenclaturas: responsabilidade social como modismo, trazendo à discussão o assunto como efêmero ou como produto da contemporaneidade; liberais, neoliberais e afins, defendendo a diminuição do papel do Estado na economia; legitimação social, considerando que a empresa faz ações sociais por causa de seus próprios interesses; uma questão ética, preconizando a atuação socialmente responsável como um dever moral; e responsabilidade social corporativa, implicando em si uma questão estratégica.

Marques *et al.* (2006) reuniram 68 artigos publicados em revistas científicas e nos anais do EnANPAD, num período que compreendeu desde 1979 até 2005. As considerações apontadas foram no sentido de uma mudança do foco filantrópico das organizações para um escopo mais abrangente e voltado aos públicos internos e externos das empresas. Além de um interesse maior dos pesquisadores em conhecer as consequências das ações sociais realizadas pelas empresas.

Moretti e Figueiredo (2007) utilizaram, como fonte de consulta, os anais dos EnANPADs no período de 2003 a 2006. Suas descobertas indicaram a existência da reprodução de um grupo restrito de autores e artigos nesse campo do conhecimento, bem como a escolha por temas mais operacionais que não buscam um aprofundamento das razões e das causas da RSC. A análise comprovou ainda que “a escolha dos poucos autores da amostra acaba por gerar um efeito de profecia auto-realizável pela qual um autor remete a uma bibliografia que é utilizada pelos autores subseqüentes, estabelecendo um ciclo que parece não tem sido interrompido” (MORETTI e FIGUEIREDO, 2007, p. 14).

Esses trabalhos são algumas das evidências de que a RSC gera uma série de tencionamentos acerca das suas razões teórico-empíricas e de que, no Brasil, o assunto ainda carece de estudos sobre seus fundamentos, por ser uma área de investigação recente na academia.

3. METODOLOGIA

Para atingir o objetivo proposto neste trabalho, foi realizada uma pesquisa bibliométrica, de caráter exploratório-descritiva, em dados secundários, constituídos pelos artigos publicados sobre RSC nos EnANPADs, nas suas respectivas divisões acadêmicas e áreas temáticas associadas, no período de 1998 a 2007.

O universo da pesquisa foi composto de um total de 5.910 trabalhos apresentados no citado evento, nos dez anos considerados, disponíveis nos anais eletrônicos da base de dados da ANPAD, e respectivos CD-Roms, por meio do sistema de busca iANPAD. A seleção dos artigos para composição da amostra deu-se em função das seguintes palavras-chave: responsabilidade social, cidadania corporativa e ação social, resultando numa amostra final de 121 trabalhos que se propunham a estudar essas temáticas nas organizações.

A pesquisa desenvolveu-se por meio da identificação e do registro dos títulos dos trabalhos, seguidos de leituras dos resumos e dos textos completos, para levantamento das informações a serem registradas.

As variáveis de análise foram dispostas num instrumento de coleta de dados, no caso, um roteiro estruturado que compreendeu: 1) o ano do evento, 2) a divisão acadêmica na qual o trabalho foi inscrito, 3) o tipo de pesquisa, 4) a evolução das investigações, 5) as instituições que mais publicaram, 6) as unidades de análise pesquisadas e 7) os principais temas, objetivos e resultados dos estudos. Essas informações foram processadas e analisadas por meio da estatística descritiva e apresentadas em tabelas, contendo as frequências absolutas e relativas dos dados quantitativos, que serviram de base para análise e interpretação dos resultados.

4. RESULTADOS DAS ANÁLISES

A seguir são expostos os resultados encontrados a partir das sete variáveis de análise descritas na metodologia.

4.1 ARTIGOS PUBLICADOS NO EVENTO POR ANO

Os artigos analisados compreenderam o período de 1998 a 2007. A Tabela 1 expressa a participação da RSC no evento de maneira geral, indicando um aumento de mais de 1.000% em dez anos. Salientam-se os anos de 2002 e 2006, que apresentaram os mais expressivos crescimentos em comparação com os demais. A evolução do número de artigos publicados anualmente demonstra o crescente interesse da comunidade acadêmica pelo tema.

Tabela 1 - Artigos publicados nos EnANPADs de 1998 a 2007

Ano	Total de artigos publicados no evento	Total de artigos publicados no evento sobre RSC	Participação relativa no evento (%)
1998	251	2	0,80
1999	270	1	0,37
2000	449	4	0,89
2001	418	4	0,96
2002	551	10	1,81
2003	627	13	2,07
2004	790	16	2,03
2005	778	20	2,57
2006	839	28	3,34
2007	943	23	2,44

Total	5.916	121	2,05
--------------	--------------	------------	-------------

O crescimento do número de artigos publicados sobre a RSC no EnANPAD, demonstrado na Tabela 1, acompanhou o aumento das publicações a respeito do assunto em periódicos científicos e em outros eventos da área de Administração no País, a partir dos anos 2000, conforme comprova um estudo realizado por Freire *et al.* (2008), atribuindo aos referidos eventos uma expressiva contribuição para o desenvolvimento do conhecimento científico sobre responsabilidade social no Brasil.

4.2 DIVISÃO ACADÊMICA DOS ARTIGOS NO EVENTO

A estrutura do EnANPAD consiste em divisões acadêmicas, de caráter permanente, as quais contemplam diferentes áreas temáticas associadas, de natureza temporária. Neste trabalho optou-se por classificar os artigos pelas divisões acadêmicas utilizadas no ano de 2007, pois algumas das divisões anteriores foram extintas e seus trabalhos enquadrados em divisões relacionadas.

A Tabela 2 mostra uma maior concentração de trabalhos sobre RSC na divisão acadêmica de Administração Pública e Gestão Social, situação relacionada ao fato de no ano de 2003 ter sido criada uma área temática intitulada de Gestão Social e Ambiental, a qual passou a reunir o maior número de trabalhos relacionados ao assunto. No entanto, a RSC parece chamar à atenção de estudiosos de outras áreas que apresentaram produção a respeito, como, principalmente, as de Marketing e Estudos Organizacionais.

Tabela 2 – Divisão acadêmica dos artigos nos EnANPADs de 1998 a 2007

Divisões acadêmicas do evento	Total de artigos publicados sobre RSC nas divisões acadêmicas
Administração Pública e Gestão Social (APS)	65
Marketing (MKT)	13
Estudos Organizacionais (EOR)	13
Estratégia em Organizações (ESO)	10
Contabilidade (CON)	9
Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho (GPR)	8
Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade (EPQ)	2
Finanças (FIN)	1
Total	121

Os artigos publicados na divisão acadêmica de Marketing concentraram-se, principalmente, em identificar os efeitos da realização de ações socialmente responsáveis das empresas no comportamento dos consumidores, bem como em relacionar a RSC ao marketing social. Já os trabalhos apresentados na divisão de Estudos Organizacionais demonstraram interesse por diferentes temas, tais como: proposta de modelos e metodologias, voluntariado, imagem institucional, entre outros, no âmbito das organizações.

4.3 TIPO DAS PESQUISAS PUBLICADAS NO EVENTO

Nessa seção avaliou-se o tipo de pesquisa quanto à sua abordagem metodológica, tomando como base a declaração explícita dos autores. Quando o tipo de pesquisa não foi declarado, a análise baseou-se nos métodos de coleta de dados empregados. Foram considerados ensaios os trabalhos resultantes exclusivamente da pesquisa bibliográfica e com discussões e proposições de conceitos e modelos teóricos.

A Tabela 3 destaca uma predominância de pesquisas empíricas (qualitativa, quantitativa e quali-quantitativa), num total de 81%, na sua maioria estudos qualitativos. As investigações, além de apresentarem um referencial teórico a respeito do tema, tiveram uma

comprovada preocupação em verificar a postura socialmente responsável das empresas, a partir das práticas que desempenham.

Tabela 3 – Tipo das pesquisas publicadas nos EnANPADs de 1998 a 2007

Tipo de pesquisa	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Total	%
Ensaio	1	-	1	2	2	3	2	3	3	6	23	19
Qualitativa	1	1	3	-	4	6	5	8	13	6	47	39
Quantitativa	-	-	-	2	4	3	5	6	8	7	35	29
Quali-quantitativa	-	-	-	-	-	1	4	3	4	4	16	13
Total	2	1	4	4	10	13	16	20	28	23	121	100

4.4 EVOLUÇÃO DAS PUBLICAÇÕES

A Tabela 4 mostra que houve um aumento significativo de trabalhos e autores a partir do ano de 2002. O número de IES teve um incremento a partir do ano de 2001, mas foi em 2006 que a produção sobre RSC atingiu a maior quantidade de artigos e autores, bem como um expressivo número de instituições. Destaca-se que o total de autores excede a totalidade de trabalhos em função de vários estudos serem assinados por mais de um autor. Na autoria dos 121 artigos investigados, foram levantados 206 autores de 65 instituições diferentes.

Tabela 4 – Evolução das publicações nos EnANPADs de 1998 a 2007

Ano	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Total
Artigos	2	1	4	4	10	13	16	20	28	23	121
Autores	4	2	7	9	21	25	29	40	60	50	206
IES	4	1	3	8	10	13	18	21	23	24	65

4.5 INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR (IES)

A Tabela 5 registra as instituições que mais publicaram nos EnANPADs sobre RSC, na última década. Para compor essa tabela foram consideradas as IESs com mais de cinco trabalhos publicados no período. As doze instituições apresentadas são responsáveis por 76% do total de artigos publicados sobre o tema.

Devido à limitação de espaço, a referida tabela apresenta apenas as IESs que ocupam as cinco primeiras posições, no entanto, salienta-se a existência de outras instituições de expressiva produção na área.

Tabela 5 – Instituições que mais publicaram nos EnANPADs de 1998 a 2007

IES	N.º de artigos	Participação relativa nos artigos publicados (%)
1º Fundação Getúlio Vargas – FGV/EBAPE	14	12
2º Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUCMinas	9	7
2º Universidade de São Paulo – USP	9	7
3º Universidade Estadual de Londrina – UEL	8	7
3º Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ	8	7
4º Fundação Getúlio Vargas – FGV/EAESP	7	6
4º Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG	7	6
5º Faculdades IBMEC	6	5
5º Universidade Estadual de Maringá – UEM	6	5
5º Universidade Federal da Bahia – UFBA	6	5
5º Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN	6	5
5º Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS	6	5
Total	92	76

O conhecimento desse dado permite aos pesquisadores estabelecer contatos para trocas de informações e experiências, identificar possíveis grupos de pesquisas que têm a RSC

entre seus objetos de estudo, com vistas à articulação de trabalhos multidisciplinares e interinstitucionais, bem como possibilitar uma agenda de pesquisas.

4.6 UNIDADES DE ANÁLISE INVESTIGADAS

Nesse item foram identificadas as unidades de análise investigadas nos artigos empíricos, ou seja, nos 98 estudos cujas pesquisas se classificaram como qualitativa, quantitativa ou quali-quantitativa. A Tabela 8 registra que a maioria dos trabalhos se concentrou em percepções de gestores de empresas e de funcionários. Além desses, muitas investigações foram baseadas em análises de documentos, sendo esses balanços sociais, relatórios anuais de atividades, *websites* e outros materiais institucionais.

É interessante salientar que apesar de sete estudos terem registrado a investigação de pessoas da comunidade beneficiadas pelos projetos sociais, esse número ainda é pequeno comparado ao número total de pesquisas empíricas. O item ‘outros’, com o registro de seis estudos, tratou-se da investigação de públicos bem específicos como coordenadores de cursos de administração, acadêmicos de administração de empresas, ciências contábeis e serviço social, monitores de projetos sociais e instituições parceiras em programas sociais.

Tabela 8 – Unidade de análise dos artigos publicados nos EnANPADs de 1998 a 2007

Unidade de análise	Nº. de artigos
Gestores de empresas e funcionários	41
Documentos	29
Consumidores	10
Funcionários e pessoas da comunidade atendidas pelos projetos sociais	7
Outros	6
Não declarado	5
Total	98

Essa informação possibilita identificar os públicos que vêm sendo pouco privilegiados nos trabalhos, a fim de incluí-los em estudos futuros.

4.7 TEMAS, OBJETIVOS E RESULTADOS DOS TRABALHOS

Nessa seção será abordada uma breve descrição dos principais temas, objetivos e resultados encontrados na maioria das pesquisas analisadas. Os mesmos serão apresentados levando-se em consideração as divisões acadêmicas às quais os artigos foram associados.

Na divisão de Administração Pública e Gestão Social foram identificados 65 artigos. Como declarado anteriormente, essa divisão concentra o maior número de publicações em função de ter sido criada para incluir, especificamente, os trabalhos de cunho social, por isso ela abrange uma variedade de temas.

A RSC suscita a reflexão de modelos teóricos, metodologias e indicadores que visam explicar a natureza do tema, bem como avaliar a sua aplicabilidade. Foram doze os estudos que tiveram o caráter de propor novos modelos ou remodelações e aplicar modelos já existentes.

A divulgação das informações sociais foi um assunto que despertou a atenção, com a proposição de sete estudos com esse teor. Desses, o balanço social foi apontado quatro vezes como uma das ferramentas principais de disseminação das práticas sociais, destacando-se inclusive o seu caráter estratégico. As descobertas revelaram que o tamanho da empresa está associado positivamente à sua publicação e que as empresas que mais publicam estão entre aquelas que geram altos impactos sociais e ambientais. No tocante ao seu conteúdo, parece haver uma menção de que é pouco consistente. Três trabalhos se propuseram a analisar outros materiais institucionais como os *websites* das empresas.

Cinco estudos preocupam-se em explicar e justificar a RSC por meio do arcabouço teórico que compreende a ética, resultando em discussões de modelos e abordagens que relacionavam à ética aos negócios, chegando-se à conclusão de que uma empresa socialmente responsável não pressupõe uma empresa ética. Além disso, foi investigado o papel da ética e da RSC na eficácia empresarial, na percepção de futuros e atuais gestores, indicando que esses últimos são mais sensíveis ao tema.

O comportamento do consumidor perante a RSC foi alvo das pesquisas em três oportunidades, ficando evidente que há uma preocupação desse em relação ao assunto, porém não chegando a interferir no consumo, sendo uma das principais razões o desconhecimento das ações sociais praticadas pelas empresas realizadas.

Os critérios das empresas para patrocinar projetos filantrópicos assistencialistas foram investigados em três trabalhos, revelando que a maioria faz o investimento baseado na decisão de conselhos, comitês ou colegiados, e que eles tendem a atender populações próximas da empresa, privilegiando projetos auto-sustentáveis. Observou-se que a RSC é confundida com obrigação social, ou seja, uma exigência legal que deve ser obedecida, e voltada ao assistencialismo de ações que minimizam problemas imediatos, estando as empresas nos níveis mais elementares de atuação da RSC.

Três trabalhos se dedicaram fundamentalmente à análise do discurso presente na RSC, destacando-se que: há relações de poder nas ações sociais empreendidas pelas empresas; o discurso organizacional não é neutro; e a própria escolha dos temas abordados caracteriza um posicionamento político. Outra inferência é de que o discurso da RSC está presente nos níveis mais altos, porém em níveis técnicos, ele é silenciado, sendo a descrença no tema uma de suas causas.

A gestão ambiental foi abordada em três estudos e as descobertas apontam para a sua prática como um atenuante dos impactos causados. As empresas que mais utilizam recursos naturais na sua produção são as que mais fazem investimentos ambientais a fim de compensar os impactos negativos. No entanto, parece que os aspectos ambientais ainda não são reconhecidos como um valor organizacional.

Em três estudos a institucionalização da RSC foi discutida e associada a temas como a sobrevivência do capitalismo, o voluntariado, aspectos mais instrumentais como balanço social e *websites*. As descobertas sugerem um processo isomórfico na busca pela legitimidade social, que ainda não aconteceu de maneira completa.

No que se refere ao tipo de público atendido pelos projetos sociais de empresas, dois trabalhos chamaram a atenção para uma preponderância de investimentos para o infanto-juvenil, com prioridade para aspectos educacionais e capacitação profissional. Além desses, outras duas pesquisas elegeram como foco a percepção dos gestores sobre a RSC, os resultados foram diferenciados em termos de conhecimento e de atuação.

A relação empresa e comunidade também foi alvo de duas investigações. Os resultados pareceram mostrar que os projetos sociais executados pelas empresas, às vezes, não são iniciativas socialmente responsáveis. Outro aspecto é o valor atribuído aos investimentos espontâneos em detrimento dos obrigatórios por lei, ou seja, os investimentos que têm origem nas motivações da empresa são mais valorizados do que os investimentos realizados por exigência da lei.

A RSC foi avaliada no turismo em dois trabalhos, demonstrando que as ações desse segmento, quando praticadas, estão mais relacionadas à dimensão econômica e legal.

Algumas outras questões estiveram na pauta dessa divisão acadêmica, tais como: a qualidade de vida; a gestão socialmente responsável de empresas transnacionais; os fundamentos da gestão social; a competência da regulação das ações de RSC; o alinhamento dos conceitos de qualidade, excelência, RSC e sustentabilidade; os critérios para definir ações socialmente responsáveis ou atividades de marketing social corporativo; as ações socialmente responsáveis para a criação de valor para os *stakeholders*; a RSC sob a perspectiva da Norma da ABNT, NRB 16001; as experiências de pesquisadores, professores e consultores, a fim de traçar um panorama dos dilemas, das oportunidades e dos limites da área no Brasil e, finalizando; a discussão do conceito de desenvolvimento, que para uns é sinônimo de crescimento econômico, enquanto para outros pressupõe outras dimensões, as quais incluem questões sociais, ambientais e democráticas.

Dos treze artigos apresentados na divisão acadêmica de Marketing, cinco se propuseram a observar o impacto das práticas de RSC na intenção de compra (IC) dos consumidores. Os resultados se mostraram divididos. Dois encontraram pouca influência da RSC no comportamento de compra do consumidor e outros dois evidenciaram uma relação positiva entre esses dois fatores, chegando o consumidor a pagar até 10% a mais pelo produto de uma empresa socialmente responsável. E um último, que tratou da elaboração de um modelo com os principais construtos que moderam a relação entre a RSC e a IC.

Além dessas, outras quatro pesquisas abordaram os efeitos do envolvimento social das empresas na percepção da imagem institucional e da marca, com vistas ao atendimento dos objetivos de marketing corporativo. Os resultados indicaram que os consumidores e os empresários têm uma percepção positiva sobre a imagem e a marca de empresas que desenvolvem práticas de marketing para causas sociais, embora, às vezes, os consumidores não consigam diferenciar a essência das ações desenvolvidas.

Outras quatro investigações associaram as posturas socialmente responsáveis à concepção de marketing social, fazendo reflexões sobre os significados dos termos que envolvem o marketing e as práticas sociais.

A divisão acadêmica de Estudos Organizacionais foi integrada por treze trabalhos de diferentes temas. No que se refere à institucionalização das práticas sociais do setor bancário do Brasil, três trabalhos foram propostos, cujos resultados apontaram para o fato de as ações serem moldadas em função do deslocamento do capitalismo, ou seja, ir além das questões materiais, atendendo a interesses do bem comum e do próprio sistema financeiro.

As práticas assistencialistas foram retratadas em dois trabalhos. Num estudo foi percebido que a fundamental contribuição da empresa é estabelecer relacionamento com a comunidade de maneira a proporcionar o desenvolvimento humano sustentável, de forma compartilhada, não havendo espaço para práticas assistencialistas. Em outro foi retratado a prática de ações sociais empresariais voltadas ao atendimento de demandas externas, mas de forma assistencialista.

No tocante a modelos conceituais e a metodologias para avaliar programas sociais, dois trabalhos objetivaram analisar a RSC.

A questão da imagem foi discutida nessa divisão em um trabalho, tendo ficado claro que as empresas que se dizem socialmente responsáveis devem incorporar verdadeiramente esses valores em sua cultura, sob o risco de serem mal interpretadas pela sociedade, o que acarretaria em prejuízo para a sua imagem.

O voluntariado empresarial e o comprometimento organizacional foram observados em um trabalho, cujo resultado demonstrou que o incentivo da empresa para o voluntariado não faz com que os seus funcionários sejam mais ou menos comprometidos.

Para finalizar os estudos dessa divisão, um trabalho procurou estabelecer as dimensões ideológicas do conceito de RSC, a partir da visão de Maurício Tragtenberg, autor que critica a propriedade privada, dizendo que essa é o empecilho para a ligação entre os negócios e a sociedade, haja vista que a sociedade é dividida em classes e, portanto, não há função social possível, na propriedade privada.

A divisão de Estratégia em Organizações soma dez pesquisas de diversos temas. Quatro pesquisas foram empreendidas com objetivo de associar a RSC à gestão estratégica das organizações. Por exemplo, os programas de RSC são fortemente relacionados à imagem da empresa; os modelos de planejamento estratégico não contemplam de forma adequada os fatores ambientais e sociais e, para tanto, foi proposto um novo modelo, o qual integra o meio ambiente natural e a RSC; as práticas socialmente responsáveis, em algumas empresas, são resultado de eventos erráticos e são mais formalizadas para determinados *stakeholders*, entre eles os clientes.

O investimento social e a sua respectiva prestação de contas foi o foco de discussões em três trabalhos. Um deles mostrou que o investimento social no Brasil, na época da realização do estudo, era heterogêneo e híbrido. Outro destacou a necessidade de as empresas se legitimarem como socialmente responsáveis impulsionando as práticas de *accountability*. E o terceiro observou que as empresas têm desenvolvido uma postura socialmente responsável mais presente com o público interno e com os clientes.

Dois estudos concentraram-se, respectivamente, numa análise conceitual e num modelo teórico. O primeiro identificou similaridades e divergências entre o conceito de RSC e cidadania empresarial, apontando para o fato de a primeira fazer parte da orientação estratégica da empresa, levando-se em consideração aspectos éticos em diferentes dimensões do negócio e a segunda ser incorporada à performance social visando ao desenvolvimento sustentável. O segundo tratou de um modelo teórico para avaliar um programa social de uma organização.

Finalizando essa divisão, uma outra investigação demonstrou os resultados da atuação de uma empresa em uma comunidade com vistas ao desenvolvimento local.

Dos nove trabalhos da divisão acadêmica de Contabilidade, sete concentraram seus temas no balanço social, como importante instrumento de divulgação de informações de natureza social, no sentido de destacar as metodologias indicadas para seu desenvolvimento e as informações mais freqüentes, que se relacionaram aos recursos humanos, ao valor adicionado, ao meio ambiente e a RSC.

A relação existente entre os fundos de investimento socialmente responsáveis e sua rentabilidade foi abordada em um trabalho. Os resultados comprovaram que os fundos socialmente responsáveis possuem uma rentabilidade parecida com os demais fundos de ações, no entanto, as empresas que fazem parte desse fundo, têm melhor performance.

E por fim, um último estudo investigou e comprovou a interação de demonstrativos contábeis ao suporte das estratégias da cidadania organizacional das empresas.

A divisão acadêmica de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho contou com a apresentação de oito artigos. Cinco deles buscaram a percepção e a participação dos funcionários em relação a RSC. As descobertas apontaram para um processo participativo desse público e outras não.

Duas pesquisas trataram dos profissionais de recursos humanos. Uma delas destacou a ação social como um desafio para esses profissionais. E a outra evidenciou o papel dos gestores de recursos humanos, os quais apresentaram um entendimento amplo acerca do tema,

destacando-se inclusive que a postura socialmente responsável oferece um diferencial considerável na retenção e na admissão de pessoal.

Além desses, em um outro trabalho, foi analisado a relação entre RSC com os funcionários e a performance financeira das empresas. Os resultados encontrados foram diversos. Credibilidade, respeito, orgulho, imparcialidade, ética e equilíbrio entre trabalho e vida profissional apresentaram relação positiva, no entanto, remuneração, benefícios e desenvolvimento profissional não apresentaram relação.

A divisão acadêmica de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade contou a inscrição de dois artigos. Um buscou identificar como os valores de mercado, éticos e de RSC estão inseridos na formação desses dois cursos. Os resultados denotaram que as diretrizes desses cursos estão pautadas para questões técnicas que orientam execução de ações, ficando a ética restrita ao exercício da profissão e ao ambiente corporativo. E o outro objetivou investigar qual a idéia de RSC presente na formação acadêmica de administradores. As descobertas sugeriram que há muito a se discutir, pois ficou explícito um discurso ora crítico, ora normativo.

O único trabalho inscrito na divisão de Finanças abordou a relação entre as variáveis de desempenho social e financeiro, o qual identificou que um melhor ou pior desempenho social não resulta num melhor ou pior desempenho financeiro.

Avaliando-se os artigos apresentados, foram identificados sete temas mais recorrentes, aos quais a responsabilidade social corporativa foi relacionada. A base para seleção foi a referência feita a um determinado tema em mais de cinco trabalhos, totalizando 47 investigações diferentes. Desses, 13% concentraram-se na abordagem de modelos teóricos e de metodologias de avaliação; 9% destinaram-se a investigar a divulgação das informações sociais, por meio do balanço social; 7% retrataram o efeito das práticas sociais no comportamento do consumidor; 5% analisaram como se dá a institucionalização da RSC e seu relacionamento com a imagem institucional; e 4% destinaram-se a investigar a percepção e o envolvimento dos funcionários nas atividades sociais e a ética no contexto da responsabilidade social corporativa.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo-se do questionamento que embasou esta investigação acerca de como se apresentam as pesquisas teóricas e empíricas sobre RSC, publicadas nos EnANPADs na última década, é possível pontuar algumas questões interessantes, que dão uma noção do estado da arte na academia brasileira.

Uma delas é que somente a partir do ano 2000 foi que, de fato, as discussões sobre RSC se intensificaram. Isso é demonstrado pelo crescente volume de artigos publicados anualmente no principal encontro nacional de Administração do País, pelo número de autores interessados no tema e pela quantidade de IES que abrigam grupos de pesquisa que estudam responsabilidade social corporativa.

Outro ponto é a predominância de pesquisas empíricas, o que demonstra uma concentração de estudos para verificação das ações sociais desenvolvidas pelas organizações em detrimento da solidificação das bases conceituais desse campo, a exemplo do resultado encontrado por Marques *et al.* (2006) e Moretti e Figueiredo (2007).

Não foram encontradas muitas evidências de trabalhos que privilegiam a variedade de *stakeholders* das organizações, ou seja, as comunidades atendidas pelos programas sociais da empresa, os investidores, os fornecedores e a sociedade em geral. Uma boa parte dos estudos se concentrou na análise documental, em sua maioria no balanço social, limitando assim a

transparência das informações sociais, pois nesse documento a empresa acaba declarando apenas os aspectos favoráveis do seu desempenho.

Uma multiplicidade de temas envolveu as discussões da RSC, comprovando a sua interdisciplinaridade, sendo objeto de estudo de diferentes áreas, da contabilidade, dos recursos humanos, do marketing entre outras. Os temas mais investigados foram: modelos teóricos e metodologias de avaliação; divulgação das informações sociais; efeito das práticas sociais no comportamento do consumidor; institucionalização da RSC; relacionamento com a imagem institucional; percepção e envolvimento dos funcionários nos projetos sociais; e ética no contexto da atuação socialmente responsável.

De maneira geral, se comparadas as pesquisas internacionais e nacionais, o que se pode constatar é que as discussões que fundamentaram a abordagem da responsabilidade social corporativa, no âmbito internacional, datam de 1950, enquanto no Brasil, reflexões de igual relevância só aconteceram a partir de 2000. Dessa forma, os trabalhos teóricos estrangeiros encontram-se no nível de reavaliação de modelos, integração de construtos e busca por um paradigma que explique o campo dos negócios e sociedade, os quais são freqüentemente submetidos às críticas de outros acadêmicos; e as pesquisas no Brasil estão ainda muito centradas nas práticas de responsabilidade social desenvolvidas pelas organizações.

Uma limitação deste trabalho refere-se ao fato de o estudo ter sido realizado apenas em trabalhos publicados nos Anais dos EnANPADs, na última década, não levando em conta as publicações em periódicos científicos de Administração e de outras áreas que estudam a ética e a responsabilidade social nas organizações, como por exemplo, a Filosofia, a Psicologia e a Sociologia.

Salienta-se que essa investigação foi realizada com todos os artigos que se propunham, de alguma forma, a discutir a RSC, não tendo sido realizada uma classificação no sentido de separar pesquisas que se destinavam a refletir fundamentos filosóficos e conceituais de discussões mais instrumentais, encontrando-se aqui outra limitação. Porém, em contrapartida, foi possível retratar um panorama geral desse campo do conhecimento, que vem tomando um espaço significativo na Administração.

Com base nos resultados desse estudo, sugere-se que futuras pesquisas sejam realizadas no sentido de levar em consideração a classificação mencionada anteriormente sobre artigos filosóficos/conceituais e instrumentais. E, num âmbito mais pragmático, avaliar diferenças dos níveis de RSC entre as empresas dos diversos setores econômicos (indústria, comércio e serviços) e de diferentes portes, bem como os impactos gerados pelas organizações na sociedade, além de estudos comparativos entre os resultados das pesquisas nacionais e internacionais.

6. REFERÊNCIAS

- ALVES, E. A. Dimensões da responsabilidade social da empresa: uma abordagem desenvolvida a partir da visão de Bowen. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 38, n. 1, p. 37-45, jan./fev./mar. 2003.
- ASHLEY, P. A.; COUTINHO, R. B. G.; TOMEI, P. A. Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial: uma análise conceitual comparativa. *In*: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 24., 2000, Florianópolis, **Anais...** Florianópolis: ANPAD, 2000.
- BAKKER, F. G. A.; GROENEWEGEN, P.; HOND, F. A bibliometric analysis of 30 years of research and theory on corporate social responsibility and corporate social performance. **Business and Society**, v. 44, n. 3, p. 283-317, september 2005.

- BARBOSA, A. C. Q. A produção acadêmica em recursos humanos no Brasil: fato ou ficção? **Revista Eletrônica de Administração**, v. 3, n. 2, p. 1-8, jul./dez., 2004.
- BOWEN, H. R. **Responsibility of the businessman**. New York: Harper & Row, 1953.
- CALDAS, M. P.; TINOCO, T; CHU, R. A. Análise bibliométrica dos artigos de RH publicados no EnANPAD na década de 1990: um mapeamento a partir das citações dos heróis, endogenias e jactâncias que fizeram a história recente da produção científica da área. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 27., 2003, Atibaia, **Anais...** Atibaia: ANPAD, 2003.
- CARDOSO, R. L.; PEREIRA, C. A.; GUERREIRO, R. A produção acadêmica em custos no âmbito do EnANPAD: uma análise de 1998 a 2003. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 28., 2004, Curitiba, **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004.
- CARROLL, A. B. Corporate social responsibility. Evolution of a definitional construct. **Business and Society**, v. 38, n. 3, p. 268-295, september, 1999.
- CARROLL, A. B. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organization stakeholders. **Business Horizons**. New York: Elsevier, v. 34, n. 4, p. 39-48, July-Aug. 1991.
- CARROLL, A. B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. **Academy of Management Review**. Briarcliff Manor, v. 4, n. 4, p. 497-505, 1979.
- FREIRE, R. *et al.* Responsabilidade social corporativa: evolução da produção científica. *In: Congresso Nacional de Gestão*, 4., 2008, Niterói, **Anais...** Niterói, CNEG, 2008.
- FROEMMING, L. M. S. *et al.* Inventário de artigos científicos na área de marketing no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 4, n. 2, p. 159-173, 2000.
- GONÇALVES, E. L. Responsabilidade social da empresa. **Revista de Administração de Empresa**. Rio de Janeiro, v. 24, n. 4, p. 226-240, out./dez. 1984.
- GUEDES, V.; BORSCHIVER, S. Bibliometria: uma ferramenta estatística para a gestão da informação e do conhecimento, em sistemas de informação, de comunicação e de avaliação científica e tecnológica. *In: ENCONTRO NACIONAL DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO*, Salvador: UFBA, 2005.
- GUIMARÃES, H. W. M. Responsabilidade social da empresa: uma visão histórica de sua problemática. **Revista de Administração de Empresa**. Rio de Janeiro, v. 24, n. 4, p. 211-219, out./dez. 1984.
- HOPPEN, N. *et al.* Sistemas de informação no Brasil: uma análise dos artigos científicos dos anos 90. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 22., 1998, Foz do Iguaçu, **Anais...** Foz do Iguaçu: ANPAD, 1998.
- KREITLON, M. P. A Ética nas relações entre empresas e sociedade: fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 28., 2004, Curitiba, **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004.
- MACHADO-DA-SILVA, C. L.; CUNHA, V. C.; AMBONI, N. Organizações: o estado da arte da produção acadêmica no Brasil. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 14., 1990, Florianópolis, **Anais...** Florianópolis: ANPAD, 1990.
- MAGALHÃES, I. M. M. Responsabilidade social das empresas e ação política dos indivíduos e da sociedade. **Revista de Administração de Empresa**. Rio de Janeiro, v. 24, n. 4, p. 220-225, out./dez. 1984.

- MAIGNAN, I.; FERRELL, O. C. Antecedents and benefits of corporate citizenship: an investigation of French businesses. **Journal of Business Research**, v. 51, p. 37-51, 2001.
- MARQUES, A. S. *et al.* Responsabilidade social corporativa: uma análise da literatura nacional. *In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*, 3., 2006, Resende, **Anais...** Resende, SEGET, 2006.
- MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Responsabilidade social & cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro. Qualitymark, 2001.
- MORETTI, S. L. A.; FIGUEIREDO, J. C. B. Análise bibliométrica da produção sobre responsabilidade social das empresas no EnANPAD: evidências de um discurso monológico. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 31., 2007, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.
- MOTTA, P. R. Avaliação de empresas públicas nos países em desenvolvimento: a perspectiva social. **Revista de Administração de Empresa (RAE)**. Rio de Janeiro, v. 24, n. 4, p. 253-264, out./dez.1984.
- OLIVEIRA, J. A. Responsabilidade social em pequenas e médias empresas. **Revista de Administração de Empresa**. Rio de Janeiro, v. 24, n. 4, p. 203-210, out./dez. 1984.
- PASSADOR, C. S.; CANOPF, L.; PASSADOR, J. L. Apontamentos sobre a responsabilidade social no EnANPAD: a construção de um conceito? *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 29., 2005, Brasília, **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005.
- PEREIRA, D. R. M.; PINTO, M. R. Perfis de empresas varejistas quanto à adoção de práticas de responsabilidade social. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 39, n. 2, p. 153-163, abr./maio/jun. 2004.
- PERIN, M. G. *et al.* A pesquisa *survey* em artigos de marketing nos EnANPADs da década de 90. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 24., 2000, Florianópolis, **Anais...** Florianópolis: ANPAD, 2000.
- PINTO, M. R.; LARA, J. E. O marketing e sua relação com questões sociais: um estudo no varejo. **Cadernos de Pesquisas em Administração**. São Paulo, v. 11, n. 2, p. 29-43, abr./jun. 2004.
- PRITCHARD, A. Statistical bibliography or bibliometrics? **Journal of Documentation**, [s.1.], v. 25, n. 4, p. 348-349, dec. 1969.
- SCHWARTZ, M. S.; CARROLL, A. B. Integrating and unifying competing and complementary frameworks: the search for a common core in the business and society field. **Business & Society**, v. 20, n. 10, p. 1-39, set. 2007.
- SCHWARTZ, M.; CARROLL, A. Corporate Social Responsibility: a three-domain approach. **Business Ethics Quarterly**, v. 13, n. 4, p. 503-530, 2003.
- TOMEI, P. A. Responsabilidade social de empresas: análise qualitativa da opinião do empresariado nacional. **Revista de Administração de Empresa**. Rio de Janeiro, v. 24, n. 4, p. 189-202, out./dez. 1984.
- VANTI, N. A. P. Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 31, n. 2, maio/ago., 2002.
- WARTICK, S. L., & COCHRAN, P. L. The evolution of the corporate social performance model. **Academy of Management**, v. 10, n. 4, p. 758-769, 1985.

WOOD, D. J. Corporate social performance revisited. **Academy of Management Review**, v. 16, n. 4, 691-718, 1991.

ZENISEK, T. J. Corporate social responsibility: a conceptualization based on organizational literature. **Academy of Management Review**, v. 4, n. 3, p. 359-368, 1979.