

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - UFRJ
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS – CCJE
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS - FACC

ANTONIO CEZAR DE FARIA ALVES CERQUEIRA

**PUBLICAÇÕES INTERNACIONAIS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL
CORPORATIVA - UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA**

Rio de Janeiro – RJ

2022

ANTONIO CEZAR DE FARIA ALVES CERQUEIRA

**PUBLICAÇÕES INTERNACIONAIS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL
CORPORATIVA - UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção de grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

.

Orientador: Prof^o. Dra. Eliane Ribeiro Pereira

Rio de Janeiro – RJ

2022

ANTONIO CEZAR DE FARIA ALVES CERQUEIRA

**PUBLICAÇÕES INTERNACIONAIS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL
CORPORATIVA - UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção de grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

Prof^o. Dra. Eliane Ribeiro Pereira (Orientadora)

Prof. Dr. José Roberto Dourado Mafra (Membro)

Prof^o. Dra. Maria Cecília de Carvalho Chaves (Membro)

AGRADECIMENTOS

Inicialmente, agradeço a Deus por ter me dado forças para que meus objetivos fossem alcançados ao longo do curso. Agradeço também pela proteção em todas as intempéries e inseguranças encontradas ao longo da realização deste trabalho.

Agradeço aos meus pais, que me incentivaram nos momentos difíceis e compreenderam a minha ausência enquanto eu me dedicava à realização deste trabalho e pelo apoio incondicional demonstrado ao longo de todo o curso. Além disso, por nunca terem medido esforços para me proporcionar um ensino de qualidade durante toda a minha vida acadêmica.

Por fim, agradeço a Prof^o. Dra. Eliane Ribeiro Pereira por ter sido minha orientadora e ter desempenhado tal função com dedicação e respeito. Agradeço pelos ensinamentos transmitidos e pela atenção dedicada que me permitiram desenvolver este trabalho acadêmico.

I do not know what I may appear to the world, but to myself I seem to have been only like a boy playing on the seashore, and diverting myself in now and then finding a smoother pebble or a prettier shell than ordinary, whilst the great ocean of truth lay all undiscovered before me.

Sir Isaac Newton

RESUMO

O presente trabalho consiste em uma pesquisa exploratório-descritiva que tem por objetivo apresentar o status quo da pesquisa internacional sobre a divulgação de informações sobre ações de Responsabilidade Social Corporativa nas principais Redes Sociais. O trabalho baseia-se em um levantamento bibliográfico das publicações dos principais periódicos internacionais listados na base de dados Scopus, onde utilizou-se a Bibliometria como instrumento de análise, resultando em 171 documentos publicados em 98 periódicos, onde, de acordo com a Lei de Bradford, constatou-se que os seis periódicos que são base do núcleo da pesquisa. Verificou-se que o campo de estudo ainda está em desenvolvimento, visto que as redes sociais citadas na pesquisa foram o Twitter, o Facebook, o Youtube e o Instagram, por conseguinte, existem novos nichos de comunicação que podem ser utilizadas pelas empresas, seja pela conscientização dos stakeholders sobre as ações das empresas nos mais diversos setores da economia e pela busca constante de uma reputação corporativa alinhada aos pressupostos de responsabilidade social.

Palavras-chaves: Corporate Social Responsibility, Social Media, Bibliometrics.

ABSTRACT

The present work consists of an exploratory-descriptive research that aims to present the status quo of international research on the dissemination of information on Corporate Social Responsibility actions in the main Social Networks. The work is based on a bibliographic survey of the publications of the main international journals listed in the Scopus database, where Bibliometry was used as an analysis tool, resulting in 171 documents published in 98 journals, where, according to the Law of Brandford, it was found that the six journals that form the core of the research. It was found that the field of study is still under development, since the social networks cited in the research were Twitter, Facebook, Youtube and Instagram, therefore, there are new communication niches that can be used by companies, either for the awareness of stakeholders about the actions of companies in the most diverse sectors of the economy and for the constant search for a corporate reputation aligned with the assumptions of social responsibility.

Keywords: Fiscal Balance. Pandemic. Citizenship Basic Income.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BSR	Business for Social Responsibility
CED	Committee for Economic Development
CSR	Corporate Social Responsibility
ESG	Environmental, Social, and Corporate Governance
ISO	International Organization for Standardization
MCP	Multiple Country Publication
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
OIT	Organização Internacional do Trabalho
ONU	Organização das Nações Unidas
RSC	Responsabilidade Social Corporativa
SCP	Single Country Publication

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Evolução Anual da Produção Científica.....	29
Figura 2: Autores mais Relevantes.....	30
Figura 3: Historicidade de Publicação dos Autores mais Relevantes.....	31
Figura 4: Índices de Colaboração Internacional de Autores.....	32
Figura 5: Produção Científica por Nações.....	33
Figura 6: Fluxo de Colaboração dos Autores.....	34
Figura 7: Análise dos Periódicos: Lei de Bradford.....	35
Figura 8: Frequência Acumulada de Publicações dos Cinco Principais Periódicos.....	35
Figura 9: Doze Principais Documentos Publicados Citados Globalmente.....	36
Figura 10: Doze Principais Documentos Publicados Citados Localmente.....	37
Figura 11: Nuvem de Palavras com as 35 Principais Palavras-Chave dos Autores.....	37
Figura 12: Nuvem de Palavras com as 35 Principais Keywords Plus.....	38

SUMÁRIO

1	Introdução.....	11
2	Bibliometria e Responsabilidade Social	13
2.1	Responsabilidade Social Corporativa.....	15
2.2	Estudos Bibliométricos com Foco na Responsabilidade Social Corporativa.....	21
2.3	Mídias Sociais e a Divulgação de Responsabilidade Social Corporativa.....	23
3	Metodologia	27
4	Resultados Obtidos	30
4.1	Análise de Autoria.....	30
4.2	Análise da Colaboração Internacional.....	32
4.3	Análise dos Periódicos	35
4.4	Análise dos Documentos	37
4.5	Análise das Palavras-chave	38
5	Conclusão.....	40
6	Referências.....	42

1 INTRODUÇÃO

A mudança de comportamento das empresas pode ser entendida como consequência da globalização e das pressões da sociedade. Os consumidores, cada vez mais, preocupam-se não apenas com o produto ou serviço, aspectos referentes às ações desenvolvidas pelas empresas para proporcionar um futuro melhor e de qualidade para a sociedade também são analisados nos momentos de compra (MATSUTANI et al, 2022).

O conceito de responsabilidade social corporativa (RSC) evoluiu ao longo do século XX, com suas ideias iniciais ligadas à filantropia de empresas no final do século XIX. Mas foi no meio do século XX que o conceito começou a ganhar aceitação e ações referentes ao social foram alvo de estudos. O conceito está sempre em evolução, sendo base para grandes eventos internacionais em defesa de ações socioambientais, tais como a Cúpula da ONU sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento realizada no Rio de Janeiro, em 1992, e contribuindo de forma direta na evolução do conceito de Desenvolvimento Social e de ESG - Environmental, Social, and Corporate Governance.

A divulgação das ações de RSC tornou-se uma das ferramentas mais importantes para a reputação social, com foco na legitimidade de suas operações, e para imagem dos produtos e/ou serviços oferecidos aos consumidores. Ao longo do tempo, muitos meios de divulgação foram utilizados, entretanto, recentemente, as mídias sociais ganharam força, seja pelo acesso mais facilitado à Internet devido ao desenvolvimento das tecnologias computacionais e pela facilidade comunicacional que as mídias sociais proporcionam, já que as mesmas oferecem os mais diversos meios de comunicação, de textos a vídeos.

O objetivo desta pesquisa é apresentar o status quo da pesquisa internacional sobre a divulgação de informações sobre ações de RSC, realizando um levantamento dos documentos publicados nos periódicos listados base de dados Scopus, e, por conseguinte, uma análise bibliométrica, através do pacote R Bibliometrix, indicando, dentre outros, os autores, periódicos e documentos mais relevantes sobre o tema.

A pesquisa está dividida em cinco seções, a partir desta Introdução. Na Seção 2 são apresentadas as informações que serviram de base teórica para o desenvolvimento da pesquisa, apresentando a Bibliometria e suas importância como campo científico, a Responsabilidade Social Corporativa e a evolução do conceito, os principais estudos bibliométricos aplicados à RSC e a aplicabilidade das mídias sociais na divulgação das informações de RSC. Na seção 3 são apresentadas as informações sobre a metodologia de desenvolvimento e a classificação da

pesquisa, bem como as variáveis de ajustamento e as correções necessárias para um resultado conciso. Na Seção 4 são apresentados os resultados obtidos e informações acerca da amostra analisada. Por fim, na Seção 5 são apresentadas as conclusões da pesquisa.

2 BIBLIOMETRIA E RESPONSABILIDADE SOCIAL

No início do século a Bibliometria era conhecida por Bibliografia Estatística, termo utilizado pela primeira vez por E. Wyndham Hulme, em 1922, quando realizou duas palestras sobre a história da ciência na Universidade de Cambridge (PRITCHARD, 1969), ambas posteriormente publicadas como livro (HULME, 1923 apud PRITCHARD, 1969). Contudo, em 1934, Paul Otlet utilizou pela primeira vez o termo Bibliometria, em seu trabalho *Traité de Documentation* (VANZ, 2003 apud ARAÚJO e ALVARENGA, 2011).

Em 1969, Alan Pritchard definiu formalmente o termo Bibliometria em seu trabalho *Statistical Bibliography or Bibliometrics?* Assim, para o referido autor, Bibliometria é a “aplicação de métodos estatísticos e matemáticos estabelecidos para definir os processos de comunicação escrita e a natureza e desenvolvimento de disciplinas científicas, usando técnicas de recontagem e análise de tais comunicações” (PRITCHARD, 1969, p. 348). Corroborando ARAÚJO (2006), que o ponto central da Bibliometria é “a utilização de métodos quantitativos na busca por uma avaliação objetiva da produção científica” (p. 12).

A Bibliometria apresenta mais do que informações quantitativas, ela apresenta características de movimentos históricos, apresentando a usabilidade universal e as situações locais do uso geral de livros e revistas (RAISIG, 1962). Inicialmente, a Bibliometria era:

voltada para a medida de livros (quantidade de edições e exemplares, quantidade de palavras contidas nos livros, espaço ocupado pelos livros nas bibliotecas, estatísticas relativas à indústria do livro), aos poucos foi se voltando para o estudo de outros formatos de produção bibliográfica, tais como artigos de periódicos e outros tipos de documentos, para depois ocupar-se, também, da produtividade de autores e do estudo de citações. (apud ARAÚJO, 2006, p. 12-13)

Em um contexto mais amplo, direcionado ao planejamento de política pública nacional, a Bibliometria é definida como:

uma ferramenta estatística que permite mapear e gerar diferentes indicadores de tratamento e gestão da informação e do conhecimento, especialmente em sistemas de informação e de comunicação científicos e tecnológicos, e de produtividade, necessários ao planejamento, avaliação e gestão da ciência e da tecnologia, de uma determinada comunidade científica ou país. (GUEDES e BORSCHIVER, 2005, p. 15)

A Bibliometria, como ferramenta de análise das publicações científicas, proporciona vantagens como: analisar os métodos e procedimentos utilizados pelos periódicos, analisar as

publicações no decorrer do tempo e proporcionar métricas para decisões literárias (RODRÍGUEZ et al., 2009).

Ressalta-se que quaisquer trabalhos bibliométricos devem possuir duas características importantes: relevância e rigor (CHUEKE e AMATUCCI, 2015). Para os referidos autores, o rigor caracteriza-se pelas “decisões relacionadas ao design da pesquisa e no atendimento às premissas de cada um dos métodos escolhidos” e a relevância caracteriza-se como “um maior entendimento sobre o fenômeno em questão ou quando realizamos uma contribuição para a discussão em curso em um determinado campo de saber” (CHUEKE e AMATUCCI, 2015, p. 2).

Para todo trabalho acadêmico cujo método bibliométrico é adotado, é fundamental que, além das características apresentadas anteriormente, sejam atendidas as principais leis bibliométricas: Lei de Bradford (produtividade de periódicos), Lei de Zipf (frequência de ocorrência de palavras) e Lei de Lotka a (produtividades de autores).

A Lei de Bradford ou Lei da Dispersão “permite, mediante a medição da produtividade das revistas, estabelecer o núcleo e as áreas de dispersão sobre um determinado assunto em um mesmo conjunto de revistas” (VANTI, 2002, p. 153). A Lei de Bradford é de suma importância para o “desenvolvimento de políticas de aquisição e de descarte de periódicos, em nível de gestão de sistemas de recuperação da informação, gestão da informação e do conhecimento científico e tecnológico” (GUEDES e BORSCHIVER, 2005, p. 4).

A Lei de Zipf ou Lei do Menor Esforço propõe que “a frequência com que as palavras aparecem em uma obra, uma regra de comportamento na qual a segunda palavra mais utilizada possui uma frequência que é metade da primeira, a terceira palavra uma frequência de $1/3$ e assim sucessivamente” (SHIKIDA et al., 2019, p. 232-233).

A Lei de Lotka ou Lei do Quadrado Inverso propõe que um número restrito de pesquisadores é responsável por grande parte da produção em determinada área de conhecimento, enquanto um vasto número de pesquisadores é responsável por pouca parte da produção em determinada área de conhecimento. Segundo a Lei de Lotka, “número de autores que fazem n contribuições em um determinado campo científico é aproximadamente $1/n^2$ daqueles que fazem uma só e que a proporção daqueles que fazem uma única contribuição é de mais ou menos 60%” (CÂNDIDO et al., 2018, p. 3). Entretanto, mesmo sendo uma lei fundamental, a mesma ainda não possui uma aceitação integral, devido à resultados contraditórios ou inconclusos de pesquisas realizadas sobre o tema (ALVARADO, 2003).

Muitos pesquisadores utilizam a Bibliometria para os mais diversos fins, como mapear as tendências de pesquisas globais (ZHANG et al, 2022; MENON et al., 2021), analisar os participantes de pesquisa, suas estruturas intelectuais e padrões de colaboração (DONTHU et al, 2021; DHARMANI et al, 2021), analisar a evolução das publicações em determinadas faixas temporais (YAKATH et al., 2021), analisar a evolução das publicações em periódicos de impacto (KUMAR et al., 2020; BAKER et al, 2021), analisar a qualidade dos periódicos e a produtividade dos pesquisadores e suas instituições afiliadas (GALLIVAN e BENBUNAN-FICH, 2007), determinar os padrões da literatura acadêmica mundial e suas tendências para as ciências em geral (MÖRSCHBÄCHER e GRANADA, 2022) e auxilia o planejamento de pesquisas futuras em campo(s) emergente(s) de pesquisa (YAKATH et al., 2021).

2.1 Responsabilidade Social Corporativa

Nas últimas décadas, uma das tendências corporativas mais significativas foi o crescimento das atividades relacionadas à responsabilidade social e, por conseguinte, as empresas ao redor do mundo não estão medindo esforços para integrar todos os aspectos dos negócios à responsabilidade social corporativa (KONG, 2012), adotando-a como objetivo essencial para a sustentabilidade de longo prazo das empresas (MAMUDU et al., 2021). Ressalta-se que a responsabilidade social corporativa possui sua origem como ferramenta de marketing para a imagem pública e legitimidade de uma empresa (MAMUDU et al., 2021), principalmente ligada à filantropia empresarial no início do século XX.

As principais definições das responsabilidades empresariais datam do início da década de 1950, entretanto, alguns escritos pertinentes ao tema datam de antes da década de 1950, com destaque o *The Functions of the Executive* de Chester Barnard, publicado em 1938, o *Social Control of Business* de J. M. Clark, publicado em 1937, e o *Measurement of the Social Performance of Business* de Theodore Kreps, publicado em 1940 (CARROLL, 2008).

A publicação, em 1953, do livro *Social Responsibilities of the Businessman*, de Howard R. Bowen, apresentou ideia de definir um conjunto específico de princípios para que as corporações cumpram suas responsabilidades sociais, onde decisões afetariam seus stakeholders, colaboradores e clientes, impactando diretamente na qualidade de vida da sociedade (AGUDELO; JÓHANNSDÓTTIR; DAVIDSDÓTTIR, 2019). Além disso, Bowen definiu “as obrigações dos empresários para perseguir essas políticas, tomar essas decisões ou seguir as linhas de ação que são desejáveis em termos de objetivos e valores de nossa sociedade” (BOWEN, 1953, p. 6). CARROLL (1999), tendo em mente todas as contribuições de Bowen

para o desenvolvimento da responsabilidade social corporativa o definiu como Pai da Responsabilidade Social Corporativa.

Outros autores seguiram os pensamentos de Bowen, estudando o comportamento das empresas em conjunto com o contexto social e moral, tais como *Corporation Giving in a Free Society* de Richard Eells, publicado em 1956, *Management's Responsibility to Society: The Growth of an Idea* de Morrell Heald, publicado em 1957, e *Moral Philosophy for Management* de Benjamin Morris Selekman, publicado em 1959 (CARROLL, 2008; AGUDELO; JÓHANNSDÓTTIR; DAVÍSDÓTTIR, 2019).

Ainda na década de 1950, William C. Frederick apresentou três ideias centrais que permeavam o pensamento da época: a ideia de gerentes corporativos como administradores públicos, a ideia de equilibrar reivindicações concorrentes a recursos corporativos e a aceitação da filantropia como manifestação de apoio empresarial a boas causas. (FREDERICK, 2006 apud CARROLL, 2008)

Um significativo crescimento dos conceitos e práticas referentes à responsabilidade social corporativa deu-se na década de 1960, principalmente com os estudos de Keith Davis, que a definiu como “decisões e ações dos empresários tomadas por razões pelo menos parcialmente além do interesse econômico ou técnico direto da empresa” (DAVIS, 1960, p. 70 apud CARROLL, 2008). As ideias de Keith Davis para a evolução da responsabilidade social corporativa foram tão importantes que CARROLL (1999), o agraciou com a denominação Segundo Pai da Responsabilidade Social Corporativa.

Segundo Keith Davis,

a responsabilidade social corporativa em última análise implica uma postura pública em relação aos recursos econômicos e humanos da sociedade e uma vontade de ver que esses recursos são utilizados para fins sociais amplos e não simplesmente para os interesses estreitamente circunscritos de pessoas e empresas privadas (DAVIS, 1960, p. 60 apud CARROLL, 2008).

Outro importante pensador da década de 1960 foi Clarence C. Walton, que em seu estudo intitulado *Corporate Social Responsibilities*, publicado em 1967, abordou as múltiplas faces da responsabilidade social corporativa, abordando os papéis da empresa na sociedade moderna, tendo como norteadores os diferentes tipos de responsabilidade social (CARROLL 2008). Assim, o referido autor “reconhece a intimidade das relações entre a corporação e a sociedade e percebe que tais relações devem ser lembradas pela alta administração à medida

que a corporação e os grupos relacionados perseguem seus respectivos objetivos” (WALTON, 1967, p. 18 apud CARROLL, 1999).

Na década de 1970, o estudo pioneiro de Morrell Heald, intitulado *The Social Responsibilities of Business: Company and Community*, abordou a busca pelos próprios empresários por uma responsabilidade social, através das suas vivências (CARROLL, 2008). Outro estudo importante foi *Business in Contemporary Society: Framework and Issues* de Harold Johnson, publicado em 1971, que apresentou diversas definições e visões da responsabilidade social corporativa, sendo o primeiro a abordar a multiplicidade de interesses que norteavam a empresa (CARROLL, 1999). Para o referido autor, uma empresa socialmente responsável é:

é aquela cuja equipe gerencial equilibra uma multiplicidade de interesses. Em vez de lutar apenas por lucros maiores para seus acionistas, uma empresa responsável também leva em consideração funcionários, fornecedores, revendedores, comunidades locais e a nação. (JOHNSON, 1971, p. 50 apud CARROLL, 2008)

Contudo, em 1971, uma das grandes contribuições inovadoras para o desenvolvimento da responsabilidade social corporativa é apresentada na publicação *Social Responsibilities of Business Corporations* do Committee for Economic Development (CED), que era composto por empresários e educadores, os quais refletiam a mudança do contrato social das empresas com a sociedade e que as mesmas funcionavam através do consentimento público e para satisfação desse mesmo público (CARROLL, 2008). Assim, as empresas têm a obrigação de servir construtivamente às necessidades da sociedade. Isso é muitas vezes referido hoje como “licença para operar” – que é contribuir mais para a sociedade do que apenas seus produtos para venda (ACCP, 2022).

Para o CED,

as empresas estão sendo solicitadas a assumir responsabilidades mais amplas para a sociedade do que nunca e a servir a uma gama mais ampla de valores humanos. As empresas comerciais, na verdade, estão sendo solicitadas a contribuir mais para a qualidade de vida americana do que apenas fornecer quantidades de bens e serviços. Na medida em que os negócios existem para servir a sociedade, seu futuro dependerá da qualidade da resposta da administração às mudanças nas expectativas do público (CED, 1971, p.16).

Outros estudos foram importantes na década de 1970. O primeiro foi George Steiner que, em 1971, publicou seu livro *Business and Society*, onde abordou definições e

circunstâncias as quais a responsabilidade social corporativa poderia ser aplicada. O segundo autor foi S. Prakash Sethi que, em seu artigo *Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytic Framework*, publicado em 1975, abordou a temática do desempenho social corporativo. Em 1976, Sandra Holmes publicou um estudo sobre as percepções dos administradores sobre a responsabilidade social corporativa, intitulado *Executive Perceptions of Corporate Social Responsibility* (CARROLL 1999).

A utilização do termo Responsabilidade Social Corporativa de forma não concisa, durante a década de 1970, acarretou uma incerteza na construção de sua definição (AGUDELO; JÓHANNSDÓTTIR; DAVIDSDÓTTIR, 2019). Entretanto, em 1979, Archie Carroll propôs a primeira definição unificada para o termo. CARROLL (1979) afirmou que a “responsabilidade social das empresas engloba as expectativas econômicas, legais, éticas e discricionárias que a sociedade tem das organizações em um determinado momento” (p. 500). Tal definição tornou-se aceita devido ao fato da mesma ser baseada nos diversos estudos anteriores, a destacar o conceito do CED, e, além disso, a mesma não vê os objetivos econômicos e sociais como trade-offs incompatíveis, mas sim como parte integrante da estrutura empresarial de responsabilidade social total (LEE, 2008 apud AGUDELO; JÓHANNSDÓTTIR; DAVIDSDÓTTIR, 2019).

Na década de 1980, a busca de uma teorização do tema ganha força, através de estudos sobre temas complementares, tais como “responsividade social corporativa, desempenho social corporativo, políticas públicas, ética empresarial e teoria dos stakeholders” (CARROLL, 2008, p. 34). Além disso, através de iniciativas internacionais para promoção social foram criadas: Direção-Geral do Meio Ambiente da Comissão Europeia (1981), Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (1983) e Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (1987) (AGUDELO; JÓHANNSDÓTTIR; DAVIDSDÓTTIR, 2019).

O estudo *Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined*, publicado em 1980, de Thomas M. Jones, apresentou a responsabilidade social corporativa como um processo, onde a empresa deve ser engajar na construção de um comportamento social através da tomada de decisões. (CARROLL, 2008). Assim, a responsabilidade social corporativa

é a noção de que as corporações têm obrigações para com grupos constituintes da sociedade que não sejam acionistas e além do prescrito por lei e contrato sindical. Duas facetas desta definição são críticas. Primeiro, a obrigação deve ser adotada voluntariamente; o comportamento influenciado pelas forças coercitivas da lei ou do contrato sindical não é voluntário. Em segundo lugar, a obrigação é ampla, estendendo-se além do dever tradicional para com os acionistas a outros grupos da

sociedade, como clientes, funcionários, fornecedores e comunidades vizinhas (JONES, 1980, p. 59-60).

O estudo de Edwin M. Epstein, publicado em 1987, intitulado *The Corporate Social Policy Process: Beyond Business Ethics, Corporate Social Responsibility, and Corporate Social Responsiveness*, apresentou a responsabilidade social corporativa relacionando-a com a ética nos negócios (CARROLL, 2008). Para o referido autor:

A responsabilidade social corporativa refere-se principalmente à obtenção de resultados de decisões organizacionais sobre questões ou problemas específicos que (por algum padrão normativo) tenham efeitos benéficos em vez de adversos sobre as partes interessadas corporativas pertinentes. A correção normativa dos produtos da ação empresarial tem sido o foco principal da responsabilidade social empresarial (EPSTEIN, 1987, p. 104).

Muitos eventos internacionais sobre a responsabilidade social corporativa e o desenvolvimento social foram realizados na década de 1990, com destaque a cúpula da ONU sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento realizada no Rio de Janeiro, em 1992, onde foi adotada a Agenda 21, onde foram abordadas, além das questões ambientais, questões sociais, tais como, os padrões insustentáveis de produção e consumo, as pressões demográficas e a estrutura da economia internacional (ONU, 2020).

Outra característica da década foi a adoção de práticas empresariais. Em 1992, foi criada a Business for Social Responsibility, uma “organização global que ajuda as empresas associadas a alcançar o sucesso comercial de forma a respeitar os valores éticos, as pessoas, as comunidades e o meio ambiente” (CARROLL, 2008, p. 38). Segundo a empresa, a visão dos negócios como uma força para uma mudança social positiva – uma força que preservaria e restauraria os recursos naturais, garantiria a dignidade e justiça humana e operaria de forma transparente (BRS, 2022). Além da criação e aceitação da BSR, muitas empresas iniciaram a trabalhar a responsabilidade social corporativa juntamente com a reputação corporativa, destacando-se a IBM, Johnson & Johnson, Nike, Merck, Coca-Cola, UPS, McDonald's (AGUDELO; JÓHANNSDÓTTIR; DAVIDSDÓTTIR, 2019).

Em 1º de Novembro de 2010, a International Organization for Standardization publicou a *Norma Internacional ISO 26000 – Diretrizes sobre Responsabilidade Social*, onde é apresentada uma das mais reconhecidas definições para a responsabilidade social corporativa.

A responsabilidade de uma organização pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente, por meio de um comportamento transparente e ético

que contribua para o desenvolvimento sustentável, inclusive a saúde e o bem-estar da sociedade; leve em conta as expectativas das partes interessadas; esteja em conformidade com a lei aplicável e consistente com as normas internacionais de comportamento; e esteja integrada em toda a organização e seja praticada em suas relações (ISO 26000, 2010, p. 04-05)

O referido documento apresenta diversos temas e questões que tangem a responsabilidade social, com destaque para os Direitos Humanos, a Governança Corporativa, as Práticas Trabalhistas, o Meio Ambiente, a Legislação e o Envolvimento Comunitário, além disso, enfatiza o respeito aos acordos assinados em eventos internacionais, tais como, a Declaração do Rio sobre Meio ambiente e Desenvolvimento, a Declaração de Joanesburgo sobre Desenvolvimento Sustentável, os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio e a Declaração da OIT sobre os Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho (ISO 26000, 2010).

Em 2015, a Organização das Nações Unidas (ONU) lançou os *17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)*, que é uma agenda de desenvolvimento sustentável para os próximos quinze anos, onde os países membros atuam em conjunto para buscar, dentre outros objetivos, assegurar os direitos humanos e lutar contra a desigualdade e a injustiça (PACTO GLOBAL, 2022). A participação das empresas está diretamente ligada às ODS 8 (promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos), ODS 09 (construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação) e ODS 12 (garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis), onde implementação desses objetivos contribui para o desenvolvimento das empresas com base nas premissas da responsabilidade social corporativa (ONU 2022; MATSUTANI et al, 2022).

Existem muitas iniciativas de premiação para as empresas responsáveis sociais ao redor do mundo. KONG (2012) apresenta iniciativas de premiação para as empresas na China, destacando-se a China CSR Annual Conference, a qual premia as 50 principais empresas atuantes no seu território, analisando, dentre outras características, o valor moral, os direitos dos colaboradores e a proteção ao meio ambiente; a China CSR International Forum, a qual premia os 12 principais líderes RSC através de votação do público em geral, das mídias e de especialistas; e o Hurun Report, a qual premia anualmente as 50 maiores empresas atuantes em RSC.

2.2 Estudos Bibliométricos com Foco na Responsabilidade Social Corporativa

Com o advento da conscientização social da população mundial aliada a um aumento do engajamento dos stakeholders, as informações apresentadas pelas empresas, no que tange suas atividades sociais, tornaram-se vetores positivos tanto para o marketing estratégico e quanto a reputação corporativa. Por conseguinte, inúmeras pesquisas bibliométricas sobre a Responsabilidade Social Corporativa e suas aplicações foram desenvolvidas relacionando-a com os mais diversos campos, tais como o desenvolvimento sustentável (YE et al, 2020), a gestão da cadeia de suprimentos (FENG; ZHU; LAI, 2017), gestão estratégica (KÖSEOGLU; YICK; PARNELL, 2021), as publicações de relatórios financeiros na Internet (MURDAYANTI e KHAN, 2021), o turismo e hospitalidade (WONG; KÖSEOGLU; KIM, 2021), saúde ocupacional (BAUTISTA-BERNAL; QUINTANA-GARCÍA; MARCHANTE-LARA, 2021).

O trabalho de YE et al (2020) realizou uma análise bibliométrica com a utilização software CiteSpace para mapeamento do conhecimento sobre a relação existente entre a Responsabilidade Social Corporativa e o Desenvolvimento Sustentável. Os autores identificaram 1006 artigos na base de dados Web of Science, estes publicados em 246 periódicos, entre os anos de 1997 a 2019. Os autores concluíram, dentre outras informações, que a Espanha e a Inglaterra, com 135 e 133 artigos, respectivamente, são os países com maior número de publicações, seguidos de Estados Unidos, China e Austrália. Verificaram ainda que, dos 38 países identificados, 30 são países desenvolvidos e 8 são países em desenvolvimento, a saber, China, Brasil, Índia, Malásia, Tailândia, México, Paquistão e Turquia. Os periódicos mais colaborativos foram o Corporate Social Responsibility and Environment Management, Sustainability, Journal of Cleaner Production, Journal of Business Ethics e Business Strategy and the Environment, que concentraram 46,23% das publicações.

O trabalho de FENG; ZHU; LAI (2017) realizou uma análise bibliométrica juntamente com uma análise de redes sobre a relação existente entre a Responsabilidade Social Corporativa e a Gestão de Cadeia de Suprimentos, com o auxílio de três estudiosos em RSC na identificação das palavras-chaves para a coleta dos dados, assim, os autores identificaram 2140 artigos na base de dados Scopus, que, após a eliminação dos artigos que não se enquadravam nas métricas estabelecidas, totalizavam 628 artigos, estes publicados em 286 periódicos, entre os anos de 1997 a 2017. Os autores concluíram, dentre outras informações, que a maioria dos autores são da América do Norte e Europa, mas que o tema está em crescimento em países asiáticos e na África do Sul. Além disso, somente três países do G-20 não contribuíram para o tema, a saber,

Rússia, Argentina e Arábia Saudita. Os periódicos mais colaborativos foram o *Journal of Business Ethics*, *Journal of Cleaner Production*, *Supply Chain Management*, *International Journal of Production Economics* e *Sustainability (Switzerland)*, que concentraram 77% das publicações.

O trabalho de KÖSEOGLU; YICK; PARNELL (2021) realizou uma análise bibliométrica através de uma análise de citação e cocitação por meio da análise de rede sobre como a Responsabilidade Social Corporativa se dissemina na estrutura intelectual do campo da Gestão Estratégica. Os autores coletaram 101 artigos na base de dados Scopus, estes publicados nos 15 principais periódicos sobre Gestão Estratégica. Na análise de citação, os autores concluíram que os artigos mais citados foram *Green and competitive: ending the stalemate* de M. Porter e C. Van der Linde, com 115 citações, *The corporate social performance–financial performance link* de S.A. Waddock e S.B. Graves e *Corporate social and financial performance: a meta-analysis* de M. Orlitzky, F.L. Schmidt e S.L. Rynes, com 114 e 110 citações, respectivamente. Na análise de cocitação, os autores identificaram quatro grandes grupos de publicações (clusters), a saber, resposta ambiental corporativa, RSC e desempenho corporativo, contabilidade e relatórios ambientais e poluição e valor da empresa, onde cada cluster possuía 51, 37, 17 e 4 publicações, respectivamente.

O trabalho de MURDAYANTI e KHAN (2021) realizou uma análise bibliométrica através do software VOSviewer em 246 publicações, artigos e artigos de revisão, identificadas nas bases de dados na Web of Science, Scopus, Emerald, Springer, Proquest, Ebsco e Science Direct, na faixa temporal de 1998 a 2020. Na análise de citações, os autores identificaram que a publicação com mais citações foram *The determinants and characteristics of voluntary Internet-based disclosures by listed Chinese companies* de J. Z. Xiao, H. Yang e C. W. Chow, *The determinants of internet financial reporting* de R. Debreceeny, G. L. Gray e A. Rahman e *Making a difference: sustainability reporting, accountability and organisational change* de C. A. Adams e P. McNicholas, com 257, 254 e 253 citações, respectivamente. Os autores identificaram 208 autores associados a 76 instituições afiliadas.

O trabalho de WONG; KÖSEOGLU; KIM (2021) realizou uma análise bibliométrica sobre a evolução da Responsabilidade Social Corporativa no campo do Turismo. Os autores utilizaram os 16 mais influentes periódicos na área de Turismo e Hospitalidade, baseando-se nos índices Google Scholar (h-index) e o CImago Journal Rank Indicator (SJR), que resultaram em 172 publicações. Os periódicos mais colaborativos foram *International Journal of Hospitality Management*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*,

Journal of Sustainable Tourism, Tourism Management e *Tourism Economics*, que concentraram 72,6% das publicações. Com relação à análise de citação, as publicações mais citadas foram *Impacts of positive and negative corporate social responsibility activities on company performance in the hospitality industry*, de K.H. Kang, S. Lee e C. Huh, *Do socially responsible activities help hotels and casinos achieve their financial goals?*, de S. Lee e S.Y. Park, e *Corporate social responsibility: What are top hotel companies reporting?*, de J. L. Holcomb, R. S. Upchurch e F. Okumus.

O trabalho de BAUTISTA-BERNAL; QUINTANA-GARCÍA; MARCHANTE-LARA (2021) realizou um estudo as questões de Saúde e Segurança no Trabalho no contexto da Responsabilidade Social Corporativa utilizando técnicas bibliométricas e análise de conteúdo na base de dados na base de dados da Web of Science (WoS) Core Collection, particularmente o Science Citation Index Expanded e o Social Sciences Citation Index, durante o período de 1995 a 2018, que resultou em 289 artigos publicados em 142 periódicos diferentes. Os periódicos mais colaborativos foram *Journal of Cleaner Production*, *Safety Science* e *Journal of Business Ethics*, respectivamente, 32, 27 e 13 publicações. As publicações são originárias de 489 instituições localizadas em 53 países, com destaque para os Estados Unidos, Reino Unido, China, Canadá e Itália, que concentram 48,78% das publicações.

2.3 Mídias Sociais e a Divulgação de Responsabilidade Social Corporativa

A comunicação das informações relacionadas à responsabilidade social corporativa é realizada através de vários canais, tais como relatórios sociais, ambientais e de sustentabilidade, sites corporativos, publicidade relacionada às ações de responsabilidade social e relações públicas através das mídias sociais. Além desses canais, ainda se destacam as fontes terceirizadas neutras, por exemplo organizações sem fins lucrativos, os editoriais de jornais e as organizações responsáveis por gestão e divulgação de rankings de reputação corporativa (DU e VIEIRA JÚNIOR, 2012).

Com relação às mídias sociais, estas proporcionam as empresas a criação de um valor adicional através da interação dos stakeholders com a marca, além disso, as informações de responsabilidade social transmitidas possuem um impacto positivo com relação à reputação corporativa, fortalecendo o valor emocional, social e funcional consumidor e, por consequência, tornando-os agentes impulsionadores de publicidade, sendo através da prática de boca-a-boca eletrônico e/ou participando ativamente da cocriação de valor (OKAZAKI et al, 2020).

Segundo o *The Global State of Digital 2022*, elaborado pela Hootsuite e We Are Social, mais de 4.95 bilhões de usuários ao redor do mundo utilizam a Internet, tendo um aumento de 4.0% em relação ao último ano, com uma média diária de utilização de sete horas por dia, destacando-se o Norte e Oeste Europeu e a América do Norte com, respectivamente, 98%, 94% e 92% de sua população usuária de Internet. Com relação às redes sociais, são mais de 4.62 bilhões de usuários, com média diária de utilização de duas horas e meia por dia, com um aumento de cerca de 10.1% com relação ao ano anterior. As mesmas regiões geográficas destacam-se na utilização de redes sociais com 85%, 84% e 82%, respectivamente (HOOTSUITE, 2022).

Destacam-se como as principais medias de sociais o Facebook, com aproximadamente 2.91 bilhões de usuários, o Youtube, com aproximadamente 2.56 bilhões de usuários, o Instagram, com aproximadamente 1.48 bilhões de usuários, o TikTok, com aproximadamente 884.9 milhões de usuários, e o LinkedIn, com aproximadamente 808.4 milhões de usuários. O Snapchat e o Twitter são mencionados como 557.1 e 436.4 milhões de usuários, respectivamente (HOOTSUITE, 2022).

Vários são os motivos para a divulgação de informações sobre responsabilidade social corporativa nas mídias sociais, destacando-se, o combate ao sentimento negativo do público quanto a operação das empresas e a busca de legitimidade, o impacto das informações no engajamento dos stakeholders, o alavancamento da reputação corporativa e da identificação com marca, a importância das contribuições sociais das empresas para os postulantes a cargos.

O trabalho de DU & VIEIRA JÚNIOR (2012) analisou seis empresas petrolíferas, Exxon Mobil, Chevron, ConocoPhillips, Valero Energy, Marathon Oil e BP e as características da comunicação das suas atividades referentes à responsabilidade social corporativa, através de sites corporativos, de tecnologias multimídias e de mídias sociais. Com relação às mídias sociais, com destaque o Facebook e o YouTube, os autores concluíram que existem fortes traços de raiva e ceticismos por parte dos stakeholders referentes as interações das empresas petrolíferas, principalmente com relação às consequências ambientais dos grandes acidentes ambientais, além disso, as críticas aos grandes lucros das empresas e a “falta de empatia” com relação aos biocombustíveis. Por fim, as interações negativas contrastam fortemente com as interações positivas dos stakeholder sobre o papel das empresas petrolíferas na melhoria do bem-estar da sociedade.

Outro setor que gera muitas interações nas redes sociais, sejam elas positivas ou negativas, com relação à temática socioambiental, principalmente, é o setor de mineração. PONS et al (2021) analisaram as interações das empresas mineradora no Twitter. Os autores concluíram que o principal impacto das empresas mineradoras está no meio ambiente e que as ações ambientais realizadas pelas empresas são mais difundidas que as ações sociais. Entretanto, outras temáticas foram observadas, tais como, as interações sobre o impacto da saúde e segurança dos colaboradores, as práticas éticas ligadas à gestão de operações e os códigos de condutas e programas de desenvolvimento profissional.

O trabalho de MARTÍNEZ-SALA; QUILES-SOLER; MONSERRAT-GAUCHI (2021) analisou a importância das redes sociais com relação à comunicação da responsabilidade social corporativa de empresas do setor de alimentação, com destaque para as franquias. Os autores concluíram que o McDonald's é a marca que mais promove as informações de RSC, apresentando informações de promoção de alimentação saudável. A Foster's Hollywood e a Domino's, ambas do mesmo grupo empresarial, apresentavam em seu site corporativo o "Modelo de Sustentabilidade Global" que apresentava informações de um consumo responsável e com o objetivo de promover um estilo de vida saudável baseado na prática de exercício físico e alimentação equilibrada. A Subway e a Lizzarran seguem as mesmas premissas das três empresas anteriores, apresentando informações sobre a vida saudável. Outras empresas, a 100 Montaditos e a La Tagliatella, segundo os autores, não apresentavam informações sobre as práticas de RSC. Ademais, com relação às redes sociais mais utilizadas, o Instagram e o Youtube foram as redes que os usuários mais jovens utilizaram, sendo o Twitter considerada uma rede social não adequada para tal faixa etária.

Uma ação de RSC nas mídias sociais que apresenta destaque nacional é o combate à violência doméstica da empresa Magazine Luiza. Segundo VÍTOR e CAVALCANTI (2021), a empresa elaborou um botão em seu aplicativo com contato direto com o canal 180 do Governo Federal, onde registrava ocorrências de violência contra as mulheres. A empresa também criou a campanha #EuMetoColherSim que contou com o apoio de influenciadores digitais e artistas. As autoras apresentaram resultados controversos com relação às interações sobre a ação da empresa, tais como, a empresa não age ativamente na causa, somente atuando para autopromoção da marca, e a forma como foi elaborado o botão, não tendo uma segurança após o acionamento do aplicativo e a não comunicação direta com a polícia, em contraste com interações que destacavam a gestão feminina da empresa e sua preocupação com a violência doméstica.

Muitas empresas estão dedicando a divulgação das informações de responsabilidade social corporativa para atrair novos colaboradores. O trabalho de BELINDA; WESTERMAN; BERGMAN (2018) simulou a criação de uma empresa fictícia, com cinco webpages semelhantes, contendo as seções “Nossa História” e “Nossa Missão”, todas com espelhamento no Facebook, para analisar o comportamento dos participantes, sendo a única alteração foram as informações sobre as iniciativas de responsabilidade social da empresa. Os autores concluíram que os participantes que foram apresentados aos conteúdos filantrópicos e ambientais foram mais receptivos que os apresentados aos conteúdos econômicos e legais, o mesmo ocorrendo com a atratividade organizacional.

3 METODOLOGIA

A pesquisa é caracterizada como exploratório-descritiva. A pesquisa é descritiva uma vez que tem o objetivo de relatar as características de uma amostra e estabelecer relações entre variáveis envolvidas (GIL, 2008). O processo descritivo tem como objetivo “à identificação, registro e análise das características, fatores ou variáveis que se relacionam com o fenômeno ou processo”, além disso, a “grande contribuição da pesquisa descritiva é proporcionar novas visões sobre uma realidade já conhecida” (NUNES; NASCIMENTO; ALENCAR, 2016, p. 146).

A pesquisa é exploratória, segundo ENSSLIN; ENSSLIN; PINTO (2013), porque “promove reflexão e gera conhecimento aos pesquisadores, ou seja, aos agentes principais da pesquisa, os quais estabelecem as delimitações - filiação teórica adotada - para a seleção do material analisado: o portfólio bibliográfico” (p. 332). As pesquisas exploratórias mais comuns são os levantamentos bibliográficos (GIL, 1998).

Para o desenvolvimento da pesquisa foram realizadas várias etapas na busca dos documentos pertinentes aos objetivos propostos. Inicialmente, foram pesquisadas as principais bases de dados que estão disponíveis no Portal de Periódicos Capes e que estariam adequadas aos objetivos propostos e, após análise, somente base Scopus proporcionou todas as informações necessárias para o desenvolvimento conciso da pesquisa, pois apresentava metainformações mais detalhadas dos documentos. Ressalta-se que o desenvolvimento de bancos de dados científicos, como Scopus, tornou a busca de grandes volumes de informação científica mais prática e concisa.

A etapa seguinte foi a identificação das palavras-chave da pesquisa. Assim, as palavras-chaves foram divididas em dois grupos: o primeiro grupo consiste na palavra “CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY” e sua abreviação “CSR”. Entretanto, no desenvolver da pesquisa foi identificado uma incorreção ao utilizar a primeira palavra, pois excluía documentos que continham a expressão “CORPORATE SOCIAL IRRESPONSABILITY”, expressão que está de acordo com os objetivos da pesquisa. O segundo grupo de palavras-chave consiste nas palavras: “SOCIAL MEDIA”, “SOCIAL NETWORK”, “FACEBOOK”, “TWITTER”, “YOUTUBE”, “INSTAGRAM” e “BLOGS”. As demais redes sociais foram excluídas da query string devido a base Scopus não retornar nenhum documento após pesquisa. Nesta etapa foram identificados 349 documentos.

De posse do banco de dados a ser trabalhado e das palavras-chave, as etapas seguintes consistem na identificação das variáveis de ajustamento da pesquisa, ou seja, as variáveis utilizadas para reforçar a identificação dos documentos com o objetivo principal do trabalho, sendo elas, a faixa temporal de publicação dos documentos, as áreas de estudo as quais os periódicos estão classificados de acordo com a base Scopus, a tipologia dos documentos e seu status de publicação, e o idioma utilizado no documento.

Para a primeira variável, foi adotada a faixa temporal de 2010 até 2021, retornando 318 documentos. Para a segunda variável, foram adotadas as seguintes áreas de estudo: *Business, Management and Accounting, Decision Sciences, Economics, Econometrics and Finance* e *Social Sciences*. A restrição das áreas de estudo tornou-se necessária porque foram identificados documentos que não estavam correlacionados ao tema, pois a palavra-chave “CSR” é muito utilizada na área de Química, Física e Medicina, o que proporcionaria resultados irrelevantes para o contexto da pesquisa. Após a inserção da segunda variável, foram identificados 289 documentos.

As variáveis seguintes focam o status dos periódicos e documentos. Nesta etapa somente *journals* foram adotados como origem os documentos, sendo excluídos *conference proceeding*, livros e séries de livros. Além disso, somente artigos de pesquisa foram adotados, excluindo-se artigos de revisão, capítulos de livros, papers de conferências, etc. Por fim, somente artigos com status final foram adotados, excluindo-se os artigos com status *in press*. Após essa etapa foram identificados 214 documentos.

Mesmo após a inserção das variáveis de ajustamento, foram necessários alguns ajustes importantes para o desenvolvimento da pesquisa. Primeiro, foi necessário excluir o idioma português na query string, já que alguns documentos de periódicos nacionais estavam na amostra apresentada no parágrafo anterior. Outro ajuste necessário foi com relação à inserção de documentos de periódicos que não se enquadravam no objetivo da pesquisa, mesmo com a formulação correta da query string, a base Scopus retornou incorretamente tais documentos. Por conseguinte, foram excluídos os seguintes periódicos: *Emerald Emerging Markets Case Studies, Brazilian Business Review* e *Interface Communication Health Education*. Após essa etapa foram identificados 210 documentos.

Após todas variáveis de ajustamento e correções necessárias, a seguinte query string foi utilizada para o desenvolvimento da pesquisa: (TITLE ("CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY") OR TITLE ("CSR") OR TITLE ("CORPORATE SOCIAL

IRRESPONSIBILITY") AND TITLE-ABS-KEY ("SOCIAL MEDIA") OR TITLE-ABS-KEY ("SOCIAL NETWORK") OR TITLE-ABS-KEY ("FACEBOOK") OR TITLE-ABS-KEY ("TWITTER") OR TITLE-ABS-KEY ("LINKEDIN") OR TITLE-ABS-KEY ("YOUTUBE") OR TITLE-ABS-KEY ("BLOGS")) AND PUBYEAR > 2009 AND (LIMIT-TO(SRCTYPE , "J")) AND (LIMIT-TO (PUBSTAGE, "FINAL")) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, "AR")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA , "BUSI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA, "SOCI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA, "ECON") OR LIMIT-TO(SUBJAREA, "DECI")) AND (EXCLUDE (PUBYEAR, 2022)) AND (EXCLUDE (EXACTSRCTITLE, "EMERALD EMERGING MARKETS CASE STUDIES") OR EXCLUDE (EXACTSRCTITLE, "BRAZILIAN BUSINESS REVIEW") OR EXCLUDE (EXACTSRCTITLE, "INTERFACE COMMUNICATION HEALTH EDUCATION")) AND (EXCLUDE (LANGUAGE, "PORTUGUESE"))).

Contudo, ao analisar os resultados obtidos, verificou um grande volume de documentos que não estavam de acordo com o objetivo da pesquisa. O problema ocorreu devido a palavra-chave “SOCIAL NETWORK” ser utilizada como uma ferramenta bibliométrica denominada de análise de redes sociais. Muitos trabalhos, por estarem na amostra, tratavam de análise de redes de vários campos do conhecimento. Assim, 39 documentos foram excluídos da amostra anterior, sendo o número final de documentos encontrados foi 171 documentos.

Por fim, com base na seleção das metainformações dos documentos, foi realizada a análise bibliométrica através o pacote R bibliometrix. Segundo ARIA e CUCCURULLO (2017), o bibliometrix é uma ferramenta de código aberto elaborada para realizar análises bibliométricas complexas de mapeamento científico, além disso, por ser uma ferramenta de código livre é bem aceita pela comunidade de usuários e novas funções poderão ser adicionadas pelos usuários. A pesquisa evidencia os seguintes aspectos: (i) análise de autoria, (ii) análise da colaboração internacional, (iii) análise dos periódicos, (iv) análise dos documentos e (v) análise das palavras-chave.

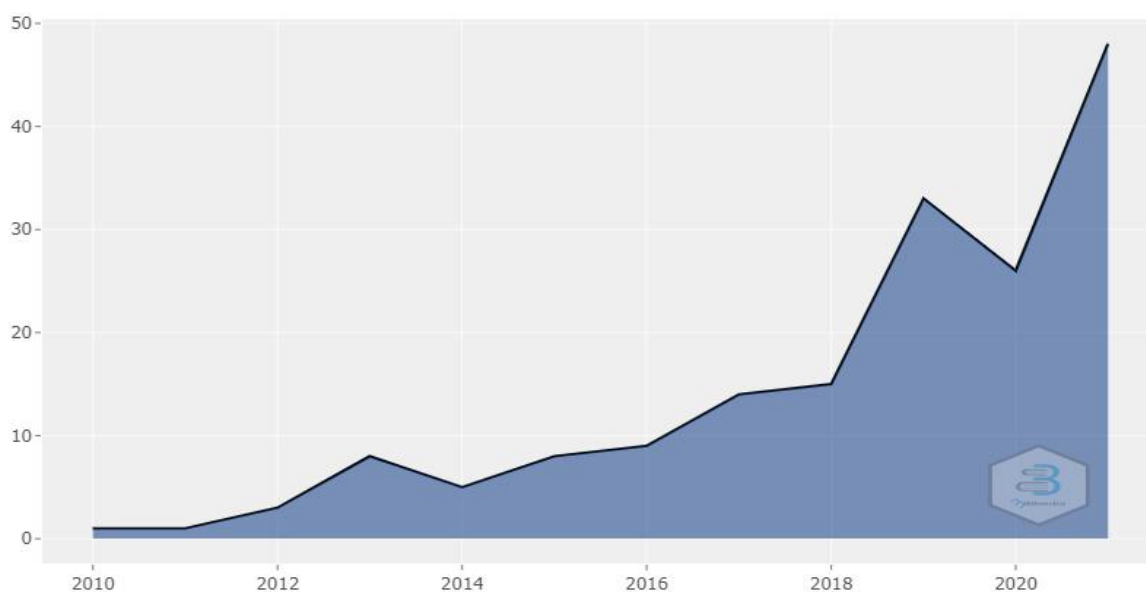
4 RESULTADOS OBTIDOS

De uma forma resumida, a pesquisa apresentou como resultado, após as variáveis de ajustamento e correções necessárias informadas anteriormente, 171 documentos publicados em 98 periódicos internacionais, sendo estes escritos por 409 autores, sendo 22 documentos escritos somente por um autor e 387 documentos escritos por dois ou mais autores, com uma média aproximada de 2.39 documentos por autor.

De acordo com a faixa temporal adotada, verificou-se uma tendência de alta no decorrer do tempo, fato que pode ser explicado pela maior disponibilidade de acesso as mídias sociais e, além disso, uma maior quantidade de publicações sobre a CSR, que obteve um aumento de 369%, aproximadamente, entre 2010 e 2021.

A Figura 1 apresenta a evolução das publicações no decorrer da faixa temporal.

Figura 1: Evolução Anual da Produção Científica



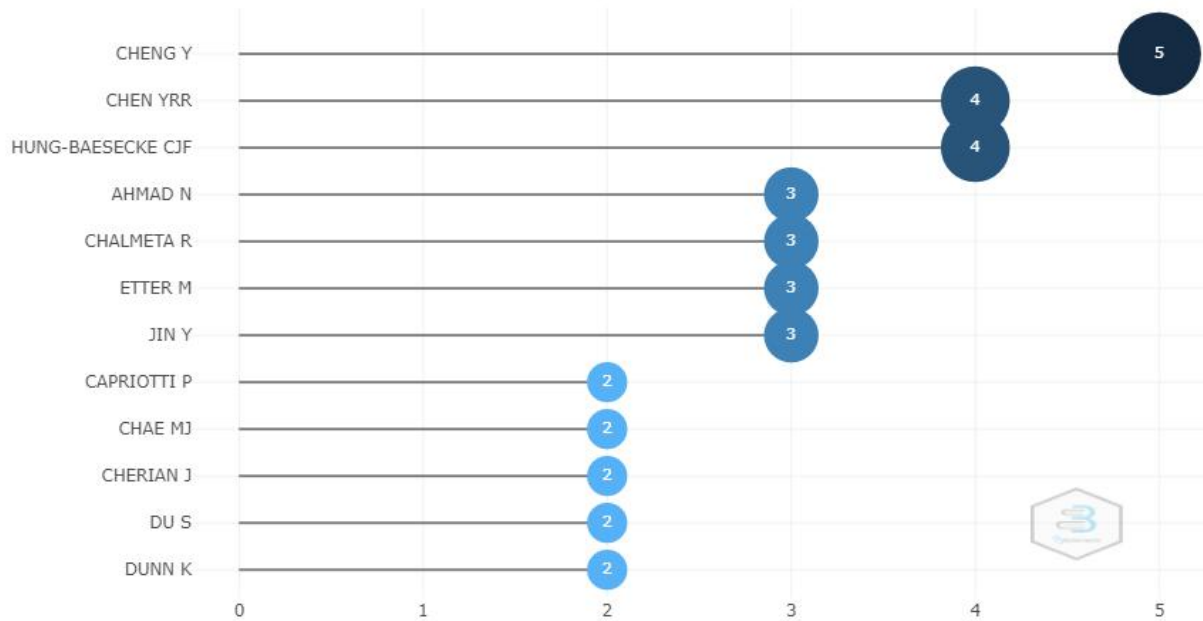
Fonte: Dados da Pesquisa/Bibliometrix

4.1 Análise de Autoria

A análise de autoria tem por objetivo apresentar informações sobre os autores, a historicidade das publicações e as instituições afiliadas. O autor mais relevante foi Yang Cheng, da North Carolina State University, Estados Unidos, com cinco documentos publicados. Em seguida foram Yi-Ru Regina Chen, da Hong Kong Baptist University, Hong Kong/China, e Chun-Ju Flora Hung-Baesecke, da Massey University, Austrália, com quatro documentos publicados. Dos cinco documentos publicados por Yang Cheng, quatro deles foram publicados

em conjunto com Yi-Ru Regina Chen e Chun-Ju Flora Hung-Baesecke. A Figura 2 apresenta os doze autores mais relevantes.

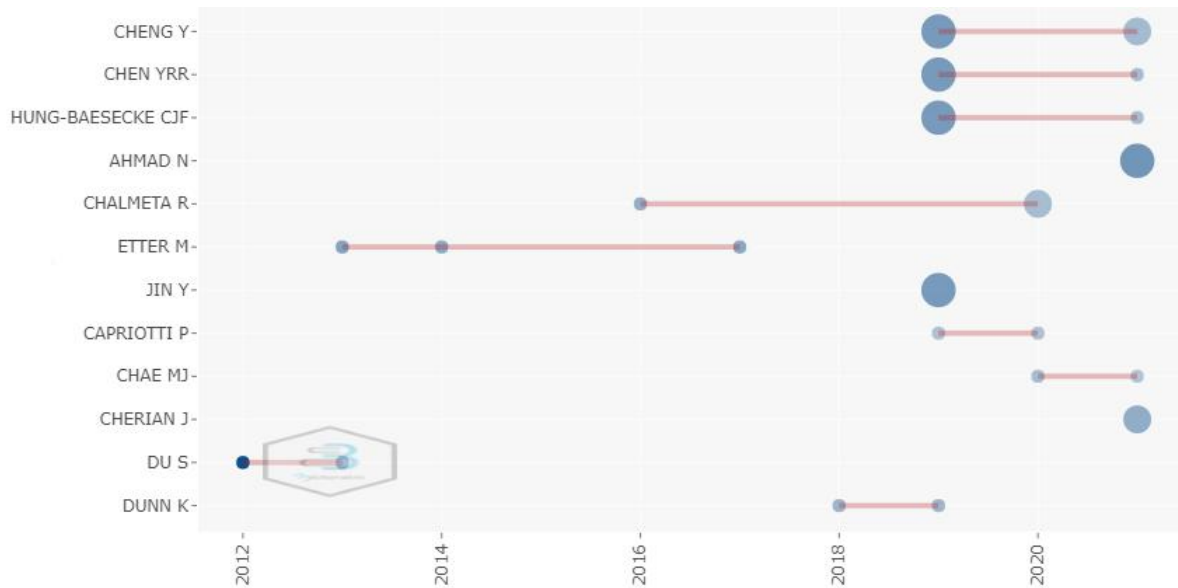
Figura 2: Autores mais Relevantes



Fonte: Dados da Pesquisa/Bibliometrix

De acordo com a análise realizada foi verificado que a grande maioria dos autores participaram somente do desenvolvimento um único documento, 367 autores, e que os demais participaram do desenvolvimento de dois ou mais documentos, 42 documentos.

Como pode ser observado na Figura 3, de acordo com a historicidade das publicações dos autores mais relevantes, verificou-se que a maioria dos autores relevantes publicou entre 2019 e 2021, totalizando 29 documentos. Os demais documentos publicados, sete no total, foram publicados entre 2012 e 2018.

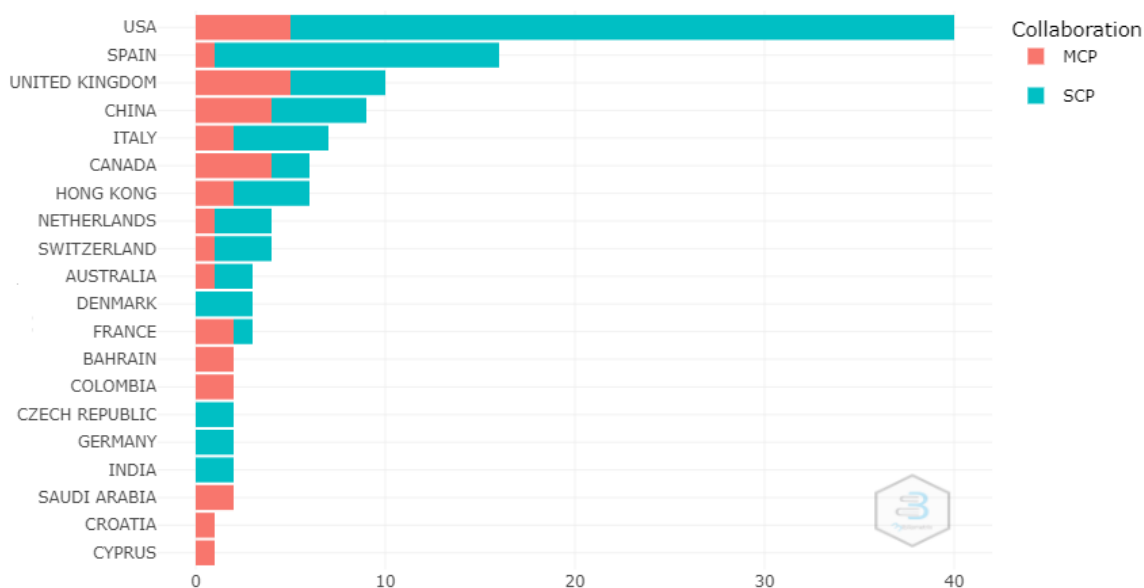
Figura 3: Historicidade de Publicação dos Autores mais Relevantes

Fonte: Dados da Pesquisa/Biliometrix

Ao analisar a contribuições das instituições internacionais, foram encontradas 253 instituições. Destacam-se, com seis documentos publicados, a University of Hail localizada na Arábia Saudita e a Hong Kong Baptist University, localizada em Hong Kong, com cinco documentos publicados. Com quatro publicações destacam-se a Copenhagen Business School (Dinamarca), North Carolina State University (Estados Unidos), Prince Sultan University (Arábia Saudita), Universitat Jaume I (Espanha) e University of Georgia (Geórgia). Tais instituições contribuem com 18.13% do total de documentos publicados.

4.2 Análise da Colaboração Internacional

A análise da colaboração internacional analisa a interação existente entre os autores e suas nações de origem, sendo baseada em dois índices: o SCP (Single Country Publication) e o MCP (Multiple Country Publication). O índice MCP é utilizado para identificar o grau de colaboração entre nações, variando de 0 a 1, quanto maior melhor a colaboração. A Figura 4 apresenta a relação existente entre os autores com base nos índices SCP e MCP.

Figura 4: Índices de Colaboração Internacional de Autores

Fonte: Dados da Pesquisa/Bibliometrix

Com base nas informações do gráfico, verifica-se que, mesmo publicando 40 documentos, os Estados Unidos não possuem um grau elevado de colaboração internacional (MCP = 0.1250), com 35 documentos publicados somente por autores afiliados a instituições norte-americanas e cinco documentos publicados com participação de autores filiados a outra nação. Outra nação que merece destaque é a Espanha (MCP = 0.0625), publicando 16 documentos, dos quais 15 publicados por autores afiliados a instituições espanholas e somente um documento publicado em conjunto com outra nação. O Reino Unido (MCP = 0.500) encontra-se na linha neutra, onde dos dez documentos publicados, cinco foram publicados somente por autores afiliados a instituições britânicas e cinco com participação de outras nações.

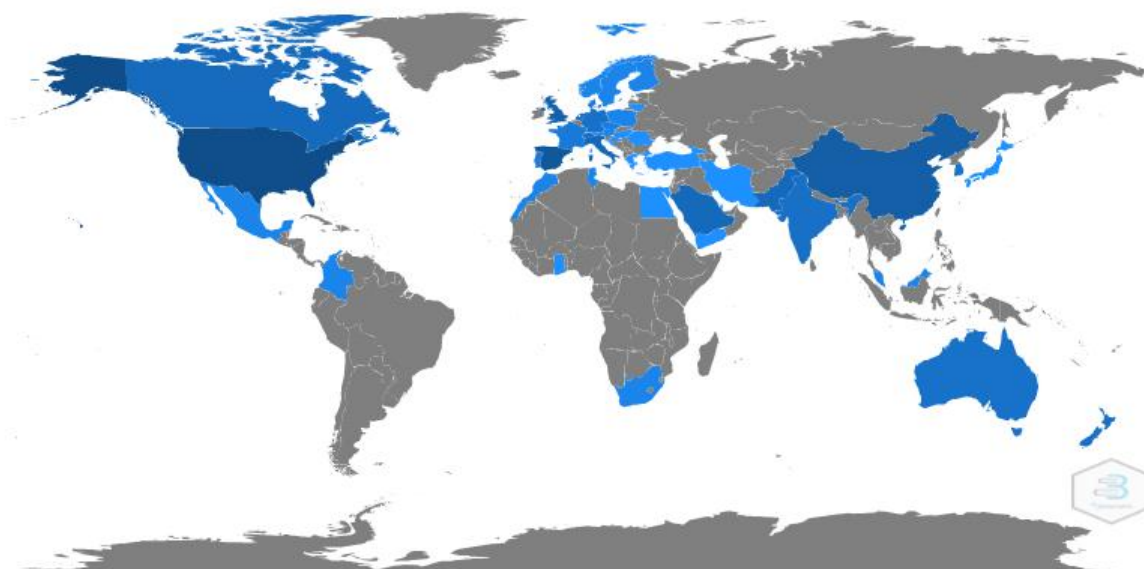
Por outro lado, destacam-se o Canadá (MCP = 0.667), com quatro documentos publicados em conjunto com outras nações e somente dois publicados por somente instituições canadenses e a França (MCP = 0.667), com dois documentos publicados em conjunto com outras nações e somente um publicado por somente instituições francesas.

Muitas nações possuem MCP = 1, ou seja, todos os documentos publicados foram em colaboração com outras nações, entretanto, tais nações possuem números irrisórios de publicações, variando entre 1 ou 2, por exemplo, Bahrain, Colômbia e Arábia Saudita, ambas com dois documentos publicados. De forma contrária, muitas nações possuem MCP = 0, ou

seja, não existe colaboração com outras nações em seus documentos publicados, por exemplo, Dinamarca (três documentos), Alemanha e Índia (dois documentos).

A Figura 5 apresenta o mapa com os países que participaram da produção científica sobre o tema. Destacam-se as nações da América do Norte, com participações em 96 documentos, Estados Unidos (82), Canadá (11) e México (2).

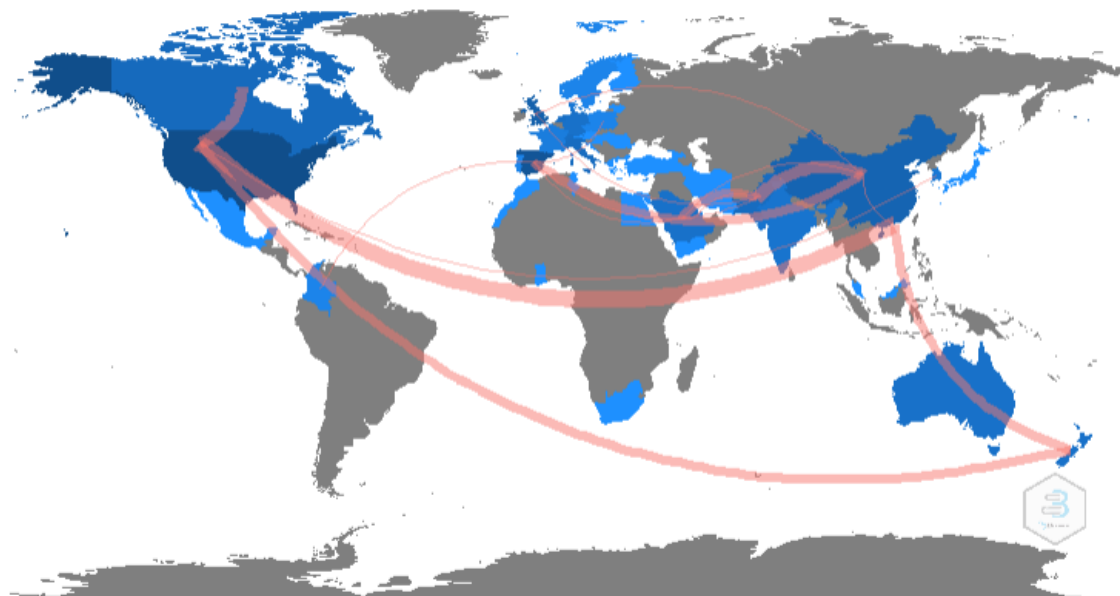
Figura 5: Produção Científica por Nações



Fonte: Dados da Pesquisa/Bibliometrix

Três nações destacam-se independentemente: a Espanha, com 42 participações, a China, com 26 participações e o Reino Unido, com 22 participações. Ressalta-se, positivamente, a participação de nações africanas, com destaque para a África do Sul, Tunísia e Marrocos (2), e Gana e Egito (1). Ressalta-se, negativamente, a participação dos países sul-americanos, com somente duas partições colombianas.

A Figura 6 apresenta o mapa o fluxo de colaboração entre os autores. Verifica-se uma colaboração muito forte entre as nações asiáticas, destacando-se as colaborações entre a China, a Índia e a Arábia Saudita. Os Estados Unidos, mesmo com um MCP baixo, colaboraram com nações de continentes distintos, tais como Canadá, China, Japão e Nova Zelândia.

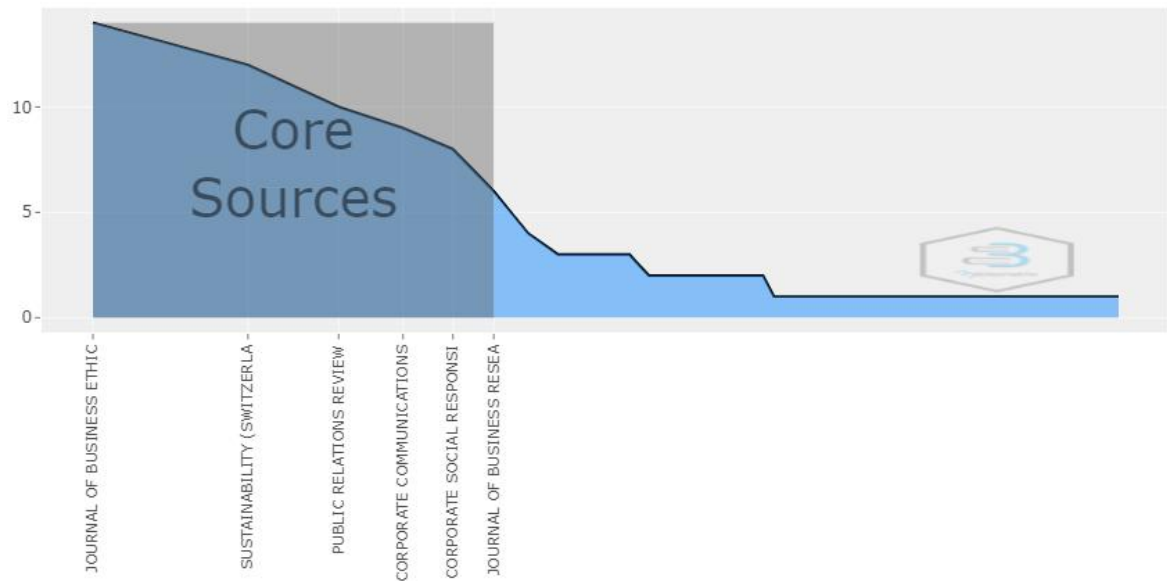
Figura 6: Fluxo de Colaboração dos Autores

Fonte: Dados da Pesquisa/Bibliometrix

4.3 Análise dos Periódicos

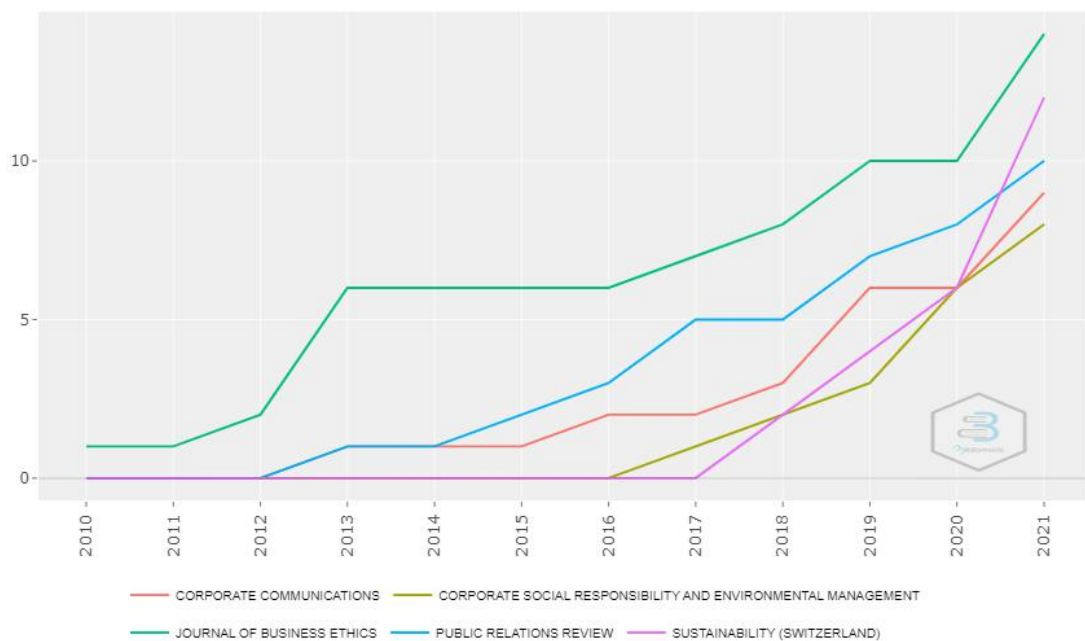
A análise dos periódicos tem por objetivo apresentar informações sobre a importância dos mesmos para o campo científico, sendo estes origem dos documentos encontrados na pesquisa e os que foram utilizados como referências. O periódico que mais publicou documentos referentes a pesquisa foi o *Journal of Business Ethics*, com 14 documentos, seguido do periódico *Sustainability (Switzerland)*, com 12 documentos e o *Public Relations Review*, com 10 documentos.

Analisando os periódicos com base na Lei de Bradford, Figura 7, verifica-se que o núcleo da pesquisa consiste em seis periódicos, que juntos representam 34.50% dos documentos publicados. São eles, o *Journal of Business Ethics*, o *Sustainability (Switzerland)*, o *Public Relations Review*, o *Corporate Communications*, o *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* e o *Journal of Business Research*. A zona intermediária consiste em 34 periódicos, que juntos representam 32.16% dos documentos publicados e, por fim, a última zona consiste em 56 periódicos, que juntos representam 33.34% dos documentos publicados.

Figura 7: Análise dos Periódicos: Lei de Bradford

Fonte: Dados da Pesquisa/Bibliometrix

Analisando as referências bibliográficas, verifica-se a importância do periódico Journal of Business Ethics, com 746 documentos, seguido pelos periódicos Public Relations Review, Journal of Business Research e o Journal of Marketing com, respectivamente, 417, 227 e 195 documentos. A Figura 8 apresenta a frequência acumulada de publicações dos cinco principais periódicos.

Figura 8: Frequência Acumulada de Publicações dos Cinco Principais Periódicos

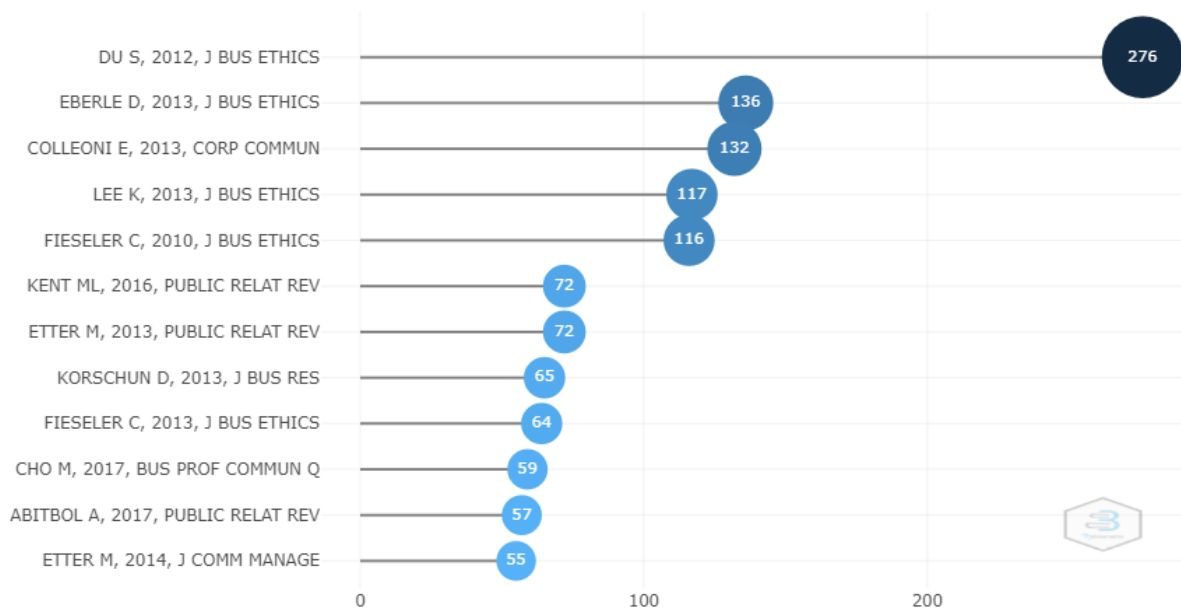
Fonte: Dados da Pesquisa/Bibliometrix

4.4 Análise dos Documentos

A análise dos documentos visa identificar os documentos publicados que mais colaboram com o desenvolvimento do campo científico. Dos 171 documentos encontrados na pesquisa, o *Striving for Legitimacy Through Corporate Social Responsibility: Insights from Oil Companies*, de Shuili Du e Edward T. Vieira Jr., publicado pelo Journal of Business Ethics é o mais citado pela academia com 299 citações. Publicado pelo mesmo periódico, o *The Impact of Interactive Corporate Social Responsibility Communication on Corporate Reputation*, de David Eberle, Guido Berens e Ting Li, obteve 136 citações, o que corrobora com a importância do periódico para o desenvolvimento do campo científico. O documento *CSR Communication Strategies for Organizational Legitimacy in Social Media*, de Elanor Colleoni, publicado pelo periódico Corporate Communications: An International Journal, obteve 132 citações.

A Figura 9 apresenta os doze principais documentos publicados citados globalmente.

Figura 9: Doze Principais Documentos Publicados Citados Globalmente

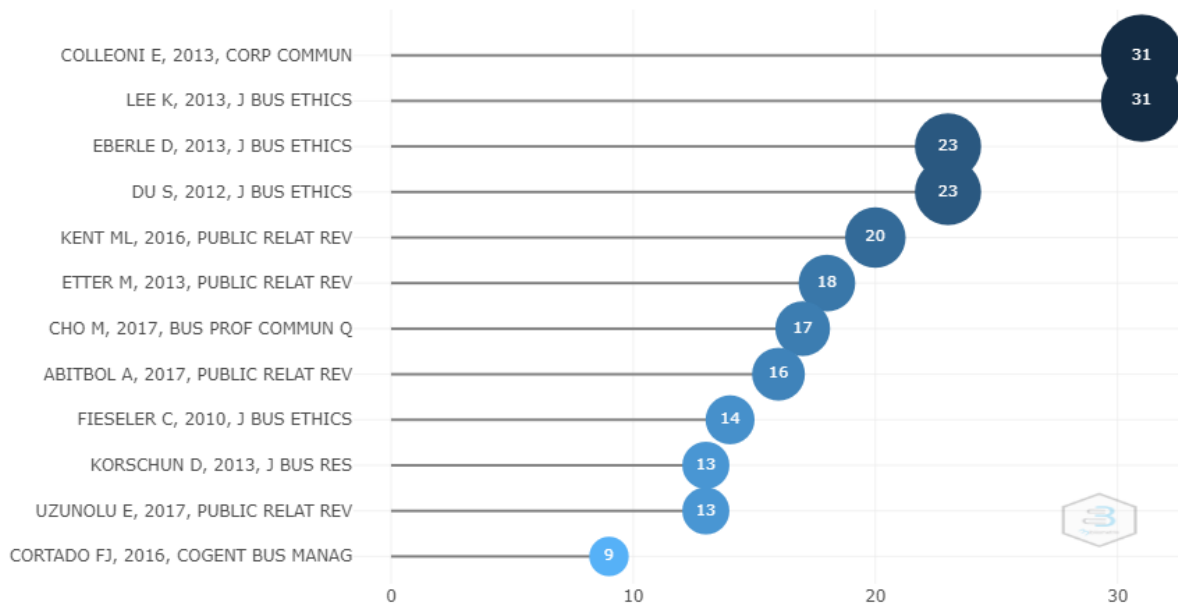


Fonte: Dados da Pesquisa/Bibliometrix

Analisando os documentos, mas de uma forma local, o documento publicado mais relevante é o *CSR Communication Strategies for Organizational Legitimacy in Social Media*, de Elanor Colleoni, publicado pelo periódico Corporate Communications: An International Journal, obteve 31 citações. Como mesmo quantitativo, o *Social Media for Socially Responsible Firms: Analysis of Fortune 500's Twitter Profiles and their CSR/CSIR Ratings*, de Kiljae Lee,

Won-Yong Oh e Namhyeok Kim, publicado pelo Journal of Business Ethics, ambos publicados em 2013. A Figura 10 apresenta os doze principais documentos publicados citados localmente.

Figura 10: Doze Principais Documentos Publicados Citados Localmente



Fonte: Dados da Pesquisa/Bibliometrix

4.5 Análise das Palavras-chave

A análise das palavras-chave apresenta a intencionalidade do autor em promover suas ideias, sendo aplicada as palavras-chave. Das 468 palavras-chave indicadas pelos autores, destaca-se a “*corporate social responsibility*”, com 87 ocorrências, seguido de “*social media*”, com 69 ocorrência, e “*csr*”, com 39 ocorrências. Ressalta-se que o resultado já era esperado, pois as três palavras-chave foram utilizadas na construção da query string da pesquisa. Com relação às mídias sociais, as principais citadas foram “*twitter*”, com 24 ocorrências, “*facebook*”, com 15 ocorrências e “*instagran*” e “*youtube*” com uma ocorrência cada. A Figura 11 apresenta a nuvem relacionada as 35 principais palavras-chave do autor.

Figura 11: Nuvem de Palavras com as 35 Principais Palavras-Chave dos Autores



Fonte: Dados da Pesquisa/Bibliometrix

Com relação as keywords plus, foram identificadas 144 palavras-chaves. Destacam-se a “corporate social responsibility”, com 18 ocorrências, “social media”, com 17 ocorrências e “social networking (online)”, com 8 ocorrências. A Figura 12 apresenta a nuvem relacionada as 35 principais keywords plus.

Figura 12: Nuvem de Palavras com as 35 Principais Keywords Plus



Fonte: Dados da Pesquisa/Bibliometrix

5 CONCLUSÃO

Com base na pesquisa foi verificada uma evolução das publicações sobre tema ao longo da faixa temporal adotada, o que pode ser explicado, dentre outros fatores, pelo aumento da disponibilidade de acesso às mídias social ao redor do mundo, pela conscientização dos stakeholders sobre as ações das empresas nos mais diversos setores da economia e pela busca constante de uma reputação corporativa alinhada aos pressupostos de responsabilidade social.

A pesquisa resultou em 171 documentos publicados escrito por 409 autores. Verificou-se que ainda não há uma colaboração internacional entre os autores, sendo muito artigos escritos por autores afiliados em instituições localizadas no mesmo território. Por exemplo, os Estados Unidos e a Espanha, que concentram 32.75% dos documentos publicados, destacaram-se por grande parte dos documentos publicados serem de autores afiliados por instituições nacionais. Ressalta-se, positivamente, a importância da colaboração entre nações asiáticas sobre o tema.

Na análise de periódicos e documentos, verificou-se a importância do periódico *Journal of Business Ethics*, publicado pela Springer Nature, com 14 documentos. De acordo com a Lei de Bradford, constatou-se que os seis periódicos que são base do núcleo da pesquisa, todos abordam a temáticas de ética e comunicação empresarial, o que está de acordo com os princípios básico da RSC. O mesmo periódico foi o mais citado nas referências bibliográficas. Ressalta-se que o tema é muito apreciado nos mais diversos campos da ciência, mesmo com a limitação das áreas de estudo propostas, 98 periódicos foram responsáveis pelos documentos publicados.

Verificou-se que, na análise de palavras-chave, que, mesmo existindo uma quantidade satisfatória de mídias sociais, o foco utilizado pelas empresas para divulgação de informações são o Twitter, o Facebook, o Youtube e o Instagram. Conclui-se que ainda existem muitas redes sociais a serem utilizadas pelas empresas e, por conseguinte, novos nichos de comunicação com os stakeholders.

Através do conhecimento obtido através da análise bibliométrica sobre o tema, verificou-se os principais artigos com reconhecimento científico alinhados com ao tema e suas colaborações para pesquisas atuais; os principais autores e suas interações com pesquisadores nacionais e/ou internacionais, os principais periódicos que abordam o tema, apresentando o mesmo de forma multidisciplinar e as principais palavras-chaves utilizadas pelos autores e pela base Scopus.

Vale ressaltar que os resultados desta pesquisa somente foram originários de documentos de pesquisa, excluindo-se os demais tipos que englobam, entre os tipos de fontes de informação, documentos de revisão, anais de congressos, capítulos de livros, etc., já que um dos objetivos desta pesquisa era avaliar as pesquisas sobre as ações de RSC. Outro fator limitante da pesquisa é a exclusão de periódicos nacionais, fato decorrente de poucos periódicos nacionais não estarem listados na base Scopus ou, quando listados, a faixa temporal abordada é muito limitante.

Por fim, os resultados obtidos pela pesquisa são importantes por terem apresentado informações relevantes sobre as publicações sobre o tema e por terem apresentado um panorama conciso do tema na comunidade acadêmica internacional.

Futuras pesquisas podem vir a ser aplicadas ao tema, com relação à abordagem nas demais bases de dados disponíveis, sejam elas multidisciplinares, por exemplo, Web of Science e Google Acadêmico, ou especializadas, por exemplo, PubMed e Embase. No campo da Bibliometria, especialmente à análise de redes sociais, que permitirá a identificação das relações entre autores e afins e a análise sistêmica, que permitirá a identificação das lacunas existentes sobre o tema, com relação à divulgação das atividades de responsabilidade social corporativa e suas implicações para os stakeholders.

6 REFERÊNCIAS

ACCP, Association of Corporate Citizenship Professionals. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: A BRIEF HISTORY. Disponível em: <https://accp.org/resources/csr-resources/accp-insights-blog/corporate-social-responsibility-brief-history/>. Acesso em: 02 maio 2022.

AGUDELO, Mauricio Andrés Latapí; JÓHANNSDÓTTIR, Lára; DAVIDSDÓTTIR, Brynhildur. A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, v. 4, n. 1. 2019. Disponível em: <https://jcsr.springeropen.com/track/pdf/10.1186/s40991-018-0039-y.pdf>. Acesso em: 02 maio 2022.

ALVARADO, Rubén Urbizagástegui. A Lei de Lotka: modelo lagrangiano de poisson aplicado a produtividade de autores. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 8, n. 2, p. 188-207. 2003.

ARAÚJO, Carlos Alberto. Bibliometria: evolução história e questões atuais. *Em Questão*, Porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 11-32. 2006.

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira; ALVARENGA, Lidia. A Bibliometria na Pesquisa Científica da Pós-Graduação Brasileira de 1987 a 2007. *Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação*. v. 16, n. 31, p.51-70, 2011.

ARIA, Massimo; CUCCURULLO, Corrado. bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*. v. 11, n. 4, p. 959-975. 2017. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1751157717300500>. Acesso em: 10 maio 2022.

BAKER, H. Kent; KUMAR, Satish; PANDEY, Nitesh. Thirty years of the Global Finance Journal: A bibliometric analysis. *Global Finance Journal*, v. 47. 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1044028319301115>.

BAUTISTA-BERNAL, Irene; QUINTANA-GARCÍA, Cristina; MARCHANTE-LARA, Macarena. Research trends in occupational health and social responsibility: A bibliometric analysis. *Safety Science*. v. 137. 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0925753521000102>. Acesso em: 31 mar. 2022.

BELINDA, Casher D.; WESTERMAN, James W.; BERGMAN, Shawn M. Recruiting with ethics in an online era: Integrating corporate social responsibility with social media to predict organizational attractiveness. *Journal of Vocational Behavior*. v. 109, p. 101-117. 2018. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0001879118301118>. Acesso em: 07 maio 2022.

BOWEN, Howard Rothmann. 1953. *Social Responsibilities of the Businessman*. Harper and Row: New York.

BUSINESS FOR SOCIAL RESPONSIBILITY (BRS). Our Story: Overview, 2022. Disponível em: <https://www.bsr.org/en/about/story>. Acesso em: 03 maio 2022.

CÂNDIDO, Ricardo Batista; GARCIA, Fabio Gallo; CAMPOS, Anderson Luis Saber; Elmo TAMBOSI FILHO. Lei de Lotka: um olhar sobre a produtividade dos autores na literatura brasileira de finanças Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação. v. 23, n. 53, p. 1-15. 2018.

CARRIZO SAINERO, Gloria. Hacia um Concepto de Bibliometria. Revista de Investigación Iberoamericana em Ciencia de la Información y Documentación. v. 1, n. 2, 2000. Disponível em: <https://docplayer.es/41384366-Hacia-un-concepto-de-bibliometria.html>. Acesso em: 1 mar. 2022.

CARROLL, Archie B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, v. 38, n.3, p. 268–295. 1999. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/282441223_Corporate_social_responsibility_Evolution_of_a_definitional_construct. Acesso em: 03 maio 2022.

CARROLL, Archie B. A history of corporate social responsibility: concepts and practices. In A. M. Andrew Crane, D. Matten, J. Moon, & D. Siegel (Eds.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility* (pp. 19–46). New York: Oxford University Press. 2008. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/282746355_A_History_of_Corporate_Social_Responsibility_Concepts_and_Practices. Acessado em: 02 maio 2022.

CHUEKE, Gabriel Vouga; AMATUCCI, Marcos. O que é bibliometria? Uma introdução ao Fórum. *Internext*. v. 10, n. 2, p. 1–5, 2015. Disponível em: <https://internext.espm.br/internext/article/view/330>. Acesso em: 1 mar. 2022.

COLE, F. J.; EALES, Nellie B. The history of comparative anatomy. *Science Progress*. v. 11, p. 578–596. 1917.

COMMITTEE FOR ECONOMIC DEVELOPMENT (CED). *Social Responsibilities of Business Corporations*. New York: CED. 1971. Disponível em: https://www.ced.org/pdf/Social_Responsibilities_of_Business_Corporations.pdf. Acesso em: 03 maio 2022.

DAVIS, Keith. Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review*, v. 2, n. 3, p. 70–76. 1960. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.2307/41166246>. Acesso em: 03 maio 2022.

DHARMANI, Pranav; DAS, Satyasiba; PRASHAR, Sanjeev. A bibliometric analysis of creative industries: Current trends and future directions. v. 135, p. 252-267. 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296321004422>. Acesso em: 1 mar. 2022.

DONTHU, Naveen; KUMAR, Satish; PANDEY, Nitesh; LIM, Weng Marc. Research Constituents, Intellectual Structure, and Collaboration Patterns in *Journal of International Marketing: An Analytical Retrospective*. *Journal of International Marketing*, v. 29, n. 2, p. 1–25. 2021.

DU, Shuili; VIEIRA JÚNIOR, Eduardo T. Striving for Legitimacy Through Corporate Social Responsibility: Insights from Oil Companies. *Journal of Business Ethics*. v. 110, p. 413–427. 2012. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-012-1490-4#citeas> Acesso em: 06 maio 2022.

ENSSLIN, Leonardo, ENSSLIN, Sandra Rolim e PINTO, Hugo de Moraes. Processo de investigação e análise bibliométrica: avaliação da qualidade dos serviços bancários. *Revista de Administração Contemporânea*. v. 17, n. 3, pp. 325-349. 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1415-6552013000300005>. Acesso em: 10 maio 2013.

EPSTEIN, Edwin M. The Corporate Social Policy Process: Beyond Business Ethics, Corporate Social Responsibility, and Corporate Social Responsiveness. *California Management Review*. v.29, p. 99–114. 1987. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.2307/41165254>. Acesso em: 04 maio 2022.

FENG, Yunting; ZHU, Qinghua; LAI, Kee-Hung. Corporate social responsibility for supply chain management: A literature review and bibliometric analysis. *Journal of Cleaner Production*. v. 158, p. 296-307. 2017. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652617309435>. Acesso em: 2 mar. 2022.

GALLIVAN, Michael; BENBUNAN-FICH, Raquel. Analyzing IS research productivity: an inclusive approach to global IS scholarship. *European Journal of Information Systems*, v. 16, n. 1, p. 36-53. 2007. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1057/palgrave.ejis.3000667?journalCode=tjis20>. Acesso em: 1 mar. 2022.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*.4.ed São Paulo: Atlas, 1994.

GROVER, Purva; KAR, Arpan Kumar; ILAVARASAN, P. Vigneswara. Impact of corporate social responsibility on reputation—Insights from tweets on sustainable development goals by CEOs. *International Journal of Information Management*. v. 49, p. 39-52. 2019. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S026840121831242>. Acesso em: 07 maio 2022.

GUEDES, Vânia; BORSCHIVER, Suzana. 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: *CINFORM – ENCONTRO NACIONAL DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO*, 6., 2005, Salvador. Anais... Salvador: ICI/UFBA, 2005.

HOOTSUITE. *The Global State of Digital 2022*. 2022. Disponível em: <https://www.hootsuite.com/resources/digital-trends>. Acesso em: 05 maio 2022.

JONES, Thomas. M. Corporate social responsibility revisited, redefined. *California Management Review*. v. 22, n. 3, p. 59–67. 1980. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.2307/41164877?journalCode=cmra>. Acesso em: 04 maio 2022.

HULME, E. Wyndham. *Statistical bibliography in relation to the growth of modern civilization*. London, 1923.

JOHNSON, Harold L. *Business in Contemporary Society: Framework and Issues*. Belmont: Wadsworth Publishing Co., Inc. 1971.

KONG, Dongmin. Does corporate social responsibility matter in the food industry? Evidence from a nature experiment in China. *Food Policy*. v. 37, n. 3, p. 323-334. 2012. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0306919212000309>. Acesso em: 2 mar. 2022.

KÖSEOĞLU, Mehmet Ali; YICK, Melissa Yan Yee; PARNELL, John A. The dissemination of corporate social responsibility into the intellectual structure of strategic management. *Journal of Cleaner Production*, v. 311. 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652621017248>. Acesso em: 2 mar. 2022.

KUMAR, Satish; MARRONE, Mauricio; LIU, Qi; PANDEY, Nitesh. Twenty years of the International Journal of Accounting Information Systems: A bibliometric analysis. *International Journal of Accounting Information Systems*. v. 39. 2020. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1467089520300567>. Acesso em: 1 mar. 2022.

LEE, Min-Dong Paul. A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, v. 10, n.1, p. 53–73. 2008. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1468-2370.2007.00226.x>. Acesso em: 03 maio 2022.

MAMUDU, Angela; MAMUDU, Anthony; ELEHINAFE, Francis; AKINNEYE, Damilola. Recent trends in corporate social responsibilities in Nigeria-A case study of major oil firms in the Niger delta region. *Scientific African*, v. 13. 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2468227621002325>. Acesso em: 02 maio 2022.

MARTÍNEZ-SALA, Alba-María, QUILES-SOLER, María-Carmen e MONSERRAT-GAUCHI, Juan. Responsabilidade Social Corporativa na indústria de restaurantes e fast food: um estudo da comunicação sobre alimentação saudável através das redes sociais. *Interface - Comunicação, Saúde, Educação*. v. 25. 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/icse/a/Jy7JGhFnbxTHsxcL4CMq4Ww/?lang=en#ModalArticles>. Acessado em 10 maio 2022

MARTÍNEZ, Jesús Barrena; FERNÁNDEZ, Macarena López; FERNÁNDEZ, Pedro Miguel Romero. Corporate social responsibility: Evolution through institutional and stakeholder perspectives. *European Journal of Management and Business Economics*, v. 25, n. 1, p. 8-14. 2016. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1019683815000591>. Acesso em: 2 mar. 2022.

MATSUTANI, Letícia; RAMPASSO, IZABELA Simon; SERAFIM, Milena Pavan; QUELHAS, Osvaldo L.G.; LEAL FILHO, Walter; ANHOLON, Rosley. Critical analysis of corporate social responsibility projects developed by Brazilian companies: Providing new insights for debates. *Cleaner Engineering and Technology*, v. 7. 2022. Disponível em:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666790822000179>. Acesso em: 03 maio 2022.

MENON, Dileep; GUNASEKAR, Sangeetha; DIXIT, Saurabh Kumar; DAS, Payel; MANDAL, Shantanu. Present and prospective research themes for tourism and hospitality education post-COVID19: A bibliometric analysis. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*. In Press, Uncorrected Proof. 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1473837621000617>. Acesso em: 1 mar. 2022.

MÖRSCHBÄCHER, Ana Paula; GRANADA, Camille Eichelberger. Mapping the worldwide knowledge of antimicrobial substances produced by *Lactobacillus* spp.: A bibliometric analysis. *Biochemical Engineering Journal*. v. 180. 2022. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1369703X22000122>. Acesso em: 1 mar. 2022.

MURDAYANTI, Yunika; KHAN, Mohd Noor Azli Ali. The development of internet financial reporting publications: A concise of bibliometric analysis. *Heliyon*. v. 7, n. 12. 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844021026542>. Acesso em: 2 mar 2022.

NUNES, Ginete Cavalcante; NASCIMENTO, Maria Cristina Delmondes; ALENCAR, Maria Aparecida Carvalho de. Pesquisa Científica: Conceitos Básicos. *Id Online Revista Multidisciplinar e de Psicologia*. ano 10, n. 29. Fevereiro/2016. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/390>. Acesso em: 10 maio 2022.

OKAZAKI, Shintaro; PLANGGER, Kirk; WEST, Douglas; MENÉNDEZ, Héctor D. Exploring digital corporate social responsibility communications on Twitter. *Journal of Business Research*, v. 117, p. 675-682. 2020. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296319305259>. Acesso em: 06 maio 2022.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). A ONU e o meio ambiente. 2020. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91223-onu-e-o-meio-ambiente>. Acesso em: 04 maio 2022.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). Sobre o nosso trabalho para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil. 2022. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 03 maio 2022.

PACTO GLOBAL REDE BRASIL. Objetivos De Desenvolvimento Sustentável (ODS). 2022. Disponível em: <https://www.pactoglobal.org.br/ods>. Acesso em: 03 maio 2022.

PONS, Adrià; VINTRÒ, Carla; RIUS, Josep; VILAPLANA, Jordi. Impact of Corporate Social Responsibility in mining industries. *Resources Policy*. v. 72. 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0301420721001318>. Acesso em: 07 maio 2022.

PRITCHARD, Alan. Statistical bibliography or bibliometrics?. *Journal of Documentation*, London, v. 25, n. 4, p. 348 - 349, 1969. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/236031787_Statistical_Bibliography_or_Bibliometrics. Acesso em: 1 mar. 2022.

RAISIG, L. Miles. Statistical bibliography in the health sciences. *Bulletin of the Medical Library Association*. v. 50, n. 3, p. 450-461. 1962.

RODRÍGUEZ, Manuel Dávil; SÁENZ, Roberto Guzmán; ARROYO, Hugo Macareno; HERERA, Denia Piñeres; BARRANCO, Dereck de la Rosa; CABALLERO-URIBE, Carlo V. *Bibliometría: conceptos y utilidades para el estudio médico y la formación profesional*. Salud Uninorte. v. 25, n. 2, p. 319-330. 2009.

SARKAR, Soumodip; SEARCY, Cory. Zeitgeist or chameleon? A quantitative analysis of CSR definitions. *Journal of Cleaner Production*. v.135, p. 1423-1435. 2016. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652616308447>. Acesso em: 11 abr 2022.

SHIKIDA, Claudio Djissey; NOBRE FERNANDEZ, Rodrigo; CARRARO André. A distribuição do ranking de clubes brasileiros regido por uma lei universal: uma aplicação a Lei de Zipf. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, v. 8, n. 2, p. 230-240. 2019.

UYAR, Ali; KILIC, Merve; KOSEOGLU, Mehmet Ali; KUZEY, Cemil; KARAMAN, Abdullah S. The link among board characteristics, corporate social responsibility performance, and financial performance: Evidence from the hospitality and tourism industry. *Tourism Management Perspectives*. v. 35. 2020. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211973620300817>. Acesso em: 2 mar. 2022.

VANTI, Nadia Aurora Peres. 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, p. 152-162. 2002.

VÍTOR, Ana Carolina; CAVALCANTI, Hellen Taynan. Ação de responsabilidade social corporativa no combate à violência doméstica durante a pandemia COVID-19: o caso Magalu. *Almanaque Multidisciplinar De Pesquisa*. v. 8, n. 2. 2021. Disponível em: <http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/amp/article/view/7255>. Acesso em: 10 maio 2022.

WALTON, Clarence C. *Corporate social responsibilities*. Belmont: Wadsworth Pub. Co. 1967.

WONG, Antony King Fung; KÖSEOGLU, Mehmet Ali; KIM, Seongseop (Sam); LEUNG, Daniel. Contribution of corporate social responsibility studies to the intellectual structure of the hospitality and tourism literature. *International Journal of Hospitality Management*. v. 99. 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431921002243>. Acesso em: 2 mar. 2022.

WONG, Antony King Fung; KÖSEGLU, Mehmet Ali; KIM, Seongseop (Sam). The intellectual structure of corporate social responsibility research in tourism and hospitality: A citation/co-citation analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. v. 49, p. 270-284. 2021. Disponível em:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1447677021001637>. Acesso em: 2 mar. 2022.

YAKATH, Ali Nurul Syuhadah; YU, Chunyan; SEE Kok Fong. Four decades of airline productivity and efficiency studies: A review and bibliometric analysis. *Journal of Air Transport Management*. v. 96. 2021. Disponível em:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S096969972100082X>. Acesso em: 1 mar. 2022.

YE Nan; KUEH, Tung-Boon; HOU, Lisong; LIU, Yongxin; YU, Hang. A bibliometric analysis of corporate social responsibility in sustainable development. *Journal of Cleaner Production*. v. 272. 2020. Disponível em:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652620327268>. Acesso em: 2 mar. 2022.

ZHANG, Yisha; LIM, David; YAO, Yanling; DONG, Chao; FENG, Zhihui. Global Research Trends in Radiotherapy for Gliomas: A Systematic Bibliometric Analysis. *World Neurosurgery*. In Press, Uncorrected Proof. 2022. Disponível em:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1878875022001383>. Acesso em: 1 mar. 2022.