

Área Temática: Gestão Socioambiental – Estratégia e Sustentabilidade

## **Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Uma Análise das Tendências de Pesquisa e Abordagens Metodológicas**

### **AUTOR**

**ANDRÉ DAS NEVES DAMEDA**

Universidade Federal do Rio Grande - FURG

andredameda@furg.br

### **Resumo**

O presente trabalho tem por objetivos analisar os fundamentos teóricos acessados pelos pesquisadores brasileiros da área de responsabilidade social corporativa, bem como, a partir do principal periódico internacional específico referenciado pelos autores nacionais, observar as tendências de pesquisa e abordagens metodológicas quanto ao tema. Para a consecução destes objetivos foram examinadas 849 referências relacionadas em 24 artigos com a temática da responsabilidade social corporativa, publicados nos anais do EnANPAD dos anos de 2009 e 2010. A partir dos dados colhidos foi possível identificar os principais autores e periódicos consultados, que serviram como base para a segunda etapa da pesquisa, referente à análise de tendências temáticas e metodológicas recentes em artigos publicados nos anos de 2010 e 2011 no *Journal of Business Ethics*. A análise identificou Archie B. Carrol como o autor mais citado pelos estudos nacionais, um equilíbrio entre abordagens positivistas e interpretativistas nos artigos do *JBE*, bem como os temas de determinantes da RSC, a relação entre legitimação e RSC, a relação entre estratégia e RSC e a relação entre discurso e práticas de RSC, como os mais frequentes.

### **Abstract**

The present work aims to analyze the theoretical foundations accessed by Brazilian researchers in the area of corporate social responsibility as well, from the main international journal specifically referenced by national authors, watch trends and methodological approaches to research on the subject. To achieve these objectives were examined 849 references in 24 articles related to the theme of corporate social responsibility, published in the annals of EnANPAD the years 2009 and 2010. From the data collected it was possible to identify the key authors and journals consulted, who served as the basis for the second stage of the research concerning the analysis of trends and methodological issues in recent articles published in the years 2010 and 2011 in the *Journal of Business Ethics*. The analysis identified Archie B. Carroll as the author most often cited by national studies, a balance between positivist and interpretive approaches in the articles of *JBE*, as well as the determinants of CSR issues, the relationship between CSR and legitimacy, the relationship between strategy and CSR and the relationship between discourse and practice CRS, as more frequent.

### **Palavras-chave**

Responsabilidade Social Corporativa – Tendências de pesquisa – Abordagem Metodológica

## **Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Uma Análise das Tendências de Pesquisa e Abordagens Metodológicas**

### **Resumo**

O presente trabalho tem por objetivos analisar os fundamentos teóricos acessados pelos pesquisadores brasileiros da área de responsabilidade social corporativa, bem como, a partir do principal periódico internacional específico referenciado pelos autores nacionais, observar as tendências de pesquisa e abordagens metodológicas quanto ao tema. Para a consecução destes objetivos foram examinadas 849 referências relacionadas em 24 artigos com a temática da responsabilidade social corporativa, publicados nos anais do EnANPAD dos anos de 2009 e 2010. A partir dos dados colhidos foi possível identificar os principais autores e periódicos consultados, que serviram como base para a segunda etapa da pesquisa, referente à análise de tendências temáticas e metodológicas recentes em artigos publicados nos anos de 2010 e 2011 no *Journal of Business Ethics*. A análise identificou Archie B. Carrol como o autor mais citado pelos estudos nacionais, um equilíbrio entre abordagens positivistas e interpretativistas nos artigos do *JBE*, bem como os temas de determinantes da RSC, a relação entre legitimação e RSC, a relação entre estratégia e RSC e a relação entre discurso e práticas de RSC, como os mais frequentes.

### **Introdução**

O tema da Responsabilidade Social Corporativa (RSC) tem ocupado a atenção da academia, do mundo corporativo e da sociedade organizada em face da percepção do nível de interdependência entre ações empresariais e o meio social. Desde as primeiras abordagens específicas sobre o tema, que remontam à segunda metade do século XX (Carrol, 1999), até as discussões atuais, uma série de abordagens, definições, conceitos, identificação de determinantes e de relacionamentos, tanto do ponto de vista teórico como empírico, vem sendo apresentadas.

Em países emergentes, como o Brasil, o assunto encontra-se em um estágio de consolidação menor do que na Europa Ocidental e América do Norte (Jamali & Neville, 2011), representando, ao mesmo tempo, um desafio e uma oportunidade aos estudos organizacionais. É nesse sentido que se apresenta o presente trabalho, que reúne dois objetivos.

Inicialmente, busca-se a identificação da produção nacional recente sobre o tema e suas bases teóricas, destacando-se os autores e veículos internacionais mais citados, a partir dos trabalhos apresentados nas duas últimas edições do Encontro Nacional da ANPAD, tomando como inspiração metodológica o trabalho de Bignetti, Cappra e Thomas (2008).

Como segundo objetivo, a partir da identificação do periódico internacional mais consultado pelos pesquisadores nacionais, é realizada a análise de vinte artigos teórico-empíricos dos anos de 2010 e 2011, como forma de identificar as temáticas de pesquisa e abordagens metodológicas utilizadas, em uma tentativa de apontar tendências emergentes.

### **Procedimentos**

Em vista dos objetivos estabelecidos, procedeu-se inicialmente a identificação de artigos publicados nas edições de 2009 e 2010 do EnANPAD que tivessem como palavra chave “responsabilidade social corporativa”. Considerando o baixo número de artigos identificados,

4 em 2009 e 2 em 2010, foi ampliada a busca, a partir do termo “responsabilidade social”, que retornou 14 artigos em 2009 e 13 artigos em 2010. Dos 27 artigos inicialmente selecionados, 3 foram excluídos da análise por não tratarem especificamente do tema de responsabilidade social corporativa, restando examinados 24 artigos com um total de 849 referências.

Ao contrário de outros temas, que possuem forte identificação com determinada divisão acadêmica, o tema da responsabilidade social corporativa transita, de forma difusa, em várias divisões e áreas temáticas, conforme Tabela 1.

Tabela 1

**Distribuição dos artigos examinados entre as áreas temáticas do EnANPAD**

área temática	artigos em 2009	artigos em 2010
APB - Administração Pública	0	1
CON – Contabilidade	1	0
EOR - Estudos Organizacionais	1	2
EPQ - Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade	1	1
ESO - Estratégia em Organizações	6	4
GPR - Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho	4	0
MKT – Marketing	1	2
Soma	14	10

A partir da organização e exame das referências dos 24 artigos selecionados, foi possível identificar os principais autores citados, e os veículos mais acessados pelos autores nacionais para fundamentar suas pesquisas.

Finalmente, identificados os periódicos internacionais mais citados, foram selecionados 20 artigos teórico-empíricos, com a palavra-chave *Corporate Social Responsibility – CSR*, publicados no período compreendido entre 2010 e 2011, no *Journal of Business Ethics*, que apresentou-se como o periódico com temática específica mais referenciado.

O critério de seleção dos artigos internacionais levou em conta o objetivo da análise pretendida, tendo sido desconsiderados os artigos puramente teóricos ou mais antigos, na medida em que a intenção foi analisar tendências recentes da pesquisa aplicada em responsabilidade social corporativa.

Pela mesma motivação, não haveria sentido em escolher os artigos mais referenciados, na medida em que tal métrica, ainda que aponte para a relevância do artigo, privilegia, obrigatoriamente, a produção mais antiga, não contribuindo, portanto, para o objetivo estabelecido.

Selecionados os 20 artigos, foram observados os problemas de pesquisa ou objetivos e as abordagens e estratégias metodológicas adotadas.

**Análise dos artigos apresentados no EnANPAD**

A fim de identificar os principais fundamentos teóricos utilizados pelos autores nacionais, foram examinadas as edições de 2009 e 2010 do EnANPAD, identificando 24 artigos com a temática relacionada à responsabilidade social corporativa.

O estudo das 849 referências citadas nos trabalhos apontou para um total de 955 diferentes autores citados, com predominância de autores estrangeiros, o que parece representar uma tendência das edições mais recentes do EnANPAD, de forma consistente com o observado por Bignetti, Cappra e Thomas (2008). A Tabela 2 apresenta os autores mais citados, limitados àqueles com mais de cinco citações no conjunto dos artigos examinados.

Tabela 2

**Principais autores citados, EnANPADs de 2009 e 2010**

Autor	Frequência
Carroll, A. B.	29
Wood, D. J.	13
Melo Neto, F. P.	12
Porter, M. E.	12
Froes, C.	11
Tenorio, F. G.	11
Freeman, R. E.	10
Whittington, R.	10
Ashley, P. A.	9
Friedman, M.	9
Ferrell, O. C.	8
Maignan, I.	6
Moretti, S. L. A.	6
Preston, L. E.	6
Cochran, P.L.	5
Monroe, K. B.	5
Reed, M. I.	5
Yin, R. K.	5

A Tabela 2 aponta alguns autores que não se relacionam diretamente com a temática examinada, como Michael Porter, Richard Whittington, Milton Friedman, Lee E. Preston, Kent B. Monroe, Michael Reed e Robert Yin.

A presença de Michael Porter e Richard Whittington decorre de suas abordagens acerca de estratégia, presentes nos artigos que relacionaram estratégia e RSC.

Milton Friedman, apesar de não ser um autor relacionado com o tema, é citado, principalmente, em face do artigo *The social responsibility of business is to increase its profits*, publicado no *The New York Magazine* em 1970.

Preston, Monroe e Reed são referenciados, respectivamente, em face de suas abordagens acerca de *stakeholders*, marketing e teoria da agência.

Finalmente, as referências a Robert Yin relacionam-se às estratégias metodológicas utilizadas pelos autores.

Em relação aos demais autores constantes da Tabela 2, os trabalhos citados referem-se especificamente ao tema da RSC, destacando-se particularmente Archie B. Carroll, que além de ser o mais citado pelos autores nacionais, nos artigos examinados, também é um dos autores mais referenciados em trabalhos internacionais, com vasta produção no tema, sendo que seu trabalho mais citado (Carroll, 1979) é referenciado por mais de 2.300 artigos de acordo com a base de dados do Google Acadêmico.

Os autores nacionais aparecem na lista dos mais citados com Francisco Paulo de Melo Neto, César Fróes, Fernando G. Tenório e Patrícia Ashley, que contribuem com livros sobre o tema,

seguidos por Sérgio Moretti, que, além de livro, é citado por dois artigos apresentados em edições anteriores do EnANPAD.

Adicionalmente à identificação dos principais autores, foi procedido um levantamento dos principais periódicos citados nas referências examinadas.

Da análise realizada foram excluídas as referências a livros e ao próprio EnANPAD, que representam respectivamente 34,5% e 6,5% do total de 849 referências examinadas, assim como as teses e dissertações, que correspondem a 4,5%.

A partir da análise das referências foi construído um ranking com os periódicos mais citados pelos artigos examinados, que encontra-se apresentado pela Tabela 3

**Tabela 3**  
**Ranking dos periódicos mais referenciados pelos artigos examinados**

	Periódico	Freq.	Freq. %
1.	Academy of Management Review	49	5,77%
2.	Journal of Business Ethics	40	4,71%
3.	Revista de Administração de Empresas	25	2,94%
4.	Business & Society	22	2,59%
5.	Harvard Business Review	13	1,53%
6.	Journal of Management Studies	12	1,41%
7.	California Management Review	11	1,30%
8.	Business Horizons	10	1,18%
9.	Organization Studies	10	1,18%
10.	Business & Society Review	8	0,94%
11.	Journal of Marketing	8	0,94%
12.	Strategic Management Journal	8	0,94%
13.	Journal of the Academy of Marketing Science	7	0,82%
14.	Revista de Administração Pública	7	0,82%
15.	Academy of Management Journal	6	0,71%
16.	Administrative Science Quarterly	6	0,71%
17.	Revista de Administração - USP	5	0,59%
18.	Social Responsibility Journal	5	0,59%

Uma das constatações que emerge da visualização da Tabela 3 é o acesso dos pesquisadores nacionais aos principais *journals* internacionais, o que viabiliza pesquisa de temas atuais e relevantes, além do acesso aos textos clássicos. Aproximadamente 18% das referências remontavam aos dois anos anteriores a apresentação do artigo.

Nas posições 3, 14 e 17 do ranking, encontram-se periódicos nacionais, que foram julgados pelos autores dos artigos examinados, com a qualidade suficiente para oferecer fundamentos teóricos às suas pesquisas.

Tomando-se apenas periódicos internacionais relacionados na Tabela 3, e acrescentando informação relativa ao fator de impacto e número de citações, conforme o *Journal Citation Reports* (JCR), é possível constatar na Tabela 4, que a escolha dos autores nacionais recai sobre periódicos com bons indicadores de impacto.

Tabela 4

**Citações e Fator de Impacto dos Periódicos Internacionais Referenciados**

Periódico	total citações	fator impacto
1. Academy of Management Review	15.780	6,720
2. Journal of Business Ethics	5.974	1,125
3. Business & Society	794	1,220
4. Harvard Business Review	8.992	1,873
5. Journal of Management Studies	4.457	3,817
6. California Management Review	3.018	1,706
7. Business Horizons	928	0,809
8. Organization Studies	3.353	2,339
9. Business & Society Review	-	-
10. Journal of Marketing	13.189	3,770
11. Strategic Management Journal	15.626	3,583
12. Journal of the Academy of Marketing Science	4.008	3,269
13. Academy of Management Journal	17.239	5,250
14. Administrative Science Quarterly	11.539	3,684
15. Social Responsibility Journal	-	-

Em uma posição justificada tanto pela sua tradição no campo da administração, como pela reiterada permanência na liderança nas avaliações de fator de impacto, o periódico mais referenciado foi o *Academy of Management Review* (AMR).

Entretanto, considerando que o AMR possui um amplo escopo temático, não foi possível localizar um volume suficiente de artigos nos anos de 2010 a 2011, com características capazes de atender ao objetivo de identificação de tendências e abordagens metodológicas recentes. Em face dessa situação, tal análise, constante da próxima sessão, foi procedida a partir do *Journal of Business Ethics*.

**Análise de temas de pesquisa e abordagens metodológicas em artigos do *Journal of Business Ethics***

A fim de atender ao segundo objetivo desta pesquisa, foram selecionados 20 artigos teórico-empíricos do *Journal of Business Ethics* para proceder a análise de questões de pesquisa, objetivos e abordagens metodológicas. A linha editorial do periódico, é assim definida:

*“O Journal of Business Ethics publica somente artigos originais a partir de uma ampla variedade de perspectivas metodológicas e disciplinares sobre questões éticas relacionadas aos negócios, que trazem algo de novo ou original para o discurso em seu campo. Contribuintes examinam aspectos morais dos sistemas de produção, comportamento de marketing de consumo, publicidade, contabilidade social e econômica, relações trabalhistas, relações públicas e organizacionais. A fim de promover um diálogo entre os vários grupos interessados, tanto quanto possível, os documentos são apresentados em um estilo relativamente livre de jargão especializado.”*

*Desde a sua criação o Jornal tem objetivo de melhorar a condição humana, fornecendo um fórum público de discussão e debate sobre questões éticas relacionadas ao negócio.*

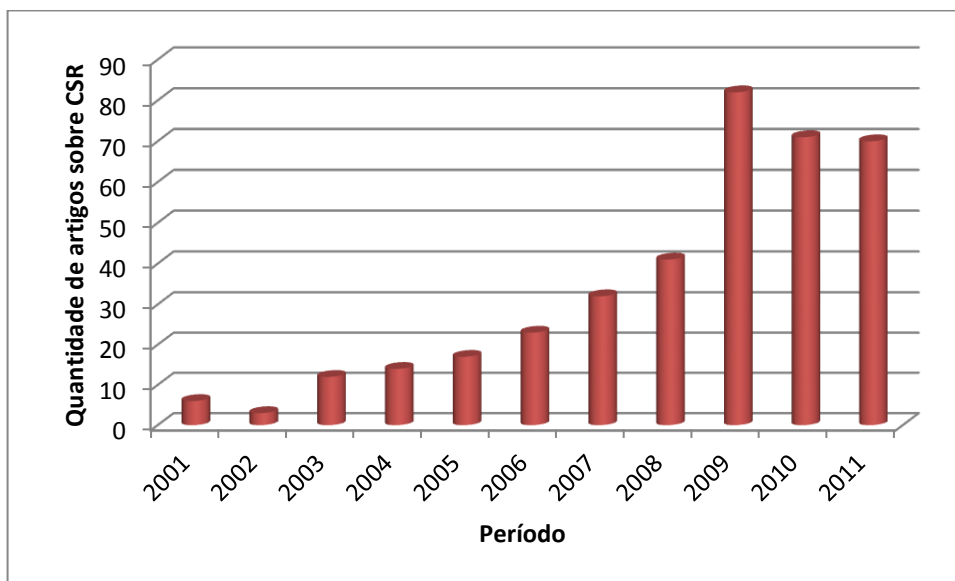
*O estilo e nível de diálogo envolve todos os que estão interessados em ética nos negócios - a comunidade empresarial, universidades, agências governamentais e grupos de consumidores.*

*Assuntos relacionados » Ética Aplicada e Responsabilidade Social - Negócios e Gestão para Profissionais - Crescimento Econômico - Bem-Estar” (Journal of Business Ethics, 2011)*

Como se verifica da linha editorial apresentada, o periódico não dedica-se exclusivamente ao tema da responsabilidade social corporativa, mas tal tema é recorrente nos artigos publicados. Um exame da presença da palavra-chave *Corporate Social Responsibility* no período de 2001 a 2011 permitiu a construção do gráfico apresentado na Figura 1, no qual é possível verificar o crescimento da pesquisa acerca do tema.

Pela análise visual da Figura 1, percebe-se um crescimento constante entre os anos de 2003 e 2008, com um salto no ano de 2009, no qual foram publicados 82 artigos, e aparente estabilização no período de 2010 e 2011, em torno de 70 artigos, ressalvando o fato de que no ano de 2011 foram computados os artigos disponíveis até 4 de agosto.

A constatação do volume de publicações em único periódico, em contraste com o número de artigos identificados no EnANPAD,, reforça a ideia de que a responsabilidade social corporativa é uma área relevante do campo da administração, com um potencial de pesquisa inexplorada no âmbito nacional.



**Figura 1. Artigos sobre Responsabilidade Social Corporativa, publicados no *Journal of Business Ethics*.**

Nota. Para o ano de 2011 foram incluídos artigos disponíveis até 4/8/2011.

Os vinte artigos selecionados para análise, com os respectivos autores, são relacionados na Figura 2, apresentados na ordem em que os mesmos foram analisados.



Artigo	Título	Autores	Ano
1	Social Responsibility and the Olympic Games: The Mediating Role of Consumer Attributions	Matthew Walker Bob Heere Milena M. Parent Dan Drane	2010
2	Corporate Social Responsibility, Product Differentiation Strategy and Export Performance	Dirk Michael Boehe Luciano Barin Cruz	2010
3	Convergence Versus Divergence of CSR in Developing Countries: An Embedded Multi-Layered Institutional Lens	Dima Jamali Ben Neville	2011
4	CSR, Sustainability and the Meaning of Global Reporting for Latin American Corporations	Luis A. Perez-Batres Van V. Miller Michael J. Pisani	2010
5	The Influence of Internal and External Codes on CSR Practice: The Case of Companies Operating in Serbia	Ivana S. Mijatovic Dusan Stokic	2010
6	Researches in Corporate Social Responsibility: A Review of Shifting Focus, Paradigms, and Methodologies	Shallini S. Taneja Pawan Kumar Taneja Rajen K. Gupta	2011
7	Corporate Social Responsibility as a Dynamic Internal Organizational Process: A Case Study	Sharon C. Bolton Rebecca Chung-hee Kim Kevin D. O’Gorman	2011
8	The Relation Between Policies Concerning Corporate Social Responsibility (CSR) and Philosophical Moral Theories - An Empirical Investigation	Claus Strue Frederiksen	2010
9	Strategization of CSR	Ziva Sharp Nurit Zaidman	2010
10	Beyond the Game: Perceptions and Practices of Corporate Social Responsibility in the Professional Sport Industry	Hela Sheth Kathy M. Babiak	2010
11	Corporate Social Responsibility in Western Europe: An Institutional Mirror or Substitute?	Gregory Jackson Androniki Apostolakou	2010
12	Does Corporate Social Responsibility Matter in Asian Emerging Markets?	Yan Leung Cheung Weiqiang Tan Hee-Joon Ahn Zheng Zhang	2010
13	The Framing of Corporate Social Responsibility and the Globalization of National Business Systems: A Longitudinal Case Study.	Stefan Tengblad Claes Ohlsson	2010
14	Small-Business Owner-Managers' Perceptions of Business Ethics and CSR-Related Concepts.	Yves Fassin Annick Van Rossem Marc Buelens	2011
15	Setting Boundaries for Corporate Social Responsibility: Firm-NGO Relationship as Discursive Legitimation Struggle.	Maria Joutsenvirta	2011
16	How Important Are CEOs to CSR Practices? An Analysis of the Mediating Effect of the Perceived Role of Ethics and Social Responsibility.	José-Luis Godos-Díez Roberto Fernández-Gago Almudena Martínez-Campillo	2011
17	Consumer Perceptions of the Antecedents and Consequences of Corporate Social Responsibility	Andrea J. S. Stanaland May O. Lwin Patrick E. Murphy	2011
18	Corporate Social Performance and Innovation with High Social Benefits: A Quantitative Analysis.	Marcus Wagner	2010
19	Drivers of Change: A Multiple-Case Study on the Process of Institutionalization of Corporate Responsibility Among Three Multinational Companies.	Ulf Henning Richter	2011
20	The Meaning of Corporate Social Responsibility: The Vision of Four Nations	Ina Freeman Amir Hasnaoui	2011

**Figura 2. Identificação dos artigos analisados**



A leitura dos artigos indicou a ausência de uma estrutura de apresentação que possa ser considerada comum a todos. O espectro analisado permitiu identificar desde artigos nos quais as questões de pesquisa e abordagens metodológicas encontravam-se destacadas no resumo e em tópicos específicos do texto, como por exemplo Boehe e Barin Cruz (2010) ou Taneja, Taneja, e Gupta (2011) até artigos nos quais os objetivos não restavam expressamente declarados.

Dentre os temas de pesquisa examinados, destacam-se as análises de fatores determinantes da RSC, a relação entre legitimação, no âmbito da teoria institucional, e RSC, a relação entre estratégia e RSC e a relação entre discurso e práticas de RSC.

Para efeito de análise das metodologias empregadas, em um primeiro momento as mesmas foram qualificadas em função dos paradigmas positivista ou interpretativista, bem como da abordagem quantitativa, qualitativa ou mista. Posteriormente foram examinadas as técnicas ou estratégias de pesquisa utilizadas em cada artigo.

Considerando que normalmente não há uma declaração dos autores acerca desta classificação em termos de paradigma e abordagem, a mesma foi procedida com base na análise realizada, tendo sido levado em consideração a intenção de generalização ou conhecimento profundo, a utilização de teste de hipóteses ou estudos de caso, dentre outros procedimentos que indicam uma tendência ontológica e epistemológica presente nos artigos. Naturalmente, se reconhece o risco de proceder tais enquadramentos, em face das simplificações realizadas para tanto.

Em relação aos paradigmas e conseqüentes abordagens, percebe-se um equilíbrio com nove artigos claramente positivistas, valendo-se de forma quase exclusiva de abordagens quantitativas, oito artigos de natureza interpretativista, privilegiando abordagens qualitativas e 3 artigos que podem ser considerados mistos, utilização de abordagens e métodos quanti-quali combinados.

Na figura 3, são apresentadas as questões de pesquisa ou objetivos, o paradigma e abordagem nos, bem como as estratégias e técnicas de pesquisa utilizadas em cada artigo.

(continua)

Artigo	Objetivos/Problema de pesquisa	Paradigma/ Abordagem	Estratégias/Técnicas
1	a) Compreender como consumidores do mundo real percebem os motivos organizacionais para o engajamento social das ONGs; b) Entender os efeitos da consciência da RSC em nível de resultados relevantes.	Positivista Quantitativa	- teste de hipóteses; - aplicado questionário a 538 respondentes ao longo de 3 semanas, durante os Olimpícos de Pequim; - procedimentos estatísticos
2	a) Desenvolver e validar um modelo empírico que explique em que condições a diferenciação pela RSC pode levar a melhores resultados em exportações	Positivista Quantitativa	- teste de hipóteses; - aplicado questionário a 252 médias e grandes empresas exportadoras brasileiras; - modelagem de equações estruturais.

(continuação)

Artigo	Objetivos/Problema de pesquisa	Paradigma/ Abordagem	Estratégias/Técnicas
3	a) Até que ponto há evidências de uma convergência (nível mundial efeito institucional) versus divergência (efeito de nível local ou nacional institucional) de formas explícitas e implícitas da RSC no mundo em desenvolvimento? b) Quais níveis institucionais e pressões específicas, podem ser úteis na contabilização de convergência ou divergência no mundo em desenvolvimento?	Mista multi-método	- dados secundários, visando avaliar a propagação global da RSC e o cenário institucional do Líbano; - entrevistas pessoais, em profundidade, com 40 atores institucionais relevantes (empresas locais, multinacionais, governo, ONGs e academia).
4	a) O que torna uma empresa mais propensa a seguir as iniciativas de "desenvolvimento sustentável" (SD) e "responsabilidade social corporativa (RSC)?"	Positivista Quantitativa	- teste de hipóteses; - modelo de regressão logística; - dados secundários. - amostra com 207 grandes empresas de 6 países latinoamericanos
5	a) examinar a diferença entre a prática social de responsabilidade corporativa (RSC) das empresas multinacionais (MNCs) e das empresas nacionais que operam na Sérvia, bem como a influência dos internos de auto-regulação, tais como declarações de valores corporativos e códigos de conduta, e externos de auto-regulação, tais como a implementação da ISO 9001 e ISO 14001 sobre a prática da RSC.	Positivista Quantitativa	- 6 proposições de pesquisa - questionários enviados a 852 cias na sérvia, com a utilização de 122, das quais 41 são multinacionais e 81 nacionais; - estatística descritiva; - teste do quiquadrado; - coef. Correlação Pearson
6	a) Examinar as áreas de pesquisa de RSC desde 1970 até 2008; b) Analisar os paradigmas de pesquisa adotados, usando o "operations research paradigms framework"; c) Comparar e contrastar vários tipos de artigos, metodologias e desenho de pesquisa com a literatura.	Interpretativista Qualitativa com elementos quantitativos	- bibliografica; - análise de conteúdo de 80 artigos, examinados os conceitos de RSC, abordagens metodológicas e estratégias de pesquisa.
7	a) Analisar a relação e engajamento dos empregados ao longo de três estágios da RSC (iniciação-implementação-maturação)	Interpretativista Qualitativa	- estudo de caso; - longitudinal (2 anos); - empresa multinacional de energia; - entrevistas;
8	a) Analisar a relação entre políticas de responsabilidade social corporativa e teorias filosóficas morais; b) Determinar quais as teorias morais fornecem base para as políticas de RSC	Interpretativista Qualitativa	- estudo multi-caso (3 empresas); - entrevistas estruturadas e semi-estruturadas com questões diretas e dilemas morais;

(continuação)

Artigo	Objetivos/Problema de pesquisa	Paradigma/ Abordagem	Estratégias/Técnicas
9	a) Uma vez que a RSC tenha sido declarada como um objetivo estratégico, como se insere na estratégia da organização? O que as organizações pregam e praticam acerca de RSC? b) Como a organização faz a transição da pregação acerca de RSC para a prática?	Interpretativista qualitativa	- estudo multicase longitudinal - 12 firmas em Israel - coleta de dados através de entrevistas em dois momentos distintos, 2004 e 2008; - entrevistas pessoais com 14 gestores ou coordenadores de RSC;
10	a) analisar e compreender como franquias de esporte profissional norte-americano (NFL, NBA, NHL e MLB) percebem e aplicam suas iniciativas de RSC	Interpretativista abordagem mista quanti-quali	- survey enviada aos proprietários, diretores ou presidentes das organizações; - envio de 122, retorno de 31, sendo utilizado 17; - questionário de 47 itens com questões abertas, ordem de classificação e escala likert; - análise de conteúdo das questões abertas; - estatística descritiva dos dados quantitativos, análise de correlação;
11	a) examinar como fatores institucionais influenciaram as práticas de RSC em diferentes países da Europa ocidental, nas dimensões econômica, ambiental e social.	Positivista Quantitativa	- amostra de 274 empresas; - dados secundários; - teste de hipóteses; - análise de regressão múltipla
12	a) comparar as práticas de RSC das maiores empresas dos mercados emergentes asiáticos no período de 2001 a 2004; b) verificar se boas práticas de RSC são reconhecidas e recompensadas pelos investidores; c) examinar o impacto das mudanças nas práticas de RSC na avaliação de mercado.	Positivista Quantitativa	- amostra de 1188 empresas; - dados secundários; - análise de regressão múltipla
13	a) até que ponto os relatórios de RSC referem-se a fatores contextuais de compreensão ampla? b) Há uma tendência para padronização internacional da RSC? c) Padronizações internacionais indicam mudança na compreensão de RSC?	Interpretativista Qualitativa	- análise de conteúdo; - relatórios de administração das 15 maiores empresas na Suécia; - examinados os anos de 1981, 1991, 2001 e 2006
14	a) Descobrir como pequenos empresários compreendem as noções de responsabilidade corporativa, ética empresarial e conceitos correlatos.	Mista Dados qualitativos Técnicas quali-quantitativas	- 23 entrevistas RGT (Repertory Grid Technique); - proprietários ou gerentes de PMEs; - análise de conteúdo; - estatística descritiva.

(continuação)

Artigo	Objetivos/Problema de pesquisa	Paradigma/ Abordagem	Estratégias/Técnicas
15	a) Quais são as estratégias discursivas utilizadas para legitimar ou deslegitimar questões controversas entre empresas e ONGs? b) Como esses esforços se desenvolvem ao longo do tempo e participam da (re)definição da RSC?	Interpretativista qualitativa	- estudo longitudinal dos discursos de um líder da indústria florestal (StoraEnso) e do Greenpeace em debates ambientais entre 1985-2001. - análise de conteúdo; - 43 escritos ambientais de ambas organizações, analisados sob a lente da legitimação.
16	a) Examinar a existência de uma relação entre o perfil dos CEOs as práticas de RSC	Positivista Quantitativa	- teste de hipóteses; - survey com 149 CEOs da Espanha; - questionários enviados a 2.978 empresas com mais de 250 empregados; - análise de regressão;
17	a) avaliar o efeito da comunicação de marketing das empresas, sob formas de declarações de ética, nas percepções dos consumidores sobre o nível de RSC e o impacto sobre reputação, confiança e lealdade do consumidor.	Positivista Quantitativa	- teste de hipóteses; - questionário online; - teste piloto com 60 alunos de escolas de negócios; - 443 respondentes, recrutados em empresas associadas à universidade e através de redes de contatos dos alunos; - equações estruturais
18	a) Examinar a associação entre Performance Social Corporativa (CSP) e Inovação com elevados benefícios sociais, bem como os determinantes potenciais dessa associação.	Positivista Quantitativa	- teste de hipóteses; - análise de regressão com dados em painel; - empresas familiares americanas listadas na S&P 500 em julho de 2003; - 3697 observações no período 1993-2003;
19	a) quais são as forças motrizes percebidas pelas corporações multinacionais para seus envolvimento em RSC? b) até que ponto esse processo representa convergência de percepções acerca da RSC, promovendo uma institucionalização de RSC?	Positivista quantitativa dados quali	- estudo de múltiplos casos; - 42 entrevistas semi-estruturadas com 30 gerentes de alto escalão de 3 grandes empresas multinacionais; - duas rodadas de entrevistas face-to-face e por telefone; - codificação múltipla (quali); - ANOVA (quanti);

(conclusão)			
Artigo	Objetivos/Problema de pesquisa	Paradigma/ Abordagem	Estratégias/Técnicas
20	a) Desenvolver um framework universal para definir a RSC	Interpretativista qualitativa	- análise de sites governamentais e de ONGs de 4 países (EUA, Canadá, Reino Unido e França); - análise de conteúdo.

**Figura 3. Objetivos, abordagem metodológica e procedimentos metodológicos dos artigos examinados.**

As estratégias e métodos utilizados, vincularam-se, na maior parte dos artigos, aos objetivos, paradigmas e abordagens de pesquisa identificados, sendo frequente o uso de estudos de caso, entrevistas de profundidade e análise de conteúdo nos estudos de natureza mais qualitativa e procedimentos de testes de hipóteses, análises de regressão e outras ferramentas estatísticas nos estudos mais quantitativos, filiados ao paradigma positivista.

### Considerações Finais

Analizadas as referências de 24 artigos nacionais no que tange à sua base teórica (autores e fonte de pesquisa), assim como os objetivos e abordagens metodológicas de 20 artigos internacionais recentes, é possível tecer algumas considerações, com a ressalva acerca da necessidade de um estudo mais aprofundado.

Em primeiro lugar, percebe-se um certo descompasso entre o interesse despertado pelo assunto no principal congresso de administração no Brasil se comparado ao volume de artigos publicados em um único periódico internacional, indicando a possibilidade e mesmo necessidade de autores nacionais alavancarem a pesquisa acerca da responsabilidade social corporativa.

Em segundo lugar, a partir da análise dos artigos publicados no *Journal of Business Ethics*, verifica a inexistência de um paradigma de pesquisa dominante, sendo acolhidos e publicados, democraticamente, tanto artigos de orientação positivista-quantitativa como interpretacionista-qualitativa.

Em terceiro lugar, destacam-se como temas de pesquisa dentro do tema da responsabilidade social corporativa: os fatores determinantes na adesão à RSC, a relação entre legitimação e RSC, a relação entre estratégia e RSC e a relação entre discurso e práticas de RSC.

Finalmente, destaque-se que esse trabalho é um esforço inicial para a compreensão da temática associada à Responsabilidade Social Corporativa no âmbito nacional e internacional, sendo necessário um estudo de maior profundidade, ampliando o número de artigos examinados e periódicos relacionados à área, para evidenciar de forma mais completa as oportunidades de pesquisa relacionadas.

### Referências

- Bignetti, L. P., Cappra, C. M., & Thomas, E. (2008). Estudos Nacionais e Internacionais sobre Gestão da Inovação : Uma Análise dos Principais Autores e das Vertentes Teóricas Atuais. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 32.

- Boehe, D. M., & Barin Cruz, L. (2010). Corporate Social Responsibility, Product Differentiation Strategy and Export Performance. *Journal of Business Ethics*, 91(S2), 325-346. doi:10.1007/s10551-010-0613-z
- Bolton, S. C., Kim, R. C.-hee, & O’Gorman, K. D. (2011). Corporate Social Responsibility as a Dynamic Internal Organizational Process: A Case Study. *Journal of Business Ethics*, 101(1), 61-74. doi:10.1007/s10551-010-0709-5
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. JSTOR. doi:10.2307/257850
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295. doi:10.1177/000765039903800303
- Cheung, Y. L., Tan, W., Ahn, H.-J., & Zhang, Z. (2010). Does Corporate Social Responsibility Matter in Asian Emerging Markets? *Journal of Business Ethics*, 92(3), 401-413. doi:10.1007/s10551-009-0164-3
- Fassin, Y., Rossem, A., & Buelens, M. (2010). Small-Business Owner-Managers’ Perceptions of Business Ethics and CSR-Related Concepts. *Journal of Business Ethics*, 98(3), 425-453. doi:10.1007/s10551-010-0586-y
- Frederiksen, C. S. (2010). The Relation Between Policies Concerning Corporate Social Responsibility (CSR) and Philosophical Moral Theories – An Empirical Investigation. *Journal of Business Ethics*, 93(3), 357-371. doi:10.1007/s10551-009-0226-6
- Freeman, I., & Hasnaoui, A. (2010). The Meaning of Corporate Social Responsibility: The Vision of Four Nations. *Journal of Business Ethics*, 100(3), 419-443. doi:10.1007/s10551-010-0688-6
- Godos-Díez, J.-L., Fernández-Gago, R., & Martínez-Campillo, A. (2010). How Important Are CEOs to CSR Practices? An Analysis of the Mediating Effect of the Perceived Role of Ethics and Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 98(4), 531-548. doi:10.1007/s10551-010-0609-8
- Jackson, G., & Apostolakou, A. (2010). Corporate Social Responsibility in Western Europe: An Institutional Mirror or Substitute? *Journal of Business Ethics*, 94(3), 371-394. doi:10.1007/s10551-009-0269-8
- Jamali, D., & Neville, B. (2011). Convergence Versus Divergence of CSR in Developing Countries: An Embedded Multi-Layered Institutional Lens. *Journal of Business Ethics*. doi:10.1007/s10551-011-0830-0
- Journal of Business Ethics. (2011). *About this journal*. Recuperado em 25 julho, 2011, de <http://www.springer.com/social+sciences/applied+ethics/journal/10551>
- Joutsenvirta, M. (2011). Setting Boundaries for Corporate Social Responsibility: Firm–NGO Relationship as Discursive Legitimation Struggle. *Journal of Business Ethics*, 102(1), 57-75. doi:10.1007/s10551-011-0775-3



- Mijatovic, I. S., & Stokic, D. (2010). The Influence of Internal and External Codes on CSR Practice: The Case of Companies Operating in Serbia. *Journal of Business Ethics*, 94(4), 533-552. doi:10.1007/s10551-009-0280-0
- Perez-Batres, L. a, Miller, V. V., & Pisani, M. J. (2010). CSR, Sustainability and the Meaning of Global Reporting for Latin American Corporations. *Journal of Business Ethics*, 91(S2), 193-209. doi:10.1007/s10551-010-0614-y
- Richter, U. H. (2011). Drivers of Change: A Multiple-Case Study on the Process of Institutionalization of Corporate Responsibility Among Three Multinational Companies. *Journal of Business Ethics*, 102(2), 261-279. doi:10.1007/s10551-011-0811-3
- Sharp, Z., & Zaidman, N. (2010). Strategization of CSR. *Journal of Business Ethics*, 93(1), 51-71. doi:10.1007/s10551-009-0181-2
- Sheth, H., & Babiak, K. M. (2010). Beyond the Game: Perceptions and Practices of Corporate Social Responsibility in the Professional Sport Industry. *Journal of Business Ethics*, 91(3), 433-450. doi:10.1007/s10551-009-0094-0
- Stanaland, A. J. S., Lwin, M. O., & Murphy, P. E. (2011). Consumer Perceptions of the Antecedents and Consequences of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 102(1), 47-55. doi:10.1007/s10551-011-0904-z
- Taneja, S. S., Taneja, P. K., & Gupta, R. K. (2011). Researches in Corporate Social Responsibility: A Review of Shifting Focus, Paradigms, and Methodologies. *Journal of Business Ethics*, 101(3), 343-364. doi:10.1007/s10551-010-0732-6
- Tengblad, S., & Ohlsson, C. (2010). The Framing of Corporate Social Responsibility and the Globalization of National Business Systems: A Longitudinal Case Study. *Journal of Business Ethics*, 93(4), 653-669. doi:10.1007/s10551-009-0246-2
- Wagner, M. (2010). Corporate Social Performance and Innovation with High Social Benefits: A Quantitative Analysis. *Journal of Business Ethics*, 94(4), 581-594. doi:10.1007/s10551-009-0339-y
- Walker, M., Heere, B., Parent, M. M., & Drane, D. (2010). Social Responsibility and the Olympic Games: The Mediating Role of Consumer Attributions. *Journal of Business Ethics*, 95(4), 659-680. doi:10.1007/s10551-010-0445-x