

Contador Influencer: Análise do papel do profissional contábil para a promoção da Responsabilidade Social Corporativa

Accountant Influencer: Analysis of the role of the accounting professional in promoting Corporate Social Responsibility

Influencer Contable: Análisis del papel del profesional contable en la promoción de la Responsabilidad Social Corporativa

Recebido: 06/06/2021 | Revisado: 11/06/2021 | Aceito: 14/06/2021 | Publicado: 27/06/2021

Ademir Círico Junior

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9487-8188>

NIX Contabilidade, Brasil

E-mail: adeciricojr@gmail.com

Carlos Rafael Galvão

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2179-2583>

NIX Contabilidade, Brasil

E-mail: carlosrafael.galv@gmail.com

Resumo

O presente estudo objetiva identificar o papel do profissional contábil para a promoção da Responsabilidade Social Corporativa (RSC) das organizações brasileiras. Quanto aos aspectos metodológicos, o estudo caracteriza-se como pesquisa bibliográfica com abordagem qualitativa. Para identificar a relação do profissional contábil como promotor da RSC foi realizada uma revisão sistemática da literatura com a busca de termos no *Scientific Electronic Library Online* (SciELO). Ao todo foram obtidos 7 artigos, sendo todos utilizados neste estudo. Quanto aos resultados obtidos, destaca-se que foi possível identificar a importância do profissional contábil como parte integrante e influente para a promoção da RSC das organizações brasileiras. Os principais termos utilizados nos 7 artigos referem-se a evidencição das informações sobre as ações sociais e ambientais das empresas por meio dos relatórios sociais, sendo os principais relatórios citados nos estudos analisados, o Balanço Social e a Demonstração do Valor Adicionado (DVA).

Palavras-chave: Contador influencer; Contabilidade; Responsabilidade social corporativa.

Abstract

This study aims to identify the role of the accounting professional in promoting Corporate Social Responsibility (CSR) of Brazilian associations. As for the methodological aspects, the study is a bibliographical research with a qualitative approach. To identify the relationship between the accounting professional and the promoter of CSR, a systematic literature review was carried out with the search for terms in the Scientific Electronic Library Online (SciELO). In all, 7 articles were used, all of which were used in this study. As for the results obtained, it is highlighted that it was possible to identify the importance of the accounting professional as an integral and influential part of promoting CSR in Brazilian associations. The main terms used in the 7 articles are the disclosure of information about the social and environmental actions of companies through social reports, with the main reports in impact studies being the Social Balance Sheet and the Written Value Statement (DVA).

Keywords: Influencer counter; Accounting; Corporate social responsibility.

Resumen

Este estudio tiene como objetivo identificar el papel del profesional contable en la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las organizaciones brasileñas. En cuanto a los aspectos metodológicos, el estudio se caracteriza por ser una investigación bibliográfica con enfoque cualitativo. Para identificar la relación entre el profesional contable y el promotor de la RSE, se realizó una revisión bibliográfica sistemática, buscando términos en la Biblioteca Científica Electrónica en Línea (SciELO). Se obtuvieron un total de 7 artículos, todos los cuales fueron utilizados en este estudio. En cuanto a los resultados obtenidos, se destaca que se pudo identificar la importancia del profesional contable como parte integral e influyente de la promoción de la RSE en las organizaciones brasileñas. Los principales términos utilizados en los 7 artículos se refieren a la divulgación de información sobre la actuación social y ambiental de las empresas a través de informes sociales, siendo los principales informes citados en los estudios analizados el Balance Social y la Declaración de Valor Agregado (DVA).

Palabras clave: Contador de influenciadores; Contabilidad; Responsabilidad social empresarial.

1. Introdução

Os primeiros estudos sobre a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) de acordo com Irigaray, Vergara e Araujo (2017) são datados a partir do século XIX, contudo, foi somente a partir de 1950 que as primeiras pesquisas sobre esta temática entraram na pauta das universidades. Nesse sentido, destacam-se os estudos desenvolvidos por Frederick (1960) Friedman (1970) Davis (1973) sobre a responsabilidade dos negócios, Carroll (1979) quanto aos aspectos essenciais do desempenho social corporativo, Irigaray, Vergara e Araujo (2017) sobre a análise da RSC com base nos relatórios sociais de empresas listadas na Bolsa de Valores – B3, estudos desenvolvidos por Alcamí, Alcâniz e Pérez (2019), Costa, Santos e Angelo (2020) Barros e Sousa (2021) sobre a importância da RSC para as organizações sobre a perspectiva dos consumidores, Oliveira e França (2021) por meio da análise das práticas da RSC em empresas e Bussler *et al.* (2017), Baraibar-Diez e Sotorrió (2018), Salazar, Rubio e Salazar (2021) sobre a relação da RSC com a Governança Corporativa.

Para Alcamí, Alcâniz e Pérez (2019) a RSC é visualizada por grandes empresas como uma oportunidade de atender a sociedade que pensa no coletivo através dessa ferramenta que também se volta para o marketing das organizações, estimulando as reações positivas dos consumidores por se tratar de uma medida que as empresas assumem no tocante as suas responsabilidades com o desenvolvimento econômico, responsabilidades legais, sociais, ambientais, étnicas e discricionárias frente aos seus stakeholders. Assim, o disclosure da RSC por meio da transparência informacional com qualidade tende a contribuir para a reputação corporativa (Baraibar-Diez & Sotorrió, 2018).

Ademais, a RSC associada às boas práticas da Governança Corporativa proporciona contribuições para o desenvolvimento econômico sustentável, isto é, por meio de ações sociais e ambientais responsáveis (Bussler *et al.* 2017).

De acordo com o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) a Governança Corporativa se refere a um sistema onde as empresas e demais organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo relações entre as partes integrantes, como exemplo: sócios, diretoria, conselho de administração, órgãos de fiscalização e controle e demais partes envolvidas. As boas práticas de Governança Corporativa convertem em princípios e recomendações objetivas que se alinham com os interesses organizacionais com o objetivo de preservar e aperfeiçoar o valor econômico de longo prazo das organizações (Bussler *et al.* 2017).

Pereira e Vilaschi (2006) Macedo e Corrar (2012) destacam a relação que a contabilidade possui com a Governança Corporativa, tendo em vista que as informações contábil-financeiras geradas e apresentadas pelos profissionais contábeis estão associadas ao desempenho das organizações, portanto, uma das partes integrantes das boas práticas de Governança Corporativa diz respeito à qualidade das informações contábeis apresentadas para demais partes integrantes e para os stakeholders.

Conceitualmente, de acordo com Sprinkle e Maines (2010) a RSC é um conjunto diversificado de iniciativas sociais e ambientais por parte das organizações que visam contribuir para o desenvolvimento da coletividade. Contudo, segundo Zaro (2021) desde a década de 70, as empresas estão sendo pressionadas por grupos de partes interessadas para que mudanças organizacionais ocorram para que as empresas demonstrem RSC e se preocupem com seus resultados e impactos sociais, ambientais e econômicos.

Nesse sentido, Moser e Martin (2012) destacam que as empresas não devem se preocupar apenas com o lucro e a maximização da riqueza dos sócios, pois as empresas utilizam recursos que impactam as comunidades, logo, impactam a sociedade e o meio ambiente, portanto, faz-se necessário que as empresas busquem agir em prol do desenvolvimento econômico, social e ambiental. Contudo, a RSC possui um conjunto amplo de padrões nacionais e internacionais com o objetivo de melhorar o desempenho ético, social e ambiental das organizações (Oliveira & França, 2021).

Para Malvestiti, Esteves e Dandolini (2021) diversas empresas estão aderindo às práticas de RSC tendo em vista que há pressão externa causada pela crescente conscientização dos consumidores frente às demandas sociais e ambientais presentes no país. Hsu e Liao (2014) salientam que a RSC de maneira proativa está associada à sustentabilidade ambiental das empresas,

também chamada de ecoinovação, como política estratégica para punir os comportamentos empresariais que prejudicam o meio ambiente, evitando riscos que afetam a reputação da organização, e essa consequência é citada também no estudo de Baraibar-Diez e Sotorrío (2018) sobre a importância da RSC para a reputação corporativa de maneira positiva.

Diante desse cenário, destaca-se o estudo desenvolvido por Severo *et al.* (2019) com relação a influência dos conteúdos informativos que são publicados nas redes sociais relacionados a Responsabilidade Social e Ambiental que visam conscientizar as gerações. Os resultados apontaram que os indivíduos que estão expostos a conteúdos transmitidos em formato de vídeos, fotos e textos sobre a importância da preservação do meio ambiente e das ações sociais são positivamente influenciados para a formação da consciência social e ambiental.

Nesse sentido, considerando a importância da RSC e sua relação com a Governança Corporativa Bussler *et al.* (2017) Baraibar-Diez e Sotorrío (2018), Salazar, Rubio e Salazar (2021) e dada a relevância de que os profissionais da contabilidade geram, analisam, interpretam e apresentam informações relevantes sobre o desempenho contábil-financeiro das organizações Pereira e Vilaschi (2006) Macedo e Corrar (2012), emerge a seguinte questão de pesquisa: ***Qual é o papel do profissional contábil para a promoção da Responsabilidade Social Corporativa?***

Contudo, para responder essa problemática, foram traçados os objetivos, sendo que o objetivo geral consiste em identificar o papel do profissional contábil para a promoção da Responsabilidade Social Corporativa por meio da revisão sistemática da bibliografia sobre a relação da contabilidade com a RSC visando desenvolver uma discussão sobre qual é o papel do contador para a ocorrência de mudanças comportamentais nas organizações. Os objetivos específicos são complementos ao objetivo geral deste estudo, para a identificação do papel do contador para a promoção da RSC nas organizações mediante o levantamento de bibliografias nacionais e internacionais.

Este estudo justifica-se, pois segundo Oliveira e França (2021) a ampliação de estudos nacionais sobre RSC é condição vital para analisar as ações das organizações brasileiras do século XXI frente às demandas sociais e ambientais presentes no país.

Irigaray, Vergara e Araujo (2017) destacam sobre a importância da realização de estudos sobre o que as partes integrantes das empresas entendem por RSC e a partir de qual momento as empresas colocam as suas atividades responsáveis em prática para que possam estar alinhadas as expectativas da sociedade juntamente com as ações governamentais de forma a evitar lacunas nas ações empresariais, possibilitando a otimização estratégica e direcionada dos recursos públicos e privados as demandas atuais do Brasil.

Portanto, ao analisar o papel do profissional contábil como parte contribuinte para a promoção da RSC das empresas, o estudo atenderá demandas por pesquisadas apontadas por Pereira e Vilaschi (2006) Macedo e Corrar (2012), Bussler *et al.* (2017) Baraibar-Diez e Sotorrío (2018), Salazar, Rubio e Salazar (2021), ao associar o profissional contábil responsável por gerar informações contábil-financeiras relacionadas ao desempenho das organizações como parte integrante da Governança Corporativa que associada a RSC das empresas tende a contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável e para a reputação corporativa das organizações.

2. Metodologia

Quanto aos aspectos metodológicos, *a priori*, este estudo caracteriza-se como pesquisa bibliográfica, por meio da utilização de fontes secundárias, através de livros e artigos para o desenvolvimento da introdução deste estudo. Com relação à importância da pesquisa bibliográfica, esta “[...] implica em um conjunto ordenado de procedimentos de busca por soluções, atento ao objeto de estudo [...] sendo um dos procedimentos mais visados pelos investigadores (De Lima & Míoto, 2007, p. 38).

Ademais, visando identificar o papel do contador para a promoção da Responsabilidade Social Corporativa das organizações brasileiras foi desenvolvido uma revisão sistemática da literatura sobre Responsabilidade Social Corporativa e Contabilidade, visando identificar a relação de influência do profissional contábil nesse contexto.

A pesquisa caracteriza-se como descritiva com abordagem qualitativa. A base utilizada para a revisão sistemática quanto aos estudos realizados nas temáticas objetos desta pesquisa foi a *Scientific Electronic Library Online* (SciELO) por meio da pesquisa avançada e a utilização do operador booleano “and” visando revisar sistematicamente os artigos que possuem relação entre os seguintes termos de busca “Responsabilidade Social Corporativa and Contabilidade” “Responsabilidade Social Corporativa and Contador”.

Quanto aos resultados da primeira fase referente à busca dos artigos, destaca-se que foram obtidos os seguintes resultados: “Responsabilidade Social Corporativa and Contabilidade” (7 artigos); “Responsabilidade Social Corporativa and Contador” (0 artigos). Após a obtenção desses resultados, foi realizada uma busca adicional com a utilização dos seguintes termos: “Responsabilidade Social Corporativa and Profissional contábil” e “Responsabilidade Social Corporativa and Profissional da contabilidade” e em ambas as buscas não se obteve estudos. Os 7 artigos foram revisados e são apresentados na próxima seção.

3. Revisão Sistemática da Literatura

Ponte e Oliveira (2004) analisaram o grau de observância quanto às orientações sobre as evidenciações contábeis que são praticadas pelas Sociedades Anônimas (S.A) por meio da análise das demonstrações contábeis de 95 empresas no tocante ao exercício encerrado de 31/12/2002. Os autores identificaram que havia demandas organizacionais sobre a necessidade das empresas buscarem transparência e informações contábeis de qualidade a serem divulgadas, estando disponíveis também aos seus *stakeholders*. Neste estudo, os autores destacaram a importância da ética e da Responsabilidade Corporativa por meio da divulgação de informações de natureza social no Balanço Social.

Pontes *et al.* (2007) desenvolveram um estudo que objetivou analisar o *disclosure* das informações obrigatórias, não-obrigatórias e avançadas presentes nas demonstrações contábeis das Sociedades Anônimas no Brasil de 2002 a 2005. Quanto aos resultados obtidos, os autores concluíram na época que as informações contábeis de natureza avançada e as não-obrigatórias evoluíram e essa evolução foi sustentada pelas boas práticas de Governança Corporativa, ademais, os avanços nas empresas analisadas referem-se à divulgação das práticas organizacionais de RSC, Balanço Social, Demonstração do Fluxo de Caixa (DFC) e Demonstração do Valor Adicionado (DVA). Diante do exposto, observa-se que o responsável por analisar, interpretar, registrar as informações e gerar os demonstrativos das organizações são os contadores, portanto, é notável a importância do profissional contábil para a promoção da RSC das organizações brasileiras por dispor de conhecimento sobre as informações de natureza financeira, econômica e patrimonial das organizações, podendo atuar como peça chave para o aconselhamento aos tomadores de decisões.

Vellani e Ribeiro (2009) realizaram um estudo sobre um sistema contábil voltado para a gestão da ecoeficiência das empresas por meio de um estudo de casos múltiplos com a análise das ações ecológicas das empresas, no que tange ao tratamento de resíduos próprios, preservação de áreas verdes, programa de educação ambiental externo, evidenciando as ações internas e externas das empresas. Este estudo versa sobre a RSC e a sustentabilidade empresarial, resultando em um sistema de contabilidade voltado para a gestão das ações ecológicas empresariais. Diante deste estudo, observa-se a relação entre o profissional da contabilidade que é responsável pela geração de informações através das técnicas contábeis com as práticas social e ambientalmente responsáveis das empresas. Segundo Vellani e Ribeiro (2008, p. 41) “[...] para prover os gestores de informações úteis para tomadas de decisões, a Contabilidade pode evoluir e se estruturar para atender às novas necessidades de

seus usuários”. De acordo com os autores, as informações relacionadas às ações ecológicas das empresas podem ser registradas e divulgadas através do subsistema contábil denominado “Contabilidade da Gestão Ambiental”.

Bufoni, Muniz e Ferreira (2009) analisaram a eficácia no processo de certificação chamado na época de “Empresa Cidadã” que foi promovido pelo Conselho Regional de Contabilidade do Rio de Janeiro (CRC/RJ) que objetivou incentivar a qualidade e a transparência das ações sociais das empresas, incentivando-as a elaborarem e divulgarem os seus Balanços Sociais. Os autores na época identificaram limitações no estudo quanto à apresentação de informações excessivamente quantitativas, sem haver informações adicionais que descrevam as ações das empresas com maior detalhamento. Nota-se que as iniciativas por parte de órgãos representativos da contabilidade referentes a incentivos voltados a promoção de ações socioambientais das empresas tende a frisar a máxima sobre a existência da relação dos profissionais da contabilidade com a RSC das organizações brasileiras.

Outro estudo que é centrado na divulgação das ações sociais das empresas é o estudo de Oliveira *et al.* (2009) analisar a divulgação de informações sociais por empresas brasileiras do segmento de listagem do Novo Mercado negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA) de acordo com indicadores da Organização das Nações Unidas (ONU) de responsabilidade social. Os autores analisaram os resultados de 39 grandes empresas brasileiras por meio do comparativo com os resultados de 2008 da ONU referente ao estudo sobre divulgação de informações sociais por 100 grandes empresas nas dez principais economias emergentes do mundo. Ademais, os autores identificaram que as 39 empresas analisadas divulgaram a maioria dos indicadores recomendados pela ONU em harmonia com os padrões internacionalmente aceitos. No entanto, os indicadores não-financeiros foram relatados com menos frequência. Diante desse cenário, o estudo reforça a importância das grandes empresas divulgarem as informações sobre as ações sociais referente aos indicadores sociais.

Teixeira, Nossa e Funchal (2011) investigaram sobre o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e o desempenho das organizações, com uma amostra composta por 378 empresas, sendo que destas, aproximadamente 25% participaram do IES. Os resultados obtidos ressaltam a importância do comprometimento e do desempenho das empresas por meio das práticas de RSC, que estão associados ao desenvolvimento econômico das organizações e também as ações empresariais que visam contribuir com a sociedade (ações internas e externas) e com o meio ambiente por meio de ações ambientalmente responsáveis.

O estudo de Ruiz (2015) estabelece a relação entre a Governança Corporativa, a Responsabilidade Social e a regulação contábil nas organizações. O autor destaca que a prática contábil, como função social, é mediada pela regulação que é determinada pela prevalência de algum modelo de Governança Corporativa, destacando que é comum falar em regulação e até mesmo em regulação contábil, mas não é comum haver critérios claros sobre o conceito. A partir da crítica às abordagens atuais, o autor apresentou uma alternativa regulatória voltada para a pluralidade, no reconhecimento da diversidade, ao contrário de um pensamento único, proporcionando uma solução para simplificar a construção instrumental de estruturas informacionais.

Assim, após a revisão sistemática dos estudos apresentados, observa-se que o profissional contábil possui relação direta como parte integrante a Governança Corporativa das organizações, logo, também como parte influente para a promoção da RSC das empresas, aqui representado como as organizações brasileiras. Após a análise dos estudos, observa-se que a relação do profissional da contabilidade com a RSC das organizações refere-se ao fato do profissional contábil ser responsável pela geração das informações das empresas, bem como, responsável pela elaboração dos demonstrativos, sendo que há demonstrativos que evidenciam as ações sociais e ambientais das empresas, como exemplo, o Balanço Social e a Demonstração do Valor Adicionado.

4. Conclusão

Este estudo teve por objetivo identificar o papel do profissional contábil para a promoção da Responsabilidade Social Corporativa. Para tanto, foi realizado uma revisão sistemática da bibliografia visando identificar a relação da contabilidade com a RSC para o desenvolvimento de uma discussão sobre o papel do contador como parte influente para a ocorrência de mudanças das ações empresariais em prol das ações sociais e ambientais que são pautadas na RSC das organizações.

Ademais, o estudo visou responder a seguinte problemática: **Qual é o papel do profissional contábil para a promoção da Responsabilidade Social Corporativa?** Contudo, por meio da revisão sistemática da literatura, foi identificado que o profissional contábil possui relação com a RSC das empresas, tendo em vista que o contador possui competências para atuar no aconselhamento aos gestores, tomadores de decisões, sobre a importância do desempenho das empresas em relação às ações social e ambientalmente responsáveis, uma vez que o profissional contábil é responsável pela elaboração das demonstrações e relatórios sobre o desempenho financeiro e econômico das empresas que refletem as ações empresariais. Na revisão sistemática, os termos mais citados pelos autores presentes nos estudos analisados foram: Evidenciação (informações sociais e ambientais); Demonstrativos e relatórios sociais, como exemplo, o Balanço Social e a Demonstração do Valor Adicionado. Assim, destaca-se que o problema de pesquisa foi respondido.

Com base na análise dos estudos obtidos para a revisão sistemática, foi identificado a incipiência de estudos sobre a relação do profissional de contabilidade com a RSC das organizações brasileiras e das organizações internacionais, fato este que limitou o estudo, por se tratar de uma análise com base em 7 artigos desenvolvidos em áreas sobre a RSC e a contabilidade, em abordagens específicas, mas não voltados diretamente para a análise da relação do contador com a RSC das empresas brasileiras.

Portanto, sugere-se que novos estudos sejam desenvolvidos sobre a análise do poder de influência do profissional contábil em diferentes setores organizacionais e também nas Instituições de Ensino Superior (IES) por meio da análise da Responsabilidade Social Universitária (RSU) no Brasil em comparativo com estudos internacionais. Também sugere-se estudos sobre a identificação da existência ou não do poder de influência dos contadores através da análise das redes sociais dos escritórios de contabilidade e das redes profissionais dos contadores (contadores digitais influencers) e os impactos nos resultados das empresas e nas ações sociais e ambientalmente responsáveis pelas empresas brasileiras.

Referências

- Alcamí, J. J. R., Alcaniz, J. E. B., & Pérez, R. C. (2019). Efeitos da responsabilidade social corporativa na lealdade do consumidor com a marca. *RBGN: Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 21(3), 395-415.
- Baraibar-Diez, E., & Sotorrió, L. L. (2018). O efeito mediador da transparência na relação entre responsabilidade social corporativa e reputação corporativa. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 20(1), 5-21.
- Barros, C., Sousa, B. (2021). A importância da Responsabilidade Social Corporativa na decisão de compra do consumidor: um estudo exploratório. *European Journal of Applied Business Management, Special Issue of ICABM2020*.
- Bufoni, A. L., Muniz, N. P., & Ferreira, A. C. S. (2009). O Processo de Certificação Socioambiental das Empresas: o Estudo de Caso do Certificado 'Empresa Cidadã'. *RAC*, 13, 19-38.
- Carrol, A. (1979). Three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Costa, M. F., Santos, L. L., & Angelo, C. F. (2020). Corporate social and environmental responsibility: do consumers perceive it as being an organizational value? *Gestão & Produção*, 27(4).
- Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *The Academy of Management Journal*, 16, 312-322.
- De Lima, T. C. S., & Mioto, R. C. T. (2007). Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. *Revista Katálysis*. Florianópolis, 10, 37-45.
- Frederick, W. (1960). The growing concern over business responsibility. *California Management Review*, 2, 54-61.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*, September 13.

Hsu, C. L., & Liao, Y. C. (2014). Sustainability strategies and reverse logistics management: A contingent link. ICMIT 2014-2014 IEEE International Conference on Management of Innovation and Technology, 500–507.

Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. IBGC. (2015). Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa. <https://conhecimento.ibgc.org.br/Paginas/Publicacao.aspx?PubId=21138>.

Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. IBGC. (2017). Compliance à luz da Governança Corporativa. <https://conhecimento.ibgc.org.br/Paginas/Publicacao.aspx?PubId=23486>.

Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. IBGC. (2021). O que é Governança Corporativa. Recuperado em: <https://www.ibgc.org.br/quemsomos>. Acesso em: 31 mar. 2021.

Irigaray, H. A. R., Vergara, S. C., & Araujo, R. G. (2017). Responsabilidade social corporativa: o que revelam os relatórios sociais das empresas. *O&S*, 24(80), 73-88.

Macedo, M. A. S., & Corrar, L. J. (2012). Análise comparativa do desempenho contábil-financeiro de empresas com boas práticas de governança corporativa no Brasil. *Revista de Contabilidade e Controladoria*, 4(1), 42-61.

Malvestiti, R., Esteves, D. B. L., & Dandolini, G. A. (2021). A capacidade absorviva como feedback na sustentabilidade das organizações. *Revista de Administração Mackenzie*. 22(1).

Moser, D. V., & Martin, P. R. (2012). A Broader Perspective on Corporate Social Responsibility Research in Accounting. *The Accounting Review*, 87(3).

Oliveira, M. C., De Luca, M. M. M., Ponte, V. M. R., & Junior, J. E. P. (2009). Disclosure of social information by Brazilian companies according to United Nations indicators of corporate social responsibility. *Revista Contabilidade & Finanças*, 20(51), 116-132.

Oliveira, E. C., & França, Y. K. L. (2021). A Prática da Responsabilidade Social Corporativa das Empresas Localizadas na Região Administrativa de Sorocaba – SP. *Revista Cereus*. 13.

Pereira, A. N., & Vilaschi, A. (2006). Governança Corporativa e Contabilidade: explorando noções e conexões. Anais do Simpósio FUCAPE de Produção Científica, Espírito Santo, 4, 102-117.

Ponte, V. M. R., & Oliveira, M. C. (2004). A prática da evidenciação de informações avançadas e não obrigatórias nas demonstrações contábeis das empresas brasileiras. *Revista Contabilidade & Finanças*. 36, 07-20.

Ponte, V. M. R., Oliveira, M. C., Moura, H., & Carmo, R. C. A. (2007). Análise das práticas de evidenciação de informações, não-obrigatórias e avançadas nas demonstrações contábeis das Sociedades Anônimas no Brasil: um estudo comparativo dos exercícios de 2002 a 2005. *Revista Contabilidade & Finanças*. 18(45), 50-62.

Ruiz, R. A. F. (2015). Dimensão Heteropológica da Regulação Contábil: Perspectivas Críticas sobre Governança Corporativa e Regulação. *Rev. Cient. Gen. José María Córdova*, 13(16).

Salazar, Á. G., Rubio, A. E., & Salazar, J. A. V. (2021). Responsabilidad social corporativa y gobernanza: una revisión. *Universidad & Empresa*,

Severo, E. A., Guimarães, J. C. F., Dellarmelin, M. L., & Ribeiro, P. R. (2019). A Influência das Redes Sociais sobre a Consciência Ambiental e a Responsabilidade Social das Gerações. *Brazilian Business Review*., 500-518.

Sprinkle, G., Maines, L. (2010). The benefits and costs of corporate social responsibility. *Business Horizons*, 53, 445-453.

Teixeira, E. A., Nossa, V., & Funchal, B. (2011). O índice de sustentabilidade empresarial (ISE) e os impactos no endividamento e na percepção de risco. *Revista Contabilidade & Finanças*, 22(55), 29-44.

Vellani, C. L., & Ribeiro, M. S. (2009). Sistema contábil para gestão da ecoeficiência empresarial. *Revista Contabilidade & Finanças*, 20(49), 25-43.