



PUBLICAÇÕES INTERNACIONAIS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA - UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA

ANTONIO CEZAR DE FARIA ALVES CERQUEIRA

INTRODUÇÃO: 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. **OBJETIVOS:** 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. **METODOLOGIA:** 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 Brandford, constatou-se que os seis periódicos que são base do núcleo da pesquisa. **RESULTADOS:** 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. **CONCLUSÃO:** 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.

Palavras-chave: Responsabilidade social, Bibliometria, Redes sociais, Csr, Reputação corporativa.