



UNIVERSIDADE
FEDERAL DO CEARÁ

CONTEXTUS

REVISTA CONTEMPORÂNEA DE ECONOMIA E GESTÃO

Contextus – Contemporary Journal of Economics and Management

ISSN 1678-2089
ISSNe 2178-9258

www.periodicos.ufc.br/contextus

Informação e valores no suporte à tomada de decisão: Uma revisão sistemática da literatura no contexto da sustentabilidade empresarial

Information and values in the decision-making support: A systematic literature review in the corporate sustainability context

Información y valores en la toma de decisiones: Una revisión sistemática de la literatura en el contexto de la sostenibilidad empresarial

<https://doi.org/10.19094/contextus.2023.81640>

Rafael Felix da Silva

<https://orcid.org/0000-0003-3564-858X>

Doutorando em Gestão da Informação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR)
Mestre em Gestão da Informação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR)
rafaelfelix@ufpr.br

Edelvino Razzolini Filho

<https://orcid.org/0000-0002-6920-9502>

Professor na Universidade Federal do Paraná (UFPR)
Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
razzolini@ufpr.br

RESUMO

Esta pesquisa identificou e analisou, por meio de uma revisão sistemática da literatura, a relação entre informação e valores no suporte à tomada de decisão, no contexto da sustentabilidade empresarial. Constatou-se que os relacionamentos entre informação e valores, no contexto pesquisado, ocorrem a partir de três "macroprocessos": Gestão da Informação e do Conhecimento, Estratégia Informacional, e Disseminação da Informação. Estes relacionamentos perpassam todas as etapas da tomada de decisão, impactando a racionalidade empregada pelos decisores em relação à adoção de práticas de sustentabilidade empresarial. Isto sugere que as organizações podem se beneficiar ao desenvolver estratégias de apresentação da informação alinhadas não apenas aos valores das partes interessadas, mas também na forma com que estes valores interagem com a informação.

Palavras-chave: criar valor; decisão estratégica; fluxo informacional; processo decisório; responsabilidade social corporativa.

ABSTRACT

This research identified and analyzed, by a systematic review of the literature, the relationship between information and values in supporting the decision making, in the corporate sustainability context. It was verified that the relationships between information and values, in the researched context, take place from three "macro processes": Information and Knowledge Management, Informational Strategy, and Dissemination of Information. These relationships range all the stages of the decision making, affecting the rationale applied by the decision-maker regarding the adherence of corporate sustainability practices. This suggests that the organizations may benefit themselves when developing information presentation strategies aligned, not only to the stakeholders' values, but also in the way that these values engage with the information.

Keywords: value creation; strategic decision; information flow; decision making process; corporate social responsibility.

RESUMEN

Esta investigación identificó y analizó, a través de una revisión sistemática de literatura, la relación entre información y valores en apoyo a la toma de decisiones, en el contexto de la sostenibilidad empresarial. Se constató que tales relaciones ocurren a partir de tres "macroprocesos": Gestión de Información y Conocimiento, Estrategia Informacional y Difusión de Información. Estas relaciones permean todas las etapas de la toma de decisiones, impactando la racionalidad empleada por los tomadores de decisiones en relación a la adopción de prácticas de sostenibilidad empresarial. Esto sugiere que las organizaciones pueden beneficiarse al desarrollar estrategias de presentación de información alineadas, con los valores de las partes interesadas, y también en la forma en que estos valores interactúan con la información.

Palabras clave: creación de valor; decisión estratégica; flujo de información; proceso de toma de decisiones; responsabilidad social corporativa.

Informações sobre o Artigo

Submetido em 17/09/2022

Versão final em 24/01/2023

Aceito em 27/01/2023

Publicado online em 25/04/2023

Comitê Científico Interinstitucional

Editor-Chefe: Diego de Queiroz Machado

Editor Associado: Minelle Silva

Avaliado pelo sistema *double blind review* (SEER/OJS – versão 3)



Como citar este artigo:

Silva, R. F., & Razzolini, E., Filho. (2023). Informação e valores no suporte à tomada de decisão: Uma revisão sistemática da literatura no contexto da sustentabilidade empresarial. *Contextus – Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, 21, e81640. <https://doi.org/10.19094/contextus.2023.81640>

1 INTRODUÇÃO

O tema “informação” ocupa espaço relevante nas pesquisas relacionadas aos processos decisórios (Chen et al., 2021). De fato, a finalidade última das informações corporativas é seu uso na tomada de decisão, seja ela interna ou externa à empresa (Phornlaphatrachakorn & Kalasindhu, 2021). Contudo, para que a informação seja útil na tomada de decisão, ela deve comunicar fielmente a realidade das organizações. O que não deve ser entendido apenas como exatidão matemática, mas de forma mais holística, retratando também, a adequação entre dados numéricos, objetivos e valores da companhia (Parra-Domínguez et al., 2021).

Gerir a informação, de modo a subsidiar eficientemente a tomada de decisão de todos os grupos de interesse de uma organização, é um grande desafio, haja vista a diversidade e complexidade dos interesses envolvidos (Ardiana, 2021). Este desafio é acentuado no contexto da sustentabilidade empresarial, uma vez que esta preconiza em seu escopo, a importância de identificar e suprir com equidade as necessidades informacionais de suas partes interessadas, reduzindo assim, possíveis assimetrias informacionais, por meio de uma comunicação inclusiva, transparente e ética (Ucal & Günay, 2019). Além disso, conforme Mitchell et al. (1997), as partes interessadas também exercem diferentes níveis de influência na tomada de decisão, a depender da combinação de seus atributos (Poder, Legitimidade e Urgência), e da dinâmica de interação e envolvimento destas com a companhia (Costa et al., 2014). Neste sentido, considerar as partes interessadas nas decisões de negócios, observando sua influência na gestão organizacional e conseqüentemente na tomada de decisão, como também suas necessidades informacionais, pode contribuir para o estabelecimento de uma vantagem competitiva estratégica, melhor desempenho corporativo e sucesso empresarial a longo prazo (Ferramosca, 2019).

Importa frisar, que a sustentabilidade é um paradigma empresarial moderno, consolidado como uma realidade nas agendas corporativas atuais. Sua adoção é impulsionada pela mudança dos valores sociais, novas expectativas institucionais e políticas a respeito do meio ambiente, e considerações de crescimento financeiro equilibrado (El Haddad et al., 2020). A sustentabilidade representa a ampliação do foco organizacional, que desloca sua ênfase do desempenho econômico para a consideração de outros valores na tomada de decisão (Yamane & Kaneko, 2021). Para Elkington (2011), a sustentabilidade indicava, ao final do século XX, a transição de valores organizacionais rígidos- maximização de lucros- para valores maleáveis, sobretudo de ordem ambiental e social. O desenvolvimento das pesquisas desde então, vêm revelando que novos valores (Bolis et al., 2021), inclusive informacionais (Esch et al., 2019), passaram a ser considerados, por organizações e partes interessadas, em sua tomada de decisões. Nesse sentido, a utilização destes

valores tem sido apontada como uma evolução nos processos decisórios (Yang et al., 2020).

A importância dos temas até aqui explorados motivou inúmeros estudos ao longo dos últimos anos. Estes, centraram suas investigações, principalmente, na análise isolada das influências exercidas pelos valores ou pela informação na tomada de decisão (Diddi & Niehm, 2017; Silva & Razzolini, 2021), sendo evidenciado que ambos, informação e valores, são considerados elementos relevantes e influentes no processo decisório. Salienta-se, que os papéis desempenhados, em separado, pela informação e pelos valores na tomada de decisão estão bem delineados em pesquisas anteriores, entretanto, o mesmo não ocorre em relação à análise conjunta destes dois elementos. Constata-se que pouca atenção foi dedicada aos possíveis relacionamentos existentes entre informação e valores, no suporte ao processo decisório (Li et al., 2021), mantendo em aberto uma lacuna referente a uma interpretação mais aprofundada a respeito do assunto.

Compreender as possíveis interconexões entre informação e valores nos processos de tomada de decisão, no contexto da sustentabilidade empresarial, tem o potencial de contribuir para uma gestão organizacional mais responsável (Tseng et al., 2020), e para o avanço da transformação gerencial em busca do desenvolvimento sustentável, atendendo, ou mesmo, excedendo as necessidades das partes interessadas (Amor-Esteban et al., 2018). Deste modo, entende-se ser relevante empreender esforços no sentido de investigar essas ligações. Isto posto, o presente trabalho busca preencher esta lacuna de pesquisa, vendo como oportuno responder ao seguinte questionamento: Como a literatura relaciona informação e valores no suporte à tomada de decisão, no contexto da sustentabilidade empresarial? Tendo como objetivo: identificar e analisar a relação entre informação e valores no suporte à tomada de decisão, no contexto da sustentabilidade empresarial.

A realização desta investigação se justifica pelas suas contribuições, tanto teóricas quanto práticas. Em relação à teoria, este estudo agrega a literatura, ao buscar suprir uma lacuna de pesquisa sobre um tópico relevante e urgente, sob os pontos de vista ambiental, social e organizacional, utilizando para isso um procedimento rigoroso, sistematizado e replicável de pesquisa, a Revisão Sistemática da Literatura- RSL (Aganette & Araujo, 2021). Ademais, o emprego de uma técnica de análise qualitativa como a análise de conteúdo, atende ao sugerido por Kitsios et al. (2020). Para os referidos autores, são necessários mais trabalhos qualitativos envolvendo a temática, pois estes permitem ao pesquisador chegar a conclusões densas, e muitas vezes subjetivas, sobre a tomada de decisão. Ainda na esfera teórica, este estudo fornece a análise de um portfólio de pesquisas revisadas por pares, de âmbito nacional e internacional, selecionado a partir de seu envolvimento com os temas centrais deste estudo, o que além de proporcionar uma síntese abrangente e atual desta área de investigação, pode

auxiliar outros pesquisadores do mesmo campo de pesquisa.

Pela perspectiva prática, colabora com gestores, provendo orientações relevantes sobre dois influentes elementos da tomada de decisão, que observados pelos múltiplos aspectos das pesquisas alvo desta investigação, podem direcionar a formulação e a implantação de políticas e estratégias de longo prazo, com foco na responsabilidade social corporativa (RSC) e desenvolvimento sustentável (Agyemang & Ansong, 2016). O que por sua vez, gera maior credibilidade e legitimidade organizacional ao colocar a corporação em sintonia com as necessidades de suas partes interessadas (Cucari et al., 2018).

O presente estudo está organizado da seguinte maneira. A próxima seção apresenta algumas considerações referentes à informação e os valores que, no contexto da sustentabilidade empresarial, suportam a tomada de decisão. Na sequência, a seção intitulada "Metodologia" relata a descrição pormenorizada do protocolo de Revisão Sistemática da Literatura utilizado, bem como do processo de análise de conteúdo realizado. Posteriormente, os resultados são expostos e debatidos. Por fim, são apresentadas as considerações finais do artigo, juntamente com suas limitações e sugestões de estudos futuros.

2 INFORMAÇÕES E VALORES NA TOMADA DE DECISÃO EM SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

A tomada de decisão ocupa centralidade nos debates acadêmicos relacionados à sustentabilidade empresarial (Silva & Razzolini, 2021), isto porque o volume da atividade econômica contemporânea exerce grande pressão sobre o ambiente natural e social, fazendo com que as decisões organizacionais tenham potencial de gerar efeitos significativos nas múltiplas dimensões de sustentabilidade do planeta (Bolis et al., 2021). A tomada de decisão, no âmbito da sustentabilidade empresarial motiva uma produção científica profícua, que aponta, consistentemente, a existência de dois elementos distintos, que fornecem suporte ao processo decisório: a informação e os valores.

A informação, assim entendida, como um conjunto de dados, que após captados e tratados, recebeu relevância e propósito (Davenport & Prusak, 1998), apoia a tomada de decisão, a nível organizacional e individual. A implementação e manutenção de bons sistemas de informações gerenciais permite à empresa gerar e acessar, tempestivamente, informações que reúnam os conteúdos e atributos necessários para subsidiar, eficientemente, o processo decisório (Phornlaphatrachakorn & Kalasindhu, 2021). A eficiência, neste caso, refere-se à capacidade da informação em reduzir incertezas e ambiguidades do ambiente de negócios, provendo subsídio informacional que legitime e traga credibilidade à decisão tomada (Ouda, 2021). Além disso, a companhia, por meio de canais informacionais, estabelece vínculos entre a gestão e as partes interessadas, internas e externas à empresa (Araújo et al., 2017). Assim, a divulgação da informação, sintetizada

e estruturada, em formato de relatórios financeiros e não financeiros, não apenas cumpre exigências legais ou normativas, mas, aproxima a empresa de seus diversos grupos de partes interessadas, tornando-a mais transparente e atrativa para investimentos (Alves et al., 2017).

No que tange aos valores, Albarracín et al. (2018) argumentam que estes influenciam tanto a formação de atitudes, como as intenções de se comportar de uma determinada maneira, direcionando a racionalidade empregada pelo decisor na tomada de decisão. Esta compreensão corrobora Rokeach e Regan (1980), que conceituam "valor" como uma característica distintiva individual, que pode ser implícita ou explícita, e que configura a expressão "do que é desejável", interferindo, desta maneira, na seleção dos modos, meios e finalidades de ações disponíveis. A nível coletivo, os valores representam uma organização duradoura de um sistema de crenças, de que um modo específico de conduta é, pessoal ou socialmente preferível, a modos opostos de comportamento. Os valores, sejam eles institucionais ou pessoais, podem ser classificados, segundo Agyemang e Ansong (2016), como auto-orientados (intrapessoais ou intraorganizacionais), ou orientados para a comunidade (interpessoais ou voltados para o atendimento das necessidades dos diversos grupos de partes interessadas).

Os valores autocentrados ou egocêntricos, a nível pessoal, motivam sentimentos relacionados ao respeito e amor próprio, prazer, hedonismo e maximização de satisfação (Agyemang & Ansong, 2016). De forma semelhante, as organizações podem possuir valores focados em seu próprio crescimento econômico e aumento de lucratividade, sem levar em consideração os efeitos externos de colocar em prática estes valores. Os valores orientados para o outro, também identificados como valores sociais (Picolli et al., 2022), conformam princípios relativos à inclusão de coletivos sociais marginalizados, proteção e preservação ambiental, respeito aos direitos humanos e dos trabalhadores, conduta ética, e fortalecimento de toda cadeia envolvida na geração de valor da companhia (Hawrysz & Maj, 2017).

A informação e os valores da tomada de decisão, no contexto da sustentabilidade empresarial, passaram a ser explorados, em conjunto pela literatura, a partir da disseminação do conceito de Desenvolvimento Sustentável ocorrida no final da década de 1980. O conceito de desenvolvimento sustentável baseado no atendimento das necessidades atuais da sociedade, sem prejuízo às futuras gerações (Brundtland, 1992), apresenta como um de seus objetivos a inclusão de informações ambientais e sociais na tomada de decisão organizacional, enfatizando a importância de se reconhecer que os problemas advindos da degradação ambiental se constituem como uma questão ética, tanto quanto institucional, ligada principalmente à justiça social e intergeracional (Scarano, 2019).

Os primeiros estudos neste campo de investigação, guiados pela visão ampliada de sustentabilidade

apresentada pela concepção de Desenvolvimento Sustentável, e contextualizados em um período marcado por uma crise de confiança, relacionada a grandes escândalos e fraudes corporativas, como: Enron (2001), WorldCom (2002) e Shell (2004), tiveram como característica comum ligar os valores ético-morais da organização ao nível de transparência percebida pelas partes interessadas (Homewood, 2005; Jo & Kim, 2008; Leal et al., 2013). A extensão e qualidade das informações divulgadas eram interpretadas, nestas pesquisas, como a face visível da ética organizacional. Estes estudos constataram que as partes interessadas demandavam cada vez mais transparência da gestão das empresas, por meio da produção e divulgação de informações precisas, relevantes e verificáveis de suas práticas de sustentabilidade e desempenho organizacional, como modo de subsidiar seu processo de tomada de decisão. Ademais, verificou-se que as empresas consideradas éticas, por realizarem uma divulgação extensiva, alcançaram retornos financeiros maiores do que as empresas que não o fizeram. Essas descobertas apoiavam a noção ainda inicial de que os esforços corporativos para incorporar a responsabilidade social, tal como melhorar a transparência do ambiente de informações, por meio da divulgação e comunicação voluntária de informações incrementais, acabariam por melhorar o desempenho da empresa (De Klerk & De Villiers, 2012).

Estudos posteriores passaram a focar a sustentabilidade empresarial pelo prisma dos valores pessoais dos tomadores de decisão (Elliott et al., 2016). Neste contexto, a informação é abordada pelas práticas relativas à gestão da informação, mais especificamente, processos de busca, avaliação e disponibilização da informação, sempre com o papel de subsidiar o tomador de decisão (Silva & Razzolini, 2021). Deste modo, a informação compõe a tomada de decisão, ao fornecer um conjunto de elementos para o decisor, que decide com base em suas convicções pessoais. As pesquisas reconhecem que os valores pessoais, dentre os quais se destacam a honestidade e a justiça, assim como as percepções do indivíduo em relação a sua estabilidade familiar e prosperidade financeira, disparam gatilhos afetivos básicos no processo decisório responsável (Agyemang & Ansong, 2016). Nestas pesquisas, valores pessoais somados à disponibilidade e qualidade das informações sobre o desempenho ambiental e social da empresa, acessadas pelo decisor, responderam, em partes, pela sua tomada de decisão.

Os valores culturais da tomada de decisão também foram investigados na interface com a informação (Li et al., 2021). O argumento principal é que a cultura de cada região, povo, ou mesmo da cultura organizacional, interfere no processo decisório e na percepção de sustentabilidade. Neste cenário, decisões como: definição de estratégias de divulgação de dados adicionais não financeiros (Hernandez-Perdomo et al., 2019); utilização ou não de relatórios de sustentabilidade no conjunto de informações que subsidiam a tomada de decisão (Bowerman & Sharma,

2016); ou ainda, a não inclusão da diversidade de gênero nos conselhos administrativos (Hawrysz & Maj, 2017), foram apontadas como influenciadas pelos valores das culturas nas quais empresas e investidores estão inseridos.

A complexidade inerente ao desenvolvimento de ações estratégicas de sustentabilidade empresarial, no ambiente de negócios moderno, tem contribuído para que os estudos mais recentes analisem diversas tipologias de valores de forma conjunta. Deste modo, a divulgação dos resultados organizacionais, a partir da integração de valores ambientais, sociais, econômico-financeiros, e gerenciais, propostos pelas dimensões do ESG (sigla em inglês para: Responsabilidades Ambientais, Sociais e de Governança) (Weston & Nnadi, 2021), tem sido identificada como um indicador chave de desempenho, fornecendo informações valiosas para a tomada de decisão de gestores e investidores, num cenário cada vez mais volátil e permeado por incertezas de mercado (Tseng et al., 2020). Nesse sentido, Taliento et al., (2019) afirmam que os valores que constituem o ESG transmitem, por meio de informações qualitativas, atributos não financeiros ou socialmente responsáveis, que podem ser analisados de forma interativa a aspectos financeiros, proporcionando uma mensuração integrada do desempenho corporativo (Cucari et al., 2018).

A explanação ora realizada, demonstra que apesar de recente, a literatura apresenta um corpo relevante de pesquisas que inter-relacionam a informação e os valores que dão suporte à tomada de decisão, no contexto da sustentabilidade empresarial. A complexidade e variedade dessas relações comporta um estudo que as analise e as interprete, o que será realizado no presente trabalho, por meio dos procedimentos metodológicos descritos a seguir.

3 METODOLOGIA

A questão de pesquisa exige uma investigação bibliográfica, cujo procedimento metodológico empregado é a Revisão Sistemática da Literatura (RSL). Processo que sistematiza o levantamento, seleção e análise da bibliografia especializada, objetivando responder a uma pergunta previamente definida, e propiciando a geração de um novo conhecimento, a partir da análise de informações presentes em outros trabalhos científicos correlatos (Aganette & Araujo, 2021). O desenvolvimento desta RSL foi adaptado da proposta de Scannavino et al. (2017). Tal protocolo fornece uma estrutura para realizar uma revisão de literatura, segmentada em um percurso metodológico de 4 fases: Formulação da questão de pesquisa; Identificação dos estudos; Seleção e avaliação dos estudos; e Síntese dos dados e apresentação dos resultados.

3.1 Formulação da questão de pesquisa

A formulação da questão de pesquisa considerou a problemática apresentada na introdução deste artigo, bem como sua delimitação em termos de amplitude e objeto de análise. Sua composição buscou refletir as palavras-chave e os termos associados mais representativos dos assuntos

aqui investigados, conforme apresentado na Tabela 1, resultando na seguinte questão: “Como a literatura relaciona informação e valores no suporte à tomada de decisão, no contexto da sustentabilidade empresarial?”.

3.2 Identificação dos estudos

Esta fase se pautou pela definição das palavras-chave que caracterizam o assunto investigado; estabelecimento da estratégia de busca, consistindo na utilização das palavras-chave e termos relacionados, ligados por operadores lógicos; critérios de seleção das fontes de busca, e a apresentação das fontes de busca selecionadas (Scannavino et al., 2017), conforme Tabela 01:

Tabela 1

Palavras-chave, Estratégia e Fontes de busca

Palavras-Chave	a) <i>Information management; Information flow.</i> b) <i>Decision making; Decision process.</i> c) <i>Corporate sustainability; Organizational sustainability; Corporate social responsibility.</i> d) <i>Value; Virtue; Characteristic; Principle; Moral; Ethic.</i>
Estratégia de busca	<i>(“information” or “information management” or “information flow”) And (“decision making” or “decision process”) And (“corporate sustainability” or “organizational sustainability” or “Corporate social responsibility”) And (“value” or “virtue” or “characteristic” or “principle” or “moral” or “ethic”*)</i>
Crítérios de seleção das fontes de busca	a) Bases Internacionais e Nacionais; b) Indexação de pesquisas relacionadas à área de conhecimento das Ciências Sociais Aplicadas, com subáreas interligadas à Gestão da Informação; e c) Qualidade técnica reconhecida (Revisão por pares).
Fontes de busca selecionadas	a) Information Science and Technology Abstracts (ISTA); b) Library, Information Science & Technology Abstracts (LISTA); c) Scopus; d) Web of Science (WoS); e) BRAPCI; e f) SPELL.

Fonte: Elaboração própria.

A fase 2 ainda contemplou os procedimentos relativos ao levantamento dos artigos publicados nas bases de dados selecionadas. As buscas ocorreram em 30/06/2022, e o quantitativo de itens recuperados em cada base está descrito na Tabela 2.

Tabela 2

Levantamento dos estudos nas bases de dados

Base	Escopo da Buca	Textos
Web of Science	Tópico	327
Scopus (Elsevier)	Título, Resumo e Palavras-Chave	107
ISTA/LISTA (EBSCO)	Resumo	4
SPELL	Resumo	11
BRAPCI	Texto completo	6
Total de textos recuperados		455

Fonte: Elaboração própria.

Os arquivos gerados pelas bases contendo as informações a respeito dos textos recuperados foram unificados em uma única planilha, e tabulados no *software* Microsoft Excel. O quantitativo informado na Tabela 2, passou por um primeiro refinamento que visou a exclusão de itens duplicados. Deste refinamento, seguiram para a próxima fase da RSL 368 artigos.

3.3 Seleção e avaliação dos estudos

A seleção e avaliação dos estudos para composição do portfólio bibliográfico consistiu na definição de critérios de elegibilidade das pesquisas recuperadas, bem como na execução desses critérios. É importante destacar que, o corte temporal estipulado como critério de elegibilidade, foi estabelecido tendo como parâmetro o ano de publicação do Relatório “Nosso Futuro Comum”, também conhecido como Relatório “Brundtland”, uma vez que tal documento foi o responsável por disseminar, em âmbito global, a ideia de desenvolvimento sustentável atrelado, entre outras coisas, a uma gestão empresarial sustentável (Brin & Nehme, 2021). A Tabela 3 apresenta todos os critérios de elegibilidade, segmentados em critérios de inclusão e exclusão.

Tabela 3

Crítérios de elegibilidade dos estudos

Inclusão	Exclusão
Artigos publicados a partir de 1987	Não apresentar clara relevância para esta RSL
Revisão por pares	Não estar disponível na íntegra
Conter no título, resumo, ou nas palavras-chave os termos da estratégia de busca	Não conter no título, resumo, ou nas palavras-chave os termos da estratégia de busca
Relacionar, de alguma forma, informações e valores à tomada de decisão	Situar-se fora do contexto pretendido para a pesquisa (organizacional)

Fonte: Elaboração própria.

Dos 368 artigos que chegaram a esta fase, 334 foram descartados por não atenderem aos critérios de elegibilidade. Destes, 61 não apresentavam nenhum dos termos pesquisados no título, resumo ou palavras-chave; 27 não foram revisados por pares; 226 não relacionavam os termos investigados; e 20 se situavam em escopos diversos ao pretendido no estudo. Assim, o portfólio bibliográfico para análise e extração de informações foi composto por 34 artigos.

3.4 Síntese dos dados e apresentação dos resultados

A última fase da RSL se refere aos procedimentos de extração, tratamento e apresentação dos dados. Nesta RSL tais procedimentos foram realizados por meio da técnica de Análise de Conteúdo que, conforme Bardin (2016), emprega métodos sistemáticos no intuito de descrever o conteúdo das informações, a partir de indicadores (quantitativos ou não), permitindo, assim, realizar interpretações baseadas nas classificações dos componentes das mensagens analisadas.

A análise de conteúdo foi apoiada pela utilização do *software* Atlas.ti, e suas fases se organizaram em três etapas: pré-análise; exploração do material; tratamento dos resultados e interpretações, conforme se demonstra na Figura 1.

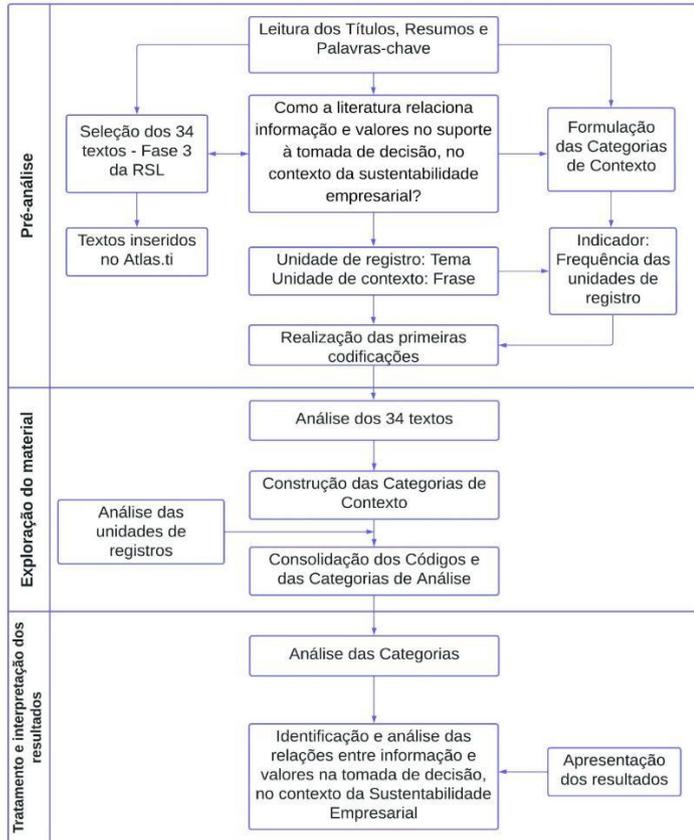


Figura 1. Etapas e procedimentos da Análise de Conteúdo.
Fonte: Elaborada com base em Bardin (2016).

A pré-análise foi composta pela leitura flutuante dos títulos, resumos e palavras-chave dos textos, bem como sua organização no *software* Atlas.ti. Na sequência, definiu-se o “tema” como unidade de registro para codificação, sendo este identificado por palavras-chave representativas dos códigos aos quais se vinculam. Já as “frases” foram definidas como unidades de contexto. Cabe informar que as unidades de contexto visam explicar as unidades de registro. A pré-análise ainda contou com a formulação de indicadores; estabelecimento das categorias de contexto e realização das primeiras codificações, baseadas nas análises até então realizadas. Destaca-se que a elaboração dos indicadores seguiu o critério do “objeto de referência citado”, que parte do princípio de que, quanto maior a frequência do objeto nas mensagens, maior será sua relevância (Bardin, 2016).

A exploração do material consistiu na análise e codificação completa de todos os textos que compõem o portfólio bibliográfico. Partindo desta codificação, as unidades de registro foram agrupadas e relacionadas por tópicos semelhantes, dando origem a categorias de análise. Importa frisar, que uma análise de conteúdo comporta categorias de duas naturezas: Categorias de Contexto e Categoria de Análise. As categorias de contexto

são amplas, e se definem pelo seu relacionamento com a questão e objetivos de pesquisa; ao passo que as categorias de análise correspondem a subdivisões das categorias de contexto em partes analisáveis (Bardin, 2016). Nesta RSL, as categorias de contexto, pelas suas características, foram definidas na etapa de pré-análise, ao passo que as categorias de análise foram identificadas na fase de exploração do material.

Por fim, o tratamento dos resultados foi caracterizado pela exploração, comparação e análise das categorias, unidades de registro e de contexto, o que permitiu interpretar e dar significado aos dados (Creswell, 2014). Esta fase também contou com a condensação e exposição dos resultados, o que será objeto da próxima seção.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção os resultados da pesquisa são apresentados e discutidos em três subseções, conforme as etapas da análise de conteúdo. A primeira, referente à pré-análise, aborda a análise descritiva do portfólio. A segunda, abarca as codificações e categorias identificadas na fase de exploração do material. Por fim, a terceira subseção, relacionada à etapa de tratamento e apresentação dos resultados, destaca os relacionamentos existentes entre as categorias, bem como suas implicações.

4.1 Pré-análise: Análise descritiva do portfólio

A pré-análise foi realizada por meio de uma análise descritiva do portfólio, que inclui elementos referentes a sua evolução temporal; abrangência geográfica das pesquisas; mensuração do impacto científico por meio da contagem de citações; e classificação das palavras-chave, em categorias identificadas como centrais, triviais e ruídos de pesquisa, além da apresentação das categorias de contexto.

4.1.1 Evolução Temporal

Um dos critérios de inclusão para formação do *corpus* de análise, diz respeito à temporalidade. Apesar de o protocolo de pesquisa permitir a inclusão de estudos publicados a partir de 1987 (Tabela 3), só foram recuperados estudos a partir do ano 2005, o que permite inferir, que esta RSL cobriu toda a literatura referente à questão de pesquisa presente nas bases investigadas. A Figura 2 apresenta a evolução temporal dos 34 estudos selecionados. O trabalho mais antigo, conforme mencionado, remete ao ano de 2005, e os mais recentes ao ano de 2021, perfazendo 18 anos de pesquisas sobre a temática.

A análise da evolução temporal dos estudos do portfólio sublinha o crescente interesse em se explorar, no contexto da sustentabilidade, a integração de informações e valores que suportam a tomada de decisão. Com efeito, verifica-se aumento e constância de publicações relacionadas ao tema, de modo que os primeiros anos contaram com uma publicação cada (2005, 2007 e 2012),

até chegar ao ápice de 8 publicações em 2021. Ademais, ressalta-se a constância desta literatura, que produz pesquisas, ininterruptamente, desde 2012.

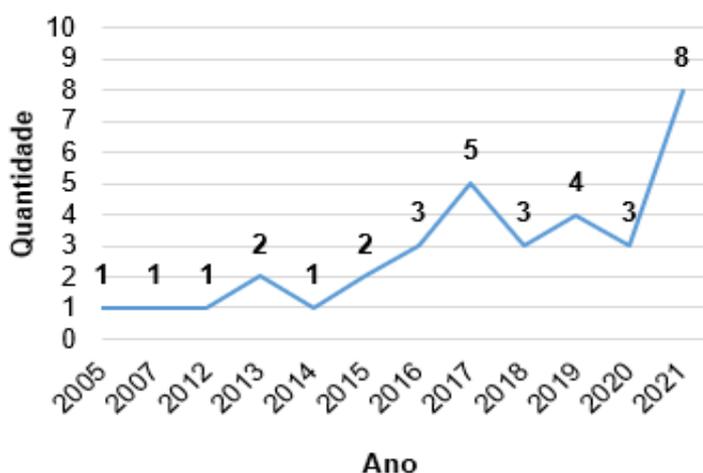


Figura 2. Evolução temporal.
Fonte: Elaboração própria.

Outro ponto que deve ser destacado é a atualidade deste campo de investigação, iniciado nos primeiros anos deste século. O que pode ser justificado pelo fato de as empresas só terem incluído, consistentemente, questões ambientais e sociais em seus processos decisórios, a partir da disseminação e incorporação do conceito de desenvolvimento sustentável ocorrido no final da década de 1980 (Brin & Nehme, 2021). Além disso, neste mesmo período, como resultado de um esforço de conscientização, por parte de diversas instituições acadêmicas, políticas e sociais ao redor do mundo, sobretudo das Nações Unidas, foram implementados acordos e convenções internacionais que visavam aumentar os níveis de responsabilidade corporativa. Como exemplo, cita-se a Diretiva da União Europeia 2003/EC que trata da obrigatoriedade das empresas em fornecer acesso público à informação ambiental (Homewood, 2005). A ampliação da responsabilidade social e ambiental, associada a uma maior atenção a questões éticas e de transparência (Lock & Schulz-Knappe, 2019), impulsionou a reformulação das estratégias empresariais e das práticas de negócio, dando início ao que Elkington (2011) denominou de “Revolução dos Valores”, e motivou os primeiros estudos nesta área de pesquisa.

4.1.2 Abrangência geográfica dos estudos

O interesse da literatura por questões que integram informações e valores no suporte à tomada de decisão, no âmbito da sustentabilidade empresarial, é uma realidade mundial, respondendo pelo desenvolvimento de estudos em 18 países, situados em 4 continentes, além de 4 pesquisas de domínio global. O que reforça a abrangência e relevância da temática. A Tabela 4, a seguir, evidencia o domínio geográfico abarcado pelas pesquisas. O quantitativo constante na referida tabela é superior ao total de artigos, uma vez que 3 pesquisas tiveram caráter binacional.

Tabela 4
Abrangência geográfica dos estudos

País	Região	Quantidade
.....	Global	4
Gana	África	1
Brasil	América do Sul	4
Estados Unidos	América do Norte	4
China	Ásia	2
Coréia do Sul	Ásia	3
Japão	Ásia	3
Tailândia	Ásia	2
Vietnã	Ásia	1
Jordânia	Oriente Médio	1
Líbano	Oriente Médio	2
Omã	Oriente Médio	1
Alemanhã	Europa	1
Finlândia	Europa	1
Itália	Europa	1
Noruega	Europa	2
Polônia	Europa	1
Reino Unido	Europa	2
Espanha	Europa	1
Total		37

Fonte: Elaboração própria.

Destaca-se, neste sentido, que os estudos realizados entre Japão e Reino Unido (Bowerman & Sharma, 2016), Estados Unidos e Líbano (Cohen et al., 2017), e Líbano e Omã (El Haddad et al., 2020), ressaltaram diferenças nos resultados alcançados em suas pesquisas, proporcionadas pela diversidade de valores culturais, regionais e religiosos das amostras investigadas. Os valores culturais e regionais, também ocuparam papel relevante nas pesquisas realizadas no âmbito de países asiáticos. Os estudos de abrangência global, por sua vez, abordaram as relações entre os temas investigados no presente artigo, na interface com as partes interessadas, sejam elas internas ou externas à organização.

4.1.3 Impacto científico

Uma das métricas utilizadas para aferir o impacto da produção científica corresponde ao volume de citações (Moraes & Kafure, 2020).

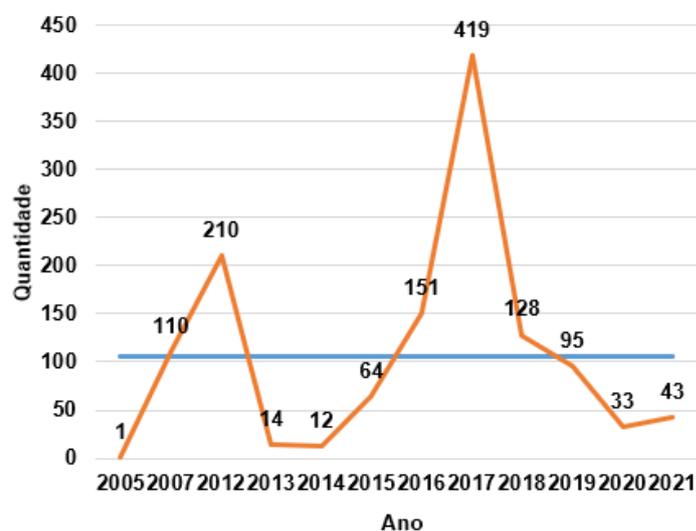


Figura 3. Evolução do número de citações.
Fonte: Elaboração própria.

Isto porque, segundo Anwar et al. (2019), pesquisas frequentemente citadas representam conceitos avançados e desenvolvidos em uma área de conhecimento, podendo indicar, inclusive, transições de paradigmas ou alto grau de influência destes estudos em dado campo de pesquisa (Chen, 2006). A evolução quantitativa de citações obtidas pelo portfólio, ao longo do período analisado, está demonstrada na Figura 3. Os 34 artigos receberam, em conjunto, 1.280 citações, com média de 106 citações por ano com publicações, evidenciada na Figura 3 pela linha azul.

Os anos de 2012, 2016, 2017 e 2018 se sobressaem à média geral. Isto ocorre por dois motivos: (i) volume de artigos publicados nestes anos, com destaque para o ano de 2017 (5 artigos); e (ii) volume de citações recebidas individualmente por determinados trabalhos, caso do ano de 2012, em que o único artigo publicado recebeu 210 citações. A Tabela 5 apresenta os 7 artigos mais citados do portfólio, todos com mais de 50 citações, o que indica que tais estudos estão sendo utilizados em outros contextos, para além do foco da presente investigação.

Os três artigos mais citados, conforme a síntese de seus principais achados, informada na Tabela 5, referem-se à divulgação de informações organizacionais, sob três enfoques distintos. O primeiro artigo, de Cucari et al. (2018), busca associar a decisão de divulgar práticas de ESG à diversidade (gênero e idade) da composição do Conselho Administrativo; ao passo que o segundo, dos autores De Klerk e De Villiers (2012), ocupa-se em investigar o valor que as informações contidas nos relatórios de sustentabilidade exercem no processo decisório; o terceiro artigo mais citado, de Jo e Kim (2008), realiza uma análise, com o apoio da Teoria da Agência, verificando o impacto causado pela divulgação ampliada de informações na relação entre gestores e investidores. Tais estudos, pelo quantitativo de citações recebido, representam pontos relevantes de articulação e desenvolvimento do campo de pesquisa (Moraes & Kafure, 2020).

Os demais artigos do quadro abordam questões como legitimidade organizacional, índices e indicadores de sustentabilidade; ética e estratégia informacional.

Tabela 5
Artigos mais citados

Autor(a) Ano	Título	Citações	Principais Achados
Cucari et al. (2018)	<i>Diversity of Board of Directors and Environmental Social Governance: Evidence from Italian Listed Companies</i>	281	A divulgação de ações de ESG (<i>Environmental, Social and Governance</i>) está associada ao perfil do diretor do Comitê de Sustentabilidade. A diversidade de gênero está negativamente relacionada a este tipo de divulgação.
De Klerk & De Villiers (2012)	<i>The value relevance of corporate responsibility reporting: South African evidence</i>	210	O Relatório de RSC está associado ao conjunto de informações que os investidores usam para avaliar uma empresa, tornando-o relevante em termos de valor para a tomada de decisão de investimento.
Jo & Kim (2008)	<i>Ethics and disclosure: A study of the financial performance of firms in the seasoned equity offerings market</i>	110	Uma maior divulgação reduz a assimetria informacional, aumenta a transparência da empresa por meio de monitoramento, expõe a manipulação antiética dos lucros e diminui os custos de agência da separação de propriedade e controle.
Elliott et al. (2016)	<i>How Disclosure Features of Corporate Social Responsibility Reports Interact with Investor Numeracy to Influence Investor Judgments</i>	81	A apresentação da informação e o estilo de divulgação do Relatório de Sustentabilidade são recursos que afetam a percepção de valor da empresa.
Esch et al. (2019)	<i>Does integrated reporting information influence internal decision-making? An experimental study of investment behavior</i>	72	Informações das três dimensões do ESG influenciam o comportamento de tomada de decisão interna, com ênfase na relevância de indicadores não financeiros para os processos de direção corporativa.
Lock & Schulz-Knappe (2019)	<i>Credible corporate social responsibility (CSR) communication predicts legitimacy Evidence from an experimental study</i>	60	Quanto mais confiável for o site de RSC de uma empresa, mais provável é que as percepções de legitimidade pragmática e cognitiva sejam evocadas nas decisões das partes interessadas, resultando em um processo de comunicação credível.
Amor- Esteban et al. (2018)	<i>Useful information for stakeholder engagement: A multivariate proposal of an Industrial Corporate Social Responsibility Practices Index</i>	53	O desenvolvimento do índice ICSRPI (proposto no estudo) mostrou que as indústrias mais sustentáveis são aquelas cuja atividade as leva a ser consideradas de alto impacto ambiental, pois possuem sistemas e políticas ambientais e gestão ambiental mais avançadas.

Fonte: Elaboração própria.

4.1.4 Palavras-chave

Os múltiplos enfoques pesquisados no domínio da relação entre informação e valores no suporte à tomada de decisão, no contexto da sustentabilidade empresarial, refletem-se na diversidade de suas palavras-chave. Palavras-chave são termos que carregam carga semântica

capaz de comunicar, de forma sintética, os principais conteúdos de uma pesquisa. Deste modo, por meio da análise de ocorrências de palavras-chave, é possível se obter uma boa compreensão dos elementos que receberam maior importância nos estudos investigados.

A Tabela 6 resume a frequência das palavras-chave do *corpus* de análise. Os 34 artigos indexaram 169 termos, dos quais 80 (47%) ocorreram apenas uma vez. De modo oposto, os termos de maior frequência foram: "*Corporate social responsibility*" (Responsabilidade Social Corporativa)

com 10 ocorrências, "*Sustainable development*" (Desenvolvimento Sustentável) com 9 ocorrências, e "*Decision-making*" (Tomada de decisão) como 8 ocorrências cada.

Tabela 6

Frequência de ocorrência das Palavras-Chave

Quantidade de Palavras-chave	Freq.	Total de Palavras-chave	Agregado*	Palavras-chave
1	10	10	6%	<i>Corporate social responsibility</i>
1	9	9	5%	<i>Sustainable development</i>
1	8	8	5%	<i>Decision-making</i>
1	6	6	4%	<i>Sustainable</i>
3	5	15	9%	<i>Disclosure; Stakeholders; Triple bottom line</i>
3	4	12	7%	<i>Corporate Sustainability; ESG; Integrated reporting</i>
5	3	15	9%	<i>Corporate Governance; Corporate social responsibility reporting; Ethics; Financial information; Information to Decision-Making</i>
7	2	13	8%	<i>Accounting information usefulness; Environmental disclosures; Investment decision; Social responsibility; Managerial decision making; Stakeholder engagement; Sustainability reporting</i>
80	1	80	47%
102	169	100%

Fonte: Elaboração própria.

Legenda: *Quantidade de palavras chave (por linha) divididos pelo total de palavras-chave.

Verifica-se que, dentre as quatro palavras-chave mais utilizadas, três se referem à sustentabilidade, evidenciando-se a ênfase dos estudos nesta área. Contudo, na sequência surgem outros termos com temática mais diversificada como "*Decision-making*" (Tomada de decisão); "*Disclosure*" (Divulgação); "*Stakeholders*" (Partes interessadas); e "*Integrated reporting*" (*Relatório Integrado*), o que sugere uma possível conexão entre sustentabilidade e partes interessadas por meio de elementos informacionais, como a divulgação de relatórios integrados, com vistas à tomada de decisão.

A análise das palavras-chave, por meio da aplicação da Lei de Zipf (Zipf, 2012) e Ponto de Transição de Goffman (Pao, 1978) pode proporcionar *insights* interessantes para o objetivo do presente estudo. Zipf (2012) identificou uma correlação entre o número de palavras-chave, e a posição que tais palavras ocupam em uma lista ordenada pela frequência de seu uso, e concluiu que existe uma regularidade fundamental na seleção e uso destes termos, de modo que um pequeno número de palavras seria usado muitas vezes, indicando o assunto do documento. Sua proposta é de que, se ordenarmos as palavras-chave em ordem decrescente de frequência, a posição de uma palavra nesta lista multiplicada por sua frequência é igual a uma constante. A equação para esta relação é: $r \times f = k$, onde "r" é a posição da palavra, "f" é a sua frequência e "k" é a constante.

Neste ponto, a lei de Zipf foi complementada por Goffman (Pao, 1978), que verificou a existência de um ponto de transição, que separa as palavras-chave com alta e baixa frequência. As palavras presentes nesta região apresentariam grande relevância semântica, representando o cerne dos estudos (Mello et al., 2017).

Sua fórmula consiste na seguinte equação: $n = (-1 + \sqrt{1+8/r}) / 2$, em que "n" representa o Ponto de Transição de Goffman, e "1/r" o número de palavras com frequência igual

a 1. O Ponto de Transição de Goffman, quando utilizado em conjunto com a Lei de Zipf, permite identificar, numérica e graficamente, três conjuntos de palavras-chave: informações triviais (palavras com grande frequência, que indicam apenas contextos gerais em que as pesquisas se situam), informações interessantes (termos contidos na região do ponto de transição, e que representam a centralidade dos assuntos investigados), e ruídos de pesquisa (palavras com baixa frequência, e que não apresentam relevância no âmbito geral do campo de estudos).

Seguindo a proposta de Zipf e Goffman (Zipf, 2012; Pao, 1978), as 102 diferentes palavras-chave foram ordenadas de acordo com sua frequência "f", e classificadas em ordem decrescente de ocorrência, possibilitando a obtenção de uma ordem de série "r". Com a multiplicação da série "r" pela frequência de ocorrência "f", obtém-se a constante "k" da primeira Lei de Zipf (Zipf, 2012), conforme Tabela 7.

Tabela 7

Frequência das palavras-chave para aplicação da primeira Lei de Zipf

Quantidade de palavras-chave classificadas na ordem da série	Ordem de Série "R"	Frequência da Ocorrência "F"	Constante "K" da Primeira Lei de Zipf (K=R.F)
1	1	10	10
1	2	9	18
1	3	8	24
1	4	6	24
3	5	5	25
3	6	4	24
5	7	3	21
7	8	2	16
80	9	1	9

Fonte: Elaboração própria.

A Figura 4 apresenta graficamente a aplicação da Lei de Zipf (2012), o eixo horizontal representa a ordem de série "r", ao passo que o eixo vertical representa a constante "c" da referida lei. A linha tracejada indica a divisão das palavras-chaves em três conjuntos, a partir dos produtos da ordem de série "r" 2 e 8. Com isso, segundo Pao (1978), a

esquerda da série 2, situam-se as palavras-chave consideradas "informações gerais" (*Corporate social responsibility* e *Sustainable development*) e a direita da série 8, concentram-se as palavras consideradas "ruídos de pesquisa", temos indexados uma ou duas vezes apenas.

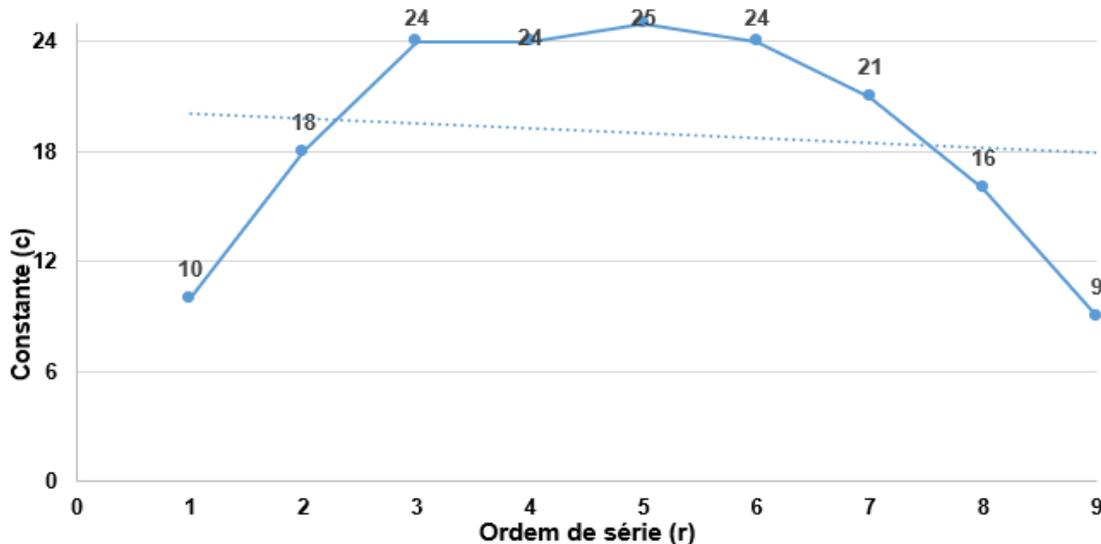


Figura 4. Primeira lei de Zipf ($r.f = k$) na produção científica analisada.

Fonte: Elaboração própria.

Depreende-se do acima exposto, que os termos contidos entre as séries 3 e 7, aproximam-se das características do conjunto de informações relevantes no *corpus* de análise. De forma mais específica, a fórmula do Ponto de Transição de Goffman, retornou um valor de ponto de transição igual a 12,16, o que indica que a 12ª palavra-chave é a que exerce a transição entre os conjuntos. A 12ª palavra se localiza em um grupo de 5 termos, com frequência de ocorrência igual a 3 (Tabela 6), estando classificada arbitrariamente em ordem alfabética. Portanto, a palavra-chave identificada foi "*Corporate social responsibility reporting*" (Relatório de Responsabilidade Social Corporativa).

Este achado é significativo, pois demonstra que as pesquisas científicas do campo investigado apresentam como ápice, no presente momento, o estudo de uma fonte informacional, que comunica de forma concisa, informações sobre sustentabilidade, perspectivas organizacionais para a criação de valor, estratégias, governança, estruturas, sistemas e métodos de atuação (Ardiana, 2021). Tal fonte, apesar de voltada à satisfação das necessidades informacionais das partes interessadas externas, principalmente investidores e reguladores (Ferramosca, 2019), foi explorada nos estudos do portfólio sob diversos aspectos: estratégias e estilos de apresentação da informação (Elliott et al., 2016), decisão do que divulgar (Cucari et al., 2018), análise dos pontos mais relevantes destes relatórios (Esch et al., 2019), fonte complementar ou alternativa aos relatórios financeiros (Alves et al., 2017), indutora de legitimidade e boa reputação empresarial

(Parra-Domínguez et al., 2021), e voluntariedade da divulgação (Li et al., 2021).

As palavras-chave que possuem a mesma frequência de ocorrência, três repetições, e ocupam a série de ordem 7 (Tabela 6) são, respectivamente: *Corporate Governance* (Governança Corporativa); *Ethics* (Ética); *Financial information* (Informação Financeira) e *Information to Decision-Making* (Informação para tomada de decisão). As palavras com mesma frequência de ocorrência (3), por se situarem na mesma região, apresentam como atributo "[...] maior conteúdo semântico e características de indexação do tema ao qual estão ligadas" (Mello et al., 2017, p.63).

4.1.5 Categorias de Contexto

As categorias de contexto, conforme informado anteriormente, caracterizam-se pela sua amplitude e envolvimento com a questão e objetivos da pesquisa. Assim, com base nas análises descritivas apresentadas nesta pré-análise, e em alinhamento aos objetivos deste trabalho, foram estabelecidas quatro categorias de contexto: i) Abordagens Informacionais; (ii) Tipologias de Valores; (iii) Categorias de Sustentabilidade Empresarial; e (iv) Categorias Decisórias.

Findados os procedimentos referentes à pré-análise dos textos, o passo seguinte consiste na exploração do material, identificada na análise de conteúdo pela realização das codificações, vinculação dos códigos às categorias de contexto, e subdivisão das categorias de contexto em categorias de análise, conforme será visto na próxima subseção.

4.2 Exploração do material

A fase de exploração do material teve início com a releitura e codificação completa dos textos. Este processo foi marcado pela seleção, análise e interpretação dos dados, utilizando-se para tanto, a codificação de recortes textuais que auxiliassem na identificação e significação das relações que norteiam os objetivos desta pesquisa (Bardin, 2016).

A codificação converte dados brutos em informação, agrupando e nomeando os diversos recortes textuais por similaridades, o que possibilita reconhecer características no conteúdo investigado. Nesse sentido, a frequência de ocorrência dos códigos permite a realização de uma análise heurística, que proporciona graficamente, a visualização do constructo final da codificação, e produz embasamento para elaboração das categorias de análise.

A codificação dos artigos resultou em 723 códigos distintos, dos quais, os mais recorrentes estão apresentados na Figura 5. Frisa-se que os códigos foram nomeados, individualmente, em Língua Portuguesa, conforme recurso disponibilizado pelo *software* Atlas.ti. Na referida figura, códigos maiores e mais centralizados indicam maior frequência de ocorrência nos textos.

A Figura 5 destaca, principalmente, 4 códigos: "Tomada de Decisão"; "Sustentabilidade Empresarial"; "Divulgação de Informações Sustentáveis" e "Partes Interessadas". Os três primeiros códigos fazem parte da estratégia de busca utilizada nas bases para recuperação dos artigos, e se relacionam diretamente com o problema desta pesquisa, razão pela qual aparecem com maior

frequência. Contudo, torna-se relevante analisar o destaque conferido ao código "Partes Interessadas". Partes interessadas podem ser definidas como qualquer grupo que possua relações com uma determinada organização, e que possa afetar e/ou ser afetado por ela (Hawrysz & Maj, 2017). As partes interessadas estão profundamente ligadas à questão de pesquisa do presente trabalho, pois, além de exercerem influência na tomada de decisão organizacional como um todo (Costa et al., 2014), especificamente no âmbito da sustentabilidade empresarial, defende-se que uma organização é parte integrante da sociedade, e como tal, tem seu valor aumentado com o atendimento das necessidades e expectativas de todas as partes nela interessadas (Yang et al., 2020). Neste entendimento, a criação de valor de uma organização é influenciada pela forma como os desejos e preocupações dos diversos grupos interessados são contemplados (Bolis et al., 2021). Não obstante, alguns códigos referentes às partes interessadas, por abordarem acionistas e investidores, foram agrupados em categorias referentes a tomadores de decisão.

Cabe ainda sublinhar, que os códigos referentes aos "valores" aparecem na imagem, em segundo plano, orbitando ao redor dos códigos principais. Isso ocorre porque, enquanto os códigos referentes à Informação, Tomada de Decisão e Sustentabilidade caracterizaram, principalmente, abordagens ou macroconceitos mais amplos, os códigos associados a "Valores" evidenciam tipologias, resultando em agrupamentos mais específicos, e por isso, menores.



Figura 5. Análise heurística da codificação.

Fonte: Elaboração própria.

Os 723 códigos foram vinculados, por aderência temática, a uma das quatro categorias de contexto ((i) Abordagens Informacionais; (ii) Tipologias de Valores; (iii) Categorias de Sustentabilidade Empresarial; e (iv) Categorias Decisórias). Em seguida, os códigos que compunham cada categoria de contexto passaram por um

processo de análise, interpretação e criação de significado, resultando no reagrupamento destes códigos em conjuntos menores, identificados por suas características em comum ou similaridades de conteúdo, dando origem às categorias de análise. Na Tabela 8 estão apresentadas as categorias de contexto e de análise resultantes deste processo.

Tabela 8

Categorias de contexto e de análise

Categorias de Contexto	Categorias de Análise
Abordagens Informacionais	Atributos Informacionais/ Comunicação/ Conteúdo da Informação/ Divulgação/ Estratégias Informacionais/ Fluxo Informacional/ e Gestão da Informação e do Conhecimento
Tipologias de Valores	Valores Ambientais/ Valores Culturais/ Valores Econômico-Financeiros/ Valores Ético-Morais/ Valores Gerenciais/ Valores Informacionais/ Valores Pessoais/ e Valores Sociais
Categorias de Sustentabilidade Empresarial	Benefícios da Sustentabilidade/ Dimensões de Sustentabilidade/ Foco Antropocêntrico/ Investimento Socialmente Responsável/ Métricas de Sustentabilidade/ e Práticas de Sustentabilidade
Categorias Decisórias	Decisão de Investimento/ Decisão Organizacional/ Decisão Estratégica/ Racionalidade da Decisão/ e Tomadores de Decisão

Fonte: Elaboração própria.

As categorias de análise refletem as perspectivas empregadas pela literatura em relação aos temas alvo desta investigação. Assim, verifica-se que a característica determinante para o agrupamento dos valores, é a sua tipologia. De fato, os estudos do portfólio enfocaram as especificidades de cada espécie de valor. A título de exemplo, cita-se o estudo de Parra-Domínguez et al. (2021), que investigaram se os Valores Pessoais dos gestores de empresas familiares interferem na decisão de divulgar informações de sustentabilidade.

As abordagens informacionais, por sua vez, enfatizaram alguns papéis (Comunicação, Divulgação e Estratégias Informacionais) que a informação pode exercer num contexto organizacional, bem como as qualidades (Atributos) e Conteúdos Informacionais necessários para isso. Outros dois tópicos recorrentes se referem às ações de Gestão da Informação e do Conhecimento como um apoio efetivo à tomada de decisão, e como os elementos que compõem seu Fluxo.

O contexto das pesquisas, focado no ambiente de negócios, moldou a maneira pela qual a sustentabilidade foi abordada. Assim, houve uma profusão de códigos centrados nas Práticas de Sustentabilidade adotadas pela empresa, e nos Benefícios gerenciais proporcionados por elas, tal como a captação de Investimentos Socialmente Responsáveis (ISR). Neste sentido, a proposição ou uso de métricas que evidenciam, tanto o nível de sustentabilidade da empresa, como o retorno em criação de valor proporcionado por esta, ganharam destaque. Ainda, em relação à sustentabilidade, foram identificadas duas vertentes de pensamento antagônicas. Por um lado, códigos que abordavam as questões de proteção ambiental, justiça ou equidade social e crescimento econômico equilibrado, foram reunidos na categoria "Dimensões de Sustentabilidade". Ao passo que, tópicos que mencionaram a sustentabilidade, pelo viés dos custos

ambientais e de sua compensação financeira, foram associados na categoria "Foco Antropocêntrico".

Por fim, a tomada de decisão foi codificada se explorando: sua finalidade (Decisão de Investimento e Decisão Estratégica), o ambiente em que seria efetuada (Decisão Organizacional), suas fundamentações (Racionalidade da Decisão), e por quem seriam tomadas (Tomadores de Decisão). As categorias de análise, em suas múltiplas nuances, foram analisadas e relacionadas, com vistas ao atendimento dos objetivos do presente estudo, o que será apresentado na sequência.

4.3 Tratamento e interpretação dos resultados

A última etapa da análise de conteúdo, corresponde ao tratamento e interpretação das categorias analíticas, objetivando a identificação e análise dos relacionamentos existentes entre elas. Num primeiro momento, buscou-se evidenciar, de forma empírica, a existência de relações entre as categorias de abordagens informacionais e de tipologias de valores, resultantes da análise de conteúdo. Isto foi possível, por meio da investigação da coocorrência das categorias de análise, recurso disponibilizado pelo *software* Atlas.ti.

A coocorrência é a presença simultânea de códigos pertencentes a categorias analíticas distintas em uma mesma unidade de contexto, aqui assumida como trechos das pesquisas. O uso da associação como indicador se assenta no postulado de que os elementos conectados numa mensagem estão igualmente associados ao sentido expresso por ela (Bardin, 2016). Deste modo, a Figura 6 ilustra a coocorrência de abordagens informacionais e de tipologias de valores, demonstrando a existência consistente dessas relações na literatura pesquisada. Cada categoria é representada por um nó de cor diferente, nós maiores expressam categorias que receberam mais ênfase dentre os estudos que compõem o portfólio. Além disso, os nós das categorias de Abordagem Informacionais são

ligados aos nós das Tipologias de Valores por meio de faixas. A existência de uma faixa ligando duas categorias indica um relacionamento entre elas, sendo que, quanto maior for a largura da faixa, mais forte é este relacionamento.

Ao se observar a Figura 6 é possível constatar que dentre as abordagens informacionais, a “Divulgação”, definida por este estudo como, o ato de informar às partes interessadas externas, principalmente por meio de relatórios não financeiros, ações e práticas relacionadas à sustentabilidade da organização, com intuito de subsidiar a tomada de decisão; e o “Conteúdo da Informação”,

abordagem composta pelos elementos que estão sendo compartilhados (informados), por serem as mais proeminentes, são as que possuem faixas de relacionamento mais intensas com as Tipologias de Valores. O mesmo ocorre do lado das Tipologias de Valores, em que vínculos mais densos são formados a partir dos valores mais recorrentes: Valores Gerenciais e Informacionais. Contudo, destaca-se, que a despeito do volume de ocorrência, todas as Abordagens Informacionais e Tipologias de Valores se relacionam em algum grau.

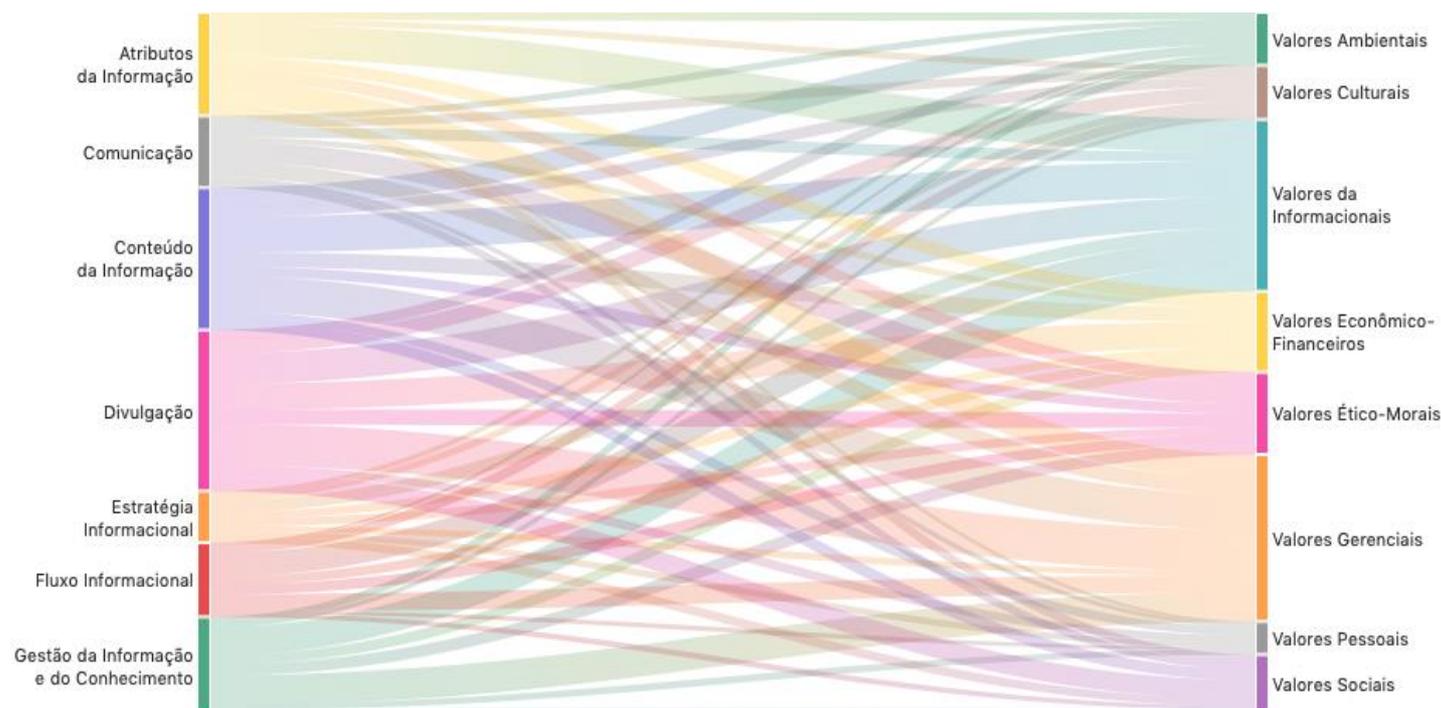


Figura 6. Coocorrência entre abordagens informacionais e tipologias de valores.

Fonte: Elaboração própria.

Ademais, em que pese, a Figura 6 fornece um dimensionamento sobre o volume de ocorrência das categorias, bem como dos níveis de relacionamentos existentes entre elas, tem-se, que tais relacionamentos só podem adquirir real significado quando interpretados pela perspectiva em que ocorreram, ou seja, como suporte ao processo decisório no contexto da sustentabilidade empresarial.

Assim, por meio da análise destes vínculos, em associação às Categorias de Sustentabilidade Empresarial e Categorias Decisórias, foi possível identificar e significar as ligações existentes entre a Informação e os Valores, no contexto pesquisado. Tal análise constatou que essas

ligações ocorrem a partir de três "macroprocessos". O primeiro se caracteriza pela atuação da Gestão da Informação e do Conhecimento; o segundo pela elaboração das Estratégias Informacionais; e o último, pela Disseminação da Informação. Importante destacar que estes macroprocessos não são estáticos ou sequenciais, mas dinâmicos, multidirecionais e interconectados, adequando-se às diferentes realidades organizacionais. A Figura 7, com o intuito de prover melhor visualização e facilitar a compreensão destas relações e macroprocessos, apresenta um *framework* dos principais relacionamentos identificados na análise.

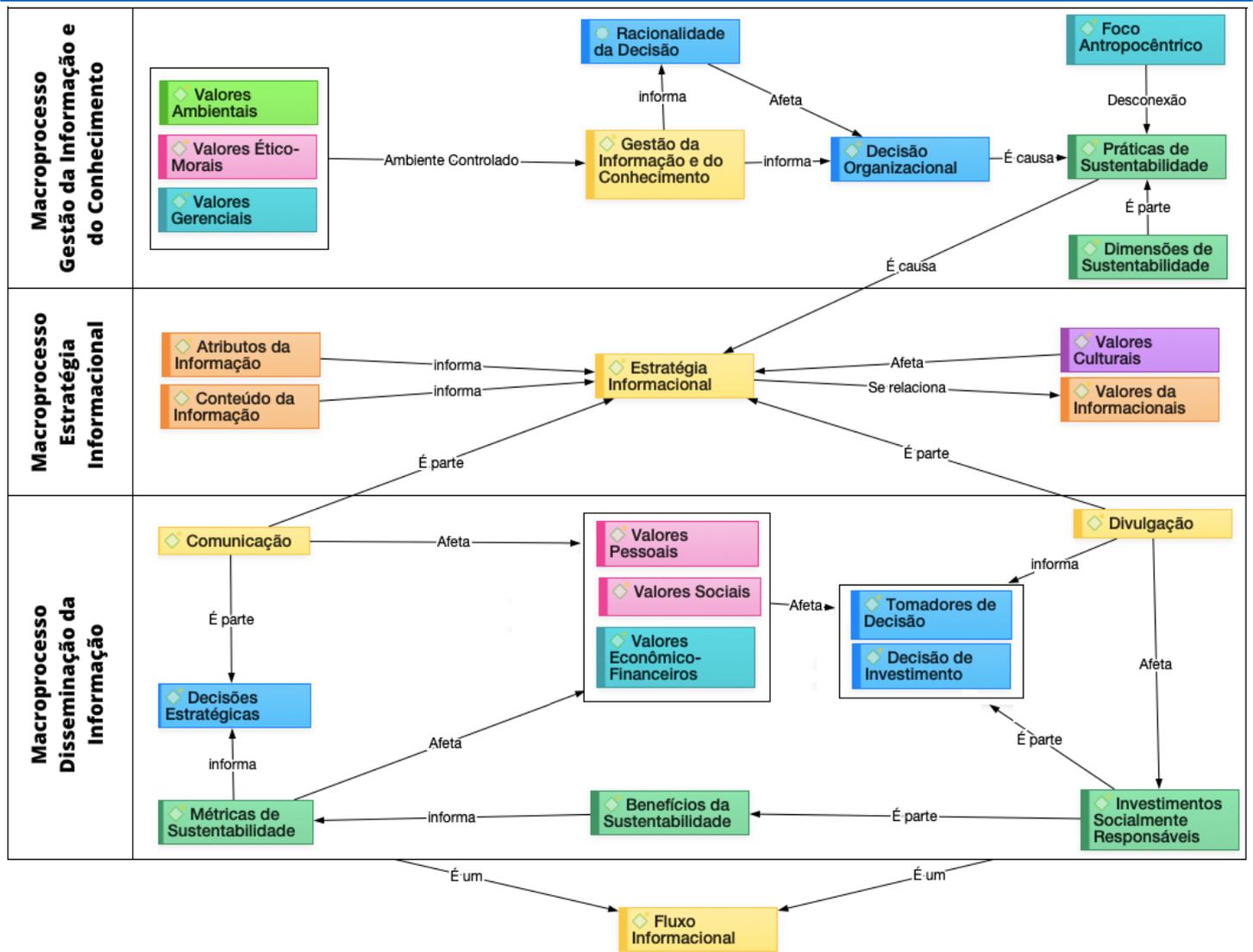


Figura 7. Relacionamentos entre informação e valores no suporte à tomada de decisão, no contexto da sustentabilidade empresarial. Fonte: Elaboração própria.

4.3.1 Macroprocesso Gestão da Informação e do Conhecimento

No Macroprocesso Gestão da Informação e do Conhecimento os estudos abordam a importância de as organizações possuírem Sistemas de Gestão da Informação e de desenvolverem práticas de Gestão do Conhecimento que, proporcionem uma espécie de ambiente controlado, um espaço em que informações e valores gerenciais referentes ao seu contexto de negócios sejam monitorados (Phornlaphatrachakorn & Kalasindhu, 2021; Silva & Razzolini, 2021; Vieira, 2014). Neste ambiente, informações relacionadas aos Valores Ético-Morais: respeito aos colaboradores, acionistas minoritários, e as partes interessadas externas, além de uma conduta pautada pela transparência e combate a práticas de corrupção (Fallan, 2015; Hawrysz & Maj, 2017; Vázquez et al., 2013) e Valores Ambientais: valores centrados na natureza, preservação e justiça ambiental, consciência ambiental e desempenho ambiental (Diddi & Niehm, 2017; Elliot et al., 2016; Ferramosca, 2019) são captadas e tratadas pelos sistemas de informações gerenciais da companhia e compartilhadas entre os gestores da organização (De Klerk & De Villiers, 2012; Leal et al., 2013).

Este movimento visa contribuir para a agregação de valor à atividade estratégica da empresa (Cohen et al., 2017; El Haddad et al., 2020) e, mais especificamente, subsidiar a tomada de decisão sobre quais práticas de sustentabilidade devem ser implantadas ou mantidas (Vieira, 2014; Yamane & Kaneko, 2021).

Em relação a estas decisões, Bolis et al. (2021) destacam que a racionalidade adotada no processo decisório impacta as atitudes dos gestores, podendo resultar em ações que sejam contrárias ao desenvolvimento sustentável. Deste modo, a companhia deve empreender esforços na promoção e socialização (gestão do conhecimento) de uma cultura organizacional que apoie uma racionalidade decisória pautada nos interesses coletivos (Esch et al., 2019; Hernandez-Perdomo et al., 2019), buscando alinhar os Valores Gerenciais da empresa: Eficiência; Eficácia; Competitividade; Legitimidade; e Criação de Valor, aos Valores Ambientais e Ético-Morais (Amor- Esteban et al., 2018; Ardiana, 2021; Ouda, 2021).

Ainda, no primeiro macroprocesso, as práticas de sustentabilidade da organização, dentre as quais, as mais mencionadas são: Comércio justo, Divulgação voluntária, Inserção laboral de coletivos marginalizados, Políticas de

gestão de riscos ambientais, e Mecanismos de proteção aos acionistas minoritários (Cucari et al., 2017; Lock & Schulz-Knappe, 2019; Yang et al., 2020) podem assumir, a partir da racionalidade utilizada em sua implantação, dois enfoques antagônicos: (i) "Foco Antropocêntrico" e (ii) "Dimensões de sustentabilidade".

O Foco antropocêntrico representa uma abordagem utilitarista da sustentabilidade. O compromisso desta abordagem é com a maximização do lucro dos proprietários da empresa, sendo que a adesão a práticas de sustentabilidade tem como objetivo explorar seus potenciais efeitos positivos, como ganhos reputacionais, de legitimidade social de suas operações, e de acesso a crédito financeiro reservado a empresas consideradas sustentáveis (Agyemang & Ansong, 2016; Laine et al., 2017; Vázquez et al., 2013). De modo oposto, o enfoque "Dimensões de sustentabilidade" apresenta maior conexão com preocupações inerentes às diversas perspectivas de sustentabilidade, identificadas nos textos, principalmente, pelas dimensões propostas no *Triple Bottom Line* (Preservação Ambiental, Equidade Social, e Crescimento Econômico Equilibrado). As dimensões de sustentabilidade representam o paradigma contemporâneo de sustentabilidade, e foram a abordagem predominante do corpus de análise (Bolis et al., 2021; Silva & Razzolini, 2021; Yamane & Kaneko, 2021).

4.3.2 Macroprocesso Estratégia Informacional

O segundo Macroprocesso se refere à Estratégia Informacional de apresentação das informações sobre sustentabilidade. Preconiza-se a apresentação da informação de sustentabilidade com uso de uma linguagem simples, clara, acessível e compreensível a todos os usuários da informação (Li et al., 2021; Parra-Domínguez et al., 2021; Vieira, 2014). Adicionalmente, argumenta-se, que uma boa estratégia informacional pode fazer com que os investidores adotem racionalidades diferentes em relação a suas decisões (Yang et al., 2020). Exemplo disso se refere a pesquisa de Elliot et al. (2016) que descobriram que investidores menos numerados, definidos como aqueles com menor capacidade de processamento e interpretação de dados numéricos (Krische, 2018), desenvolvem maior probabilidade de investir em uma empresa, ou seja, tem sua tomada de decisão de investimento alterada, por meio de uma estratégia informacional que destaca em imagens e palavras, informações de natureza quantitativa. Isto ocorre por questões que envolvem o processamento mental da informação nos indivíduos menos numerados, que atribuem valor afetivo e positivo à informação apresentada nesse estilo, o que aumenta sua confiança na informação, e sua disposição em investir (Ferramosca, 2019).

As estratégias informacionais também abarcam valores informacionais estratégicos (Ababneh & Aga, 2019; Alves et al., 2017; Hyun-Wook & Seon-Young, 2020), referentes a se, o quê, quanto, e que tipo de informações deve ser relatadas. Tais decisões são apoiadas pela gestão da informação, levando em consideração os conteúdos e

atributos que a informação deve possuir para ser comunicável. Os conteúdos informacionais, neste contexto, representam a essência do que está sendo informado (informações de sustentabilidade, informações financeiras ou não financeiras, práticas de negócios...), enquanto que os atributos informacionais (tempestividade, completude, confiabilidade, testabilidade, compatibilidade, observabilidade, entre outros) consistem em qualidades ou requisitos inerentes a usabilidade destas informações na tomada de decisão (Elliot et al., 2016; Fallan, 2015).

Cabe destacar, que o contexto cultural em que as organizações e as partes interessadas estão inseridas apresentaram um significativo relacionamento com a criação das estratégias informacionais. Isso porque, questões como regionalismos, crenças religiosas, cenários políticos e normas sociais locais se caracterizam como influentes condutores da interpretação das informações de sustentabilidade, e como tal podem ser exploradas na formulação de estratégias comunicacionais voltadas para uma tomada de decisão mais consciente (Bowerman & Sharma, 2016; Cohen et al., 2017; El Haddad et al., 2020; Yamane & Kaneko, 2021).

4.3.3 Macroprocesso Disseminação da Informação

O terceiro macroprocesso evidencia a execução da estratégia informacional por meio da disseminação de informações de sustentabilidade. Foi verificado que as organizações pautam esta disseminação em dois polos distintos, Comunicação e Divulgação. Tal distinção se realiza em função do público para o qual a informação se destina, e em último caso para qual decisão será tomada.

A comunicação, enquanto ato de informar as partes interessadas internas, objetiva disseminar informações sobre as ações de sustentabilidade da empresa entre os seus colaboradores (Li et al., 2021). O intuito desta comunicação consiste em atrair capital humano, aumentar a competitividade corporativa e estimular os trabalhadores a criar mais valor para a companhia (Tseng et al., 2020). Comunicar práticas de sustentabilidade aos colaboradores aciona seus valores pessoais e sociais, criando uma espécie de sinergia que melhora o clima institucional, uma vez que estes se sentem mais satisfeitos em estar inseridos em uma organização que protege o meio ambiente e se preocupa com o bem-estar das pessoas (Chen et al., 2020; Fonseca, 2020; Hawrysz & Maj, 2017).

A divulgação, por sua vez, direciona-se às partes interessadas externas, e tem como função primeira, subsidiar a tomada de decisão de proprietários, acionistas e potenciais investidores, e em menor grau, atender as exigências legais de órgãos reguladores (Homewood, 2005; Johnson et al., 2020; Yang et al., 2020). A divulgação das informações de sustentabilidade, no contexto das pesquisas investigadas, ocorre por meio de relatórios específicos, que recebem nomenclaturas diferentes, a depender do país em que são emitidos, ou das entidades que os regulamentam (Relato Integrado, Relatório de Sustentabilidade, Relatório de RSC, ou Relatório Não

Financeiro), mas que convergem no objetivo de fornecer informações relevantes, complementares e adicionais às divulgadas por relatórios financeiros tradicionais (Alves et al., 2017; Ardiana, 2021; Parra-Domínguez et al., 2021).

As informações disponibilizadas por estes relatórios tornam a companhia mais transparente, e podem reduzir incertezas sobre as atividades operacionais da empresa, lucros futuros e riscos a ela associados (De Klerk & De Villiers, 2012). Essas incertezas ocorrem porque a separação entre propriedade e controle nas empresas de capital aberto provoca assimetrias informacionais entre gestores e investidores (Hernandez-Perdomo et al., 2019). Assim, com a divulgação de informações de valor incremental, presentes nos relatórios de sustentabilidade, as assimetrias de informação são reduzidas e os acionistas e proprietários podem tomar melhores decisões estratégicas ou de investimento (Bowerman & Sharma, 2016; Yang et al., 2020).

Em relação às decisões de investimento, sublinhe-se, que os investidores estão cada vez mais conscientes do conceito de sustentabilidade, e procuram utilizar seus investimentos como forma de expressar seus valores (Cucari et al., 2017). Tais valores podem ser autocentrados (Valores Pessoais) ou focados na comunidade (Valores Sociais). Esses investidores optam por Investimentos Socialmente Responsáveis, que alinhem a obtenção de ganho financeiro (Valores Econômico-Financeiros) à possibilidade de investir voluntariamente em negócios que contribuam para um ambiente saudável, tratem as pessoas de forma justa, e se esforcem para promover paz (Agyemang & Ansong, 2016; Esch et al., 2019; Tseng et al., 2020).

Depreende-se, pelo acima exposto, que a manutenção de práticas de sustentabilidade, geram benefícios gerenciais, que potencializados por uma estratégia informacional adequada, extrapolam as dimensões ambientais e sociais, produzindo vantagem competitiva, aumentando a atratividade de negócio, diminuindo riscos, promovendo ganhos reputacionais, e gerando, conseqüentemente, valor para a organização (Fallan, 2015; Homewood, 2005; Weston & Nnadi, 2021). Esses benefícios são mensurados por métricas ou indicadores, que no contexto investigado, reúnem informações que avaliam a sustentabilidade da empresa, em suas múltiplas dimensões. Logo, métricas de sustentabilidade têm o papel de estruturar e disseminar as informações sobre questões-chave e tendências consideradas relevantes para a sustentabilidade da empresa, subsidiando os tomadores de decisão em um processo que se retroalimenta constantemente (Alves et al., 2017; Amor- Esteban et al., 2018; Cucari et al., 2017).

Por fim, a análise constatou que estes três macroprocessos estão interligados, de forma implícita, por fluxos informacionais (formais e informais, internos e externos à organização) que, pela utilização de diversos canais e atores (Sütüová & Segiňáková, 2018; Silva & Razzolini, 2021; Vieira, 2014), funcionam como fios

condutores que disseminam as diferentes tipologias de valores, que no contexto da sustentabilidade empresarial, influenciam a tomada de decisão.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados da pesquisa sublinham a importância da informação e dos valores como base à decisão organizacional. Nesse sentido, a análise descritiva do portfólio demonstrou que a literatura na área vem crescendo de forma constante. O interesse pela temática motivou o desenvolvimento de 4 estudos de abrangência global, além de pesquisas relacionadas a 18 países, situados em 4 continentes. Os artigos do portfólio receberam em conjunto 1.280 citações, sendo que o artigo mais citado "*Diversity of Board of Directors and Environmental Social Governance: Evidence from Italian Listed Companies*" de Cucari et al. (2018), que busca associar a decisão de divulgar práticas de ESG à diversidade (gênero e idade) da composição do Conselho Administrativo, responde por 281 destas citações. A palavra-chave mais recorrente nos estudos, com 10 ocorrências foi "*Corporate social responsibility*" (Responsabilidade Social Corporativa), ao passo que "*Corporate social responsibility reporting*" (Relatório de Responsabilidade Social Corporativa), foi identificada por meio da aplicação da Lei de Zipf e Ponto de Transição de Goffman, como a palavra-chave que representa o cerne das pesquisas deste campo de investigação. Esta palavra-chave, somada aos temas: *Corporate Governance* (Governança Corporativa); *Ethics* (Ética); *Financial information* (Informação Financeira) e *Information to Decision-Making* (Informação para tomada de decisão), apresenta características atribuídas ao conjunto de informações relevantes do *corpus* de análise.

Ademais, os achados do presente estudo revelam que a informação e os valores que suportam o processo decisório mantêm diversos relacionamentos, no contexto da sustentabilidade empresarial. Tais relacionamentos ocorrem, principalmente, por meio de três macroprocessos. No primeiro macroprocesso os valores ambientais, ético-morais e gerenciais da organização são identificados, captados e interpretados pelos sistemas de gestão da informação e do conhecimento da companhia, e apresentados para o apoio à tomada de decisão. As decisões neste nível podem, a partir dos valores da empresa, ter um viés antropocêntrico, ou ser voltadas para as dimensões de sustentabilidade e responsabilidade social corporativa. O segundo macroprocesso é marcado pela definição da estratégia de disseminação das informações referentes às práticas e ações de sustentabilidade da organização. O estabelecimento da estratégia informacional leva em consideração os valores culturais e informacionais, tendo em vista o público a quem a informação se dirige e os objetivos de informá-lo. O último macroprocesso consiste na disseminação das informações de sustentabilidade, ou seja, a execução da estratégia

informacional. Deste modo, a empresa, ao comunicar as partes interessadas internas sobre suas práticas de sustentabilidade, age estrategicamente, acionando nelas seus valores pessoais e sociais, com intuito de melhorar o clima institucional e gerar valor. A divulgação de informações de sustentabilidade, voltada para investidores e órgãos reguladores, também faz parte da estratégia informacional da companhia, tendo como principais motivações, influenciar positivamente a tomada de decisão de investimentos, e cumprir normas ou regulamentos. A divulgação, neste contexto, potencializa os benefícios proporcionados por uma gestão organizacional sustentável. Os três macroprocessos estão unidos pelo fluxo informacional, que difunde entre eles os valores que orientam a tomada de decisão.

Os achados deste estudo apresentam contribuições teóricas. Primeiro, amplia o escopo de investigação sobre dois influentes elementos da tomada de decisão: a informação e os valores, examinando-os conjuntamente, na interface da sustentabilidade empresarial. Segundo, revela que estes elementos coexistem e mantêm diversos relacionamentos no suporte ao processo decisório, e mais, que estes relacionamentos podem impactar a racionalidade empregada pelos decisores em relação a práticas de sustentabilidade empresarial, sugerindo a criação de uma nova frente de pesquisa voltada ao aprofundamento da compreensão dos potenciais impactos destes relacionamentos. Terceiro, fornece um *framework* que apresenta e detalha graficamente os diversos relacionamentos identificados, segmentados em macroprocessos, demonstrando visualmente as influências que estes relacionamentos exercem sobre a tomada de decisão no contexto da sustentabilidade.

Os resultados do estudo ainda apresentam implicações práticas potencialmente importantes, pois evidenciam que as partes interessadas internas e externas à organização possuem valores distintos, os quais fazem com que estas reajam de formas diferentes às informações comunicadas pela empresa. Essa descoberta é útil para as empresas na tomada de decisões, pois sugere que as organizações podem se beneficiar ao desenvolver estratégias de apresentação da informação alinhadas, não apenas aos valores de cada grupo de partes interessadas, mas também, com a forma pela qual estes valores interagem com a informação. Este cenário não se restringe ao escopo da sustentabilidade empresarial, o que estende os achados desta pesquisa para outros contextos organizacionais e sociais.

Importante destacar que os achados e contribuições ora descritos só foram alcançados em razão dos métodos de pesquisa aplicados nesta investigação. A revisão sistemática da literatura possibilitou, através de um processo sistematizado e replicável, a reunião, análise e interpretação do portfólio de estudos, propiciando a geração de conhecimentos novos, além de uma síntese abrangente e atual da área investigada. Ademais, para as interpretações e inferências, utilizou-se da Análise de

Conteúdo, técnica que se mostrou adequada e suficiente aos propósitos desta pesquisa, uma vez que permitiu, por meio de seus sistemas de codificação e categorização, reconhecer e classificar os diversos relacionamentos entre informação e valores, descrevendo-os e atribuindo significados a cada um deles.

Esta pesquisa apresenta limitações. Apesar de tentar ser o mais inclusiva possível, a delimitação de critérios de elegibilidade dos estudos, assim como a não utilização de outras possíveis bases de busca, não afasta a possibilidade de alguma pesquisa relevante ter deixado de ser considerada na análise. Outrossim, os achados desta RSL, conformam-se aos vieses de seu portfólio de estudo, o que pode trazer implicações ao resultado.

As limitações identificadas direcionam sugestões de realização de novos estudos que possam saná-las. Entre tais sugestões, tem-se a realização de uma pesquisa empírica que contraste os resultados desta revisão, com achados levantados no contexto nacional, proporcionando *insights* mais aproximados à realidade brasileira. Além disso, o fato de os fluxos informacionais terem sido detectados de forma implícita no presente estudo, abre margem para a realização de uma pesquisa que caracterize quais valores embasam os fluxos informacionais, observando o comportamento destes valores em relação à tomada de decisão orientada ao desenvolvimento de estratégias de sustentabilidade.

REFERÊNCIAS

- Ababneh, T. A. M., & Aga, M. (2019). The impact of sustainable financial data governance, political connections, and creative accounting practices on organizational outcomes. *Sustainability (Switzerland)*, 11(20), 5676. <https://doi.org/10.3390/su11205676>
- Aganette, E. C., & Araujo, J. J. (2021). Gestão documental do dossiê funcional de servidores de escolas públicas: Uma revisão da literatura nacional e internacional publicada em periódicos científicos. *Revista Informação Na Sociedade Contemporânea*, 5, e25996. <https://doi.org/10.21680/2447-0198.2021v5n0ID25996>
- Agyemang, O. S., & Ansong, A. (2016). Role of personal values in investment decisions: Perspectives of individual Ghanaian shareholders. *Management Research Review*, 39(8), 940-964. <https://doi.org/10.1108/MRR-01-2015-0015>
- Albarracín, D., Johnson, B. T., & Zanna, M. P. (2018). The Influence of Attitudes on Behavior. In I. Ajzen, M. Fishbein, S. Lohmann & D. Albarracín (Eds.). *The Handbook of Attitudes* (pp. 59). Routledge.
- Alves, N., Kassai, J. R., Lucas, E. C., & Ferreira, H. M. G. (2017). Relato integrado e o formato da informação financeira para evidenciar a criação de valor das empresas do programa piloto. *Revista Evidenciação Contábil & Finanças*, 5(3), 99-122. <https://doi.org/10.18405/recfin20170306>
- Amor-Esteban, V., Galindo-Villardón, M. P., & García-Sánchez, I. M. (2018). Useful information for stakeholder engagement: A multivariate proposal of an Industrial Corporate Social Responsibility Practices Index. *Sustainable Development*, 26(6), 620-637. <https://doi.org/10.1002/sd.1732>
- Anwar, M. A., Zhou, R., Asmi, F., Wang, D., & Hammad, A. (2019). mapping the evolution of energy-growth nexus: Synergies and trade-offs. *Journal of Economic Surveys*, 33(3), 968-998. <https://doi.org/10.1111/joes.12306>

- Araújo, W. C. O., Silva, E. L., & Varvakis, G. (2017). Fluxos de informação em projetos de inovação: Estudo em três organizações. *Perspectivas Em Ciência Da Informação*, 22(1), 57-79. <https://doi.org/10.1590/1981-5344/2601>
- Ardiana, P. A. (2021). Stakeholder engagement in sustainability reporting by Fortune Global 500 companies: A call for embeddedness. *Meditari Accountancy Research*, 31(2), 344-365. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-12-2019-0666>
- Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. Edições 70: Almedina.
- Bolis, I., Morioka, S. N., Leite, W. K. D. S., & Zambroni-De-Souza, P. C. (2021). Sustainability is all about values: The challenges of considering moral and benefit values in business model decisions. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1-19. <https://doi.org/10.3390/su13020664>
- Bowerman, S., & Sharma, U. (2016). The effect of corporate social responsibility disclosures on share prices in Japan and the UK. *Corporate Ownership and Control*, 13(2-1), 202-216. <https://doi.org/10.22495/cocv13i2c1p2>
- Brin, P., & Nehme, M. (2021). Sustainable development in emerging economy: Using the analytical hierarchy process for corporate social responsibility decision making. *Journal of Information Technology Management*, 13(Special Issue: Role of ICT in Advancing Business and Management), 159-174. <https://doi.org/10.22059/JITM.2021.80744>
- Brundtland, G. R. (1992). *Relatório Nosso Futuro Comum* (2. ed.). Fundação Getúlio Vargas.
- Chen, C. (2006). CiteSpace II: Detecting and visualizing emerging trends and transient patterns in scientific literature. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57(3), 359-377. <https://doi.org/10.1002/asi.20317>
- Chen, G., Wang, B., & Wang, X. (2021). Corporate social responsibility and information flow. *Accounting and Finance*, 61(2), 2759-2807. <https://doi.org/10.1111/acfi.12683>
- Chen, X., Sial, M. S., Tran, D. K., Alhaddad, W., Hwang, J., & Thu, P. A. (2020). Are socially responsible companies really ethical? The moderating role of state-owned enterprises: Evidence from China. *Sustainability (Switzerland)*, 12(7), 1-19. <https://doi.org/10.3390/su12072858>
- Cohen, J., Holder-Webb, L., & Khalil, S. (2017). A further examination of the impact of corporate social responsibility and governance on investment decisions. *Journal of Business Ethics*, 146(1), 203-218. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2933-5>
- Costa, A. C. V., Silva, M. E., & Gomez, C. P. (2014). A influência dos stakeholders no processo decisório: Um estudo em uma organização do terceiro setor. *Revista do CCEI*, 18(33), 1-15.
- Creswell, J. W. (2014). *Investigação qualitativa e Projeto de pesquisa: Escolhendo entre cinco abordagens*. Penso.
- Cucari, N., Esposito De Falco, S., & Orlando, B. (2018). Diversity of board of directors and environmental social governance: Evidence from Italian listed companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(3), 250-266. <https://doi.org/10.1002/csr.1452>
- Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Ecologia da Informação: Por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação*. São Paulo: Futura.
- Diddi, S., & Niehm, L. S. (2017). Exploring the role of values and norms towards consumers' intentions to patronize retail apparel brands engaged in corporate social responsibility (CSR). *Fashion and Textiles*, 4(1). <https://doi.org/10.1186/s40691-017-0086-0>
- El Haddad, P., Bachkirov, A. A., & Grishina, O. (2020). Comparative CSR decision-making in the Middle East: An exploratory study. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 14(4), 792-811. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-01-2020-0017>
- Elkington, J. (2011). *Sustentabilidade - Canibais Com Garfo e Faca*. M. Books.
- Elliott, W. B., Grant, S. M., & Rennekamp, K. M. (2016). How disclosure features of corporate social responsibility reports interact with investor numeracy to influence investor judgments. *International Journal of Laboratory Hematology*, 38(1), 42-49. <https://doi.org/10.1111/ijlh.12426>
- Esch, M., Schnellbacher, B., & Wald, A. (2019). Does integrated reporting information influence internal decision making? An experimental study of investment behavior. *Business Strategy and the Environment*, 28(4), 599-610. <https://doi.org/10.1002/bse.2267>
- Fallan, E. (2015). Explaining the variation in adoption rates of the information content of environmental disclosure: An exploration of innovation adoption theory. *Journal of Accounting and Organizational Change*, 11(2), 247-268. <https://doi.org/10.1108/JAOC-11-2012-0106>
- Ferramosca, S. (2019). A worldwide empirical analysis of the accounting behaviour in the waste management sector. *Waste Management*, 88, 211-225. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2019.03.041>
- Fonseca, R. C. (2020). *Indicadores de sustentabilidade empresarial de boas práticas para micro e pequenas empresas: análise crítica e framework conceitual* (Tese de doutorado). Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, Brasil.
- Hawrysz, L., & Maj, J. (2017). Identification of stakeholders of public interest organisations. *Sustainability (Switzerland)*, 9(9), 1609. <https://doi.org/10.3390/su9091609>
- Hernandez-Perdomo, E., Guney, Y., & Rocco, C. M. (2019). A reliability model for assessing corporate governance using machine learning techniques. *Reliability Engineering and System Safety*, 185, 220-231. <https://doi.org/10.1016/j.ress.2018.12.027>
- Homewood, S. (2005). The impact of the Aarhus Convention on ethical management decision making. *International Journal of Management and Decision Making*, 6(3-4), 382-392. <https://doi.org/10.1504/ijmdm.2005.006562>
- Hyun-Wook, J., & Seon-Young, B. (2020). Corporate social responsibility and information effect of future earnings. *Korean Business Association Convergence Conference*, 10(3), 531-552. <https://doi.org/10.22821/ktri.10.3.202108.007>
- Jo, H., & Kim, Y. (2008). Ethics and disclosure: A study of the financial performance of firms in the seasoned equity offerings market. *Journal of Business Ethics*, 80(4), 855-878. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9473-6>
- Johnson, J. A., Sutton, S. G., & Theis, J. C. (2020). Prioritizing sustainability issues: Insights from corporate managers about key decision-makers, reporting models, and stakeholder communications. *Accounting and the Public Interest*, 20(1), 28-60. <https://doi.org/10.2308/API-19-018>
- Kitsios, F., Kamariotou, M., & Michael, A. T. (2020). Corporate sustainability strategies and decision support methods: A bibliometric analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 12(2), 521. <https://doi.org/10.3390/su12020521>
- Klerk, M., & Villiers, C. (2012). The value relevance of corporate responsibility reporting: South African evidence. *Meditari Accountancy Research*, 20(1), 21-38. <https://doi.org/10.1108/10222521211234200>
- Krische, S. D. (2018). The impact of individual investors' financial literacy on assessments of conflicts of interest. *Working Paper*.
- Laine, M., Järvinen, J. T., Hyvönen, T., & Kantola, H. (2017). Ambiguity of financial environmental information: A case study of a Finnish energy company. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 30(3), 593-619.

- <https://doi.org/10.1108/AAAJ-02-2015-1961>
- Leal, W., Filho, Manolas, E., Quelhas, O. L. G. Ç., & França, S. L. B. (2013). Applying an ethical decision-making model: The case of Avco Environmental. *Progress in Industrial Ecology*, 8(3), 135-144. <https://doi.org/10.1504/PIE.2013.060662>
- Li, Z., Zou, F., & Mo, B. (2021). Does mandatory CSR disclosure affect enterprise total factor productivity? *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 35(1), 4902-4921. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.2019596>
- Lock, I., & Schulz-Knappe, C. (2019). Credible corporate social responsibility (CSR) communication predicts legitimacy: Evidence from an experimental study. *Corporate Communications*, 24(1), 2-20. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-07-2018-0071>
- Mello, I. R., Barbosa, K. M. F., Dantas, J. A., & Botelho, D. R. (2017). 25 anos de publicação em auditoria: Análise bibliométrica sob o ponto de vista da Lei de Lotka, Lei de Zipf e Ponto de Transição (T) de Goffman. *Revista de Estudos Contábeis*, 8(15), 45-65.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *The Academy of Management Review*, 22(4), 853-886. <https://doi.org/10.2307/259247>
- Moraes, L. L., & Kafure, I. (2020). Bibliometria e ciência de dados. *RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência Da Informação*, 18, e020016. <https://doi.org/10.20396/rdbci.v19i0.8658521>
- Ouda, H. (2021). Accounting and politicians: A Theory of Accounting Information Usefulness. In *Practice-Relevant Accrual Accounting for the Public Sector. Public Sector Financial Management* (pp. 255-306). Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-51595-9_7
- Pao, M. L. (1978). Automatic text analysis based on transition phenomena of word occurrences. *Journal of the American Society for Information Science*, 29(3), 121-124. <https://doi.org/10.1002/asi.4630290303>
- Parra-Domínguez, J., David, F., & Azevedo, T. (2021). Family firms and coupling among CSR disclosures and performance. *Administrative Sciences*, 11(1), 30. <https://doi.org/10.3390/admsci11010030>
- Phornlaphatrachakorn, K., & Kalasindhu, K. N. (2021). Digital accounting, financial reporting quality and digital transformation: Evidence from Thai listed firms. *Journal of Asian Finance*, 8(8), 409-419. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no8.0409>
- Picolli, I. R. A., Alberton, A., & Ramôa, C. E. A. (2022). Analyzing the past and prospecting the future: Review and research agenda on social business and its stakeholders. *Contextus – Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, 20, 201-218 <https://doi.org/10.19094/contextus.2022.78239>
- Rokeach, M., & Regan, J. F. (1980). The Role of values in the counseling situation. *The Personnel and Guidance Journal*, 58(9), 576-582. <https://doi.org/10.1002/j.2164-4918.1980.tb00454.x>
- Scannavino, K. R. F., Nakagawa, E. Y., Fabbri, S. C. P. F., & Ferrari, F. C. (2017). *Revisão Sistemática da Literatura em Engenharia de Software: teoria e prática*. Elsevier.
- Scarano, F. R. (2019). The Emergence of sustainability. In L. Wegner & U. Lüttge (Eds.). *Emergence and Modularity in Life Sciences*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-06128-9_3
- Silva, R. F., & Razzolini, E., Filho. (2021). O papel da informação sobre sustentabilidade nos processos de tomada de decisão. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade*, 11(1), 99-127.
- Sütöová, A., & Segiňáková, S. (2018). Improving information flow for decision making on product quality in the automotive industry. *Quality Innovation Prosperity*, 22(1), 71-78. <https://doi.org/10.12776/QIP.V22I1.1082>
- Taliento, M., Favino, C., & Netti, A. (2019). Impact of environmental, social, and governance information on economic performance: Evidence of a Corporate 'Sustainability Advantage' from Europe. *Sustainability*, 11(6), 1738. <https://doi.org/10.3390/su11061738>
- Tseng, M. L., Chang, C. H., Lin, C. W., Nguyen, T. T. H., & Lim, M. K. (2020). Environmental responsibility drives board structure and financial and governance performance: A cause and effect model with qualitative information. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120668. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120668>
- Ucal, M., & Günay, S. (2019). Female employment status: A survey analysis of selected member states of the Arab League. *Eurasian Economic Review*, 9(3), 373-394. <https://doi.org/10.1007/s40822-017-0089-6>
- Vázquez, J. L., Lanero, A., García, M. P., & García, J. (2013). Altruism or strategy? A study of attributions of responsibility in business and its impact on the consumer decision making process. *Economics and Sociology*, 6(1), 108-122. <https://doi.org/10.14254/2071-789x.2013/6-1/9>
- Vieira, E. (2014). A percepção da informação e da sua relevância no cenário institucional: Sob a perspectiva de gestores e líderes. *Cadernos EBAPE.BR*, 12(Especial), 533-552.
- Weston, P., & Nnadi, M. (2021). Evaluation of strategic and financial variables of corporate sustainability and ESG policies on corporate finance performance. *Journal of Sustainable Finance and Investment*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1883984>
- Yamane, T., & Kaneko, S. (2021). What motivates stakeholders to demand corporate social responsibility: A survey experiment. *Sustainability (Switzerland)*, 13(15), 8313. <https://doi.org/10.3390/su13158313>
- Yang, J., Luo, P., & Tan, Y. (2020). Contingent decision of corporate environmental responsibility based on uncertain economic policy. *Sustainability (Switzerland)*, 12(21), 1-18. <https://doi.org/10.3390/su12218839>
- Zipf, G. K. (2012). *Human Behavior and the Principle of Least Effort*. Martino Fine Books

CONTEXTUS

REVISTA CONTEMPORÂNEA DE ECONOMIA E GESTÃO.

ISSN 1678-2089

ISSNe 2178-9258

1. Economia, Administração e Contabilidade – Periódico
2. Universidade Federal do Ceará. FEAAC – Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade

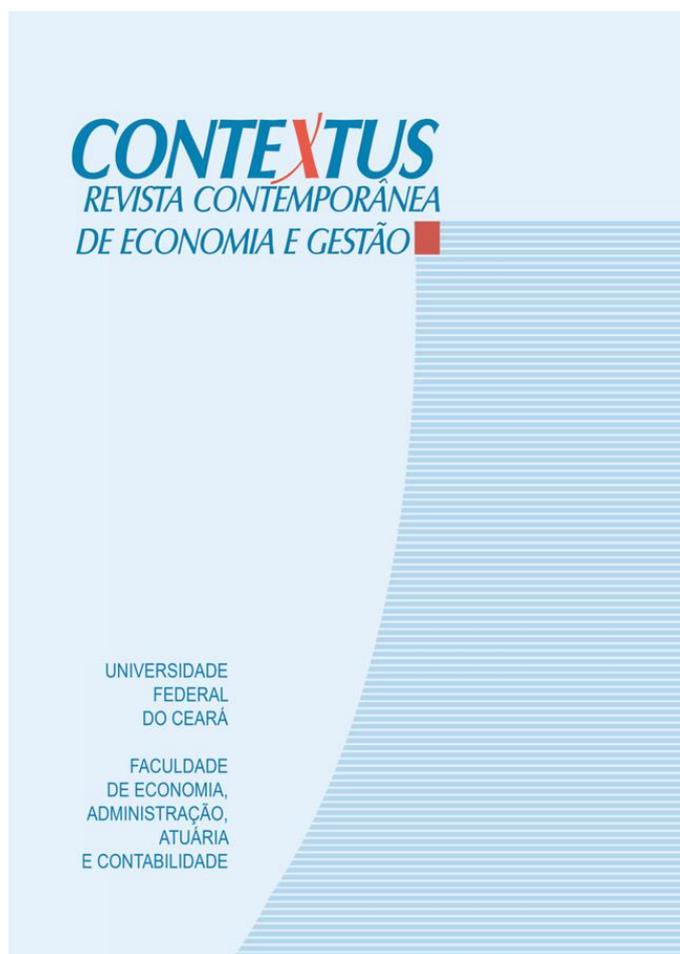
**FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO,
ATUÁRIA E CONTABILIDADE (FEAAC)**

Av. da Universidade – 2486, Benfica
CEP 60020-180, Fortaleza-CE

DIRETORIA: Paulo Rogério Faustino Matos
Danielle Augusto Peres

Website: www.periodicos.ufc.br/contextus

E-mail: revistacontextus@ufc.br



EDITOR-CHEFE

Diego de Queiroz Machado (UFC)

EDITORES ADJUNTOS

Alane Siqueira Rocha (UFC)

Márcia Zabdiele Moreira (UFC)

EDITORES ASSOCIADOS

Adriana Rodrigues Silva (IPSantarém, Portugal)

Alessandra de Sá Mello da Costa (PUC-Rio)

Allysson Alex Araújo (UFC)

Andrew Beheregarai Finger (UFAL)

Armindo dos Santos de Sousa Teodósio (PUC-MG)

Brunno Fernandes da Silva Gaião (UEPB)

Carlos Enrique Carrasco Gutierrez (UCB)

Cláudio Bezerra Leopoldino (UFC)

Dalton Chaves Vilela Júnior (UFAM)

Elionor Farah Jreige Weffort (FECAP)

Ellen Campos Sousa (Gardner-Webb, EUA)

Gabriel Moreira Campos (UFES)

Guilherme Jonas Costa da Silva (UFU)

Henrique César Muzzio de Paiva Barroso (UFPE)

Jorge de Souza Bispo (UFBA)

Keysa Manuela Cunha de Mascena (UNIFOR)

Manuel Anibal Silva Portugal Vasconcelos Ferreira (UNINOVE)

Marcos Cohen (PUC-Rio)

Marcos Ferreira Santos (La Sabana, Colômbia)

Mariluce Paes-de-Souza (UNIR)

Minelle Enéas da Silva (La Rochelle, França)

Pedro Jácome de Moura Jr. (UFPB)

Rafael Fernandes de Mesquita (IFPI)

Rosimeire Pimentel (UFES)

Sonia Maria da Silva Gomes (UFBA)

Susana Jorge (UC, Portugal)

Thiago Henrique Moreira Goes (UFPR)

CONSELHO EDITORIAL

Ana Sílvia Rocha Ipiranga (UECE)

Conceição de Maria Pinheiro Barros (UFC)

Danielle Augusto Peres (UFC)

Diego de Queiroz Machado (UFC)

Editinete André da Rocha Garcia (UFC)

Emerson Luís Lemos Marinho (UFC)

Eveline Barbosa Silva Carvalho (UFC)

Fátima Regina Ney Matos (ISMT)

Mario Henrique Ogasavara (ESPM)

Paulo Rogério Faustino Matos (UFC)

Rodrigo Bandeira-de-Mello (FGV-EAESP)

Vasco Almeida (ISMT)

CORPO EDITORIAL CIENTÍFICO

Alexandre Reis Graeml (UTFPR)

Augusto Cezar de Aquino Cabral (UFC)

Denise Del Pra Netto Machado (FURB)

Ednilson Bernardes (Georgia Southern University)

Ely Laureano Paiva (FGV-EAESP)

Eugenio Ávila Pedrozo (UFRGS)

Francisco José da Costa (UFPB)

Isak Kruglianskas (FEA-USP)

José Antônio Puppim de Oliveira (UCL)

José Carlos Barbieri (FGV-EAESP)

José Carlos Lázaro da Silva Filho (UFC)

José Célio de Andrade (UFBA)

Luciana Marques Vieira (UNISINOS)

Luciano Barin-Cruz (HEC Montréal)

Luis Carlos Di Serio (FGV-EAESP)

Marcelle Colares Oliveira (UFC)

Maria Ceci Araujo Misoczky (UFRGS)

Mônica Cavalcanti Sá Abreu (UFC)

Mozar José de Brito (UFL)

Renata Giovinzazo Spers (FEA-USP)

Sandra Maria dos Santos (UFC)

Walter Bataglia (MACKENZIE)



A Contextus está classificada no sistema Qualis – Capes como periódico B1, na área de Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo (2013-2016).



A Contextus está de acordo e assina a Declaração de São Francisco sobre a Avaliação de Pesquisas (DORA).



A Contextus é associada à Associação Brasileira de Editores Científicos (ABEC).



Esta obra está licenciada com uma licença Creative Commons Atribuição – Não Comercial 4.0 Internacional.