



Universidade de Brasília (UnB)
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FACE)
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais (CCA)
Bacharelado em Ciências Contábeis

Dimas Abrantes do Nascimento

ANÁLISE DAS DIMENSÕES FORTES E PREOCUPANTES DA RSC DA FIFA

Brasília, DF

2013

Professor Doutor Ivan Marques de Toledo

Reitor da Universidade de Brasília

Professor Doutor Roberto de Goés Ellery Júnior

Diretor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Professor Mestre Wagner Rodrigues dos Santos

Chefe do Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais

Professora Mestre Rosane Maria Pio da Silva

Coordenador de Graduação do curso de Ciências Contábeis - diurno

Professor Doutor Bruno Vinícius Ramos Fernandes

Coordenador de Graduação do curso de Ciências Contábeis - noturno

DIMAS ABRANTES DO NASCIMENTO

ANÁLISE DAS DIMENSÕES FORTES E PREOCUPANTES DA RSC DA FIFA

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado ao Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de Brasília como requisito à conclusão da disciplina Pesquisa em Ciências Contábeis e obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador:

Prof. Doutora Fátima de Souza Freire

Linha de pesquisa:

Impactos da Contabilidade na Sociedade

Área:

Contabilidade social e ambiental

Brasília, DF

2013

NASCIMENTO, Dimas Abrantes do

ANÁLISE DAS DIMENSÕES FORTES E PREOCUPANTES DA RSC DA
FIFA /Dimas A. do Nascimento -- Brasília, 2013. 29 p.

Orientador(a): Prof. Doutora Fátima de Souza Freire

Trabalho de Conclusão de curso (Artigo - Graduação) – Universidade de Brasília, 2º
Semestre letivo de 2013.

1. RSC 2. Teoria da Legitimidade 3. Disclosure Voluntário 4. FIFA I.
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia,
Administração e Contabilidade da Universidade de Brasília. II. ANÁLISE DAS
DIMENSÕES FORTES E PREOCUPANTES DA RCS DA FIFA.

Dimas Abrantes do Nascimento

ANÁLISE DAS DIMENSÕES FORTES E PREOCUPANTES DA RSC DA FIFA

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) defendido e aprovado no Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de Brasília como requisito à conclusão da disciplina Pesquisa em Ciências Contábeis e obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, aprovado pela seguinte comissão examinadora:

Prof. Doutora Fátima de Souza Freire
Orientador
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais
Universidade de Brasília (UnB)

Prof. Mestre Francisca Aparecida de Souza
Examinador - UnB

Brasília (DF), 05 de dezembro de 2013

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DA FIFA: O QUE HÁ DE FORTE E DE PREOCUPANTE?

RESUMO

Este trabalho analisa quais e de que maneira foram evidenciadas as informações de responsabilidade social da entidade FIFA em seus *disclosures* sociais voluntários após denúncias de atividades ilícitas divulgadas pela mídia mundial. Foram analisados os relatórios de atividades da entidade máxima do futebol dos anos em que foram encontradas na mídia grande quantidade de acusações contra a mesma. Trata-se de uma investigação de caráter exploratório-descritiva. Foi feito um estudo de caso e utilizado a análise de conteúdo de natureza qualitativa como metodologia de pesquisa para atingir os objetivos do trabalho. Foram utilizadas as dimensões do KLD como medida de desempenho social da RSC. Com base na literatura sobre RSC e na teoria da legitimidade, conclui-se que a FIFA evidencia majoritariamente informações de caráter social positivo e evita informações de caráter preocupante em seus relatórios como uma forma de estratégia para garantir a legitimidade e a reputação da empresa. Conclui-se ainda que as ações evidenciadas são direcionadas principalmente para a comunidade e em relação ao produto e serviço da entidade. O trabalho busca maximizar o conhecimento acadêmico sobre o tema social, além de ser um incentivo para a melhoria de práticas de ações deste cunho das empresas.

Palavras-chave: RSC. Teoria da Legitimidade. *Disclosure* Voluntário. FIFA.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
1.1 Contextualização	7
1.2 Problema	8
1.3 Objetivos	8
1.3.1 Objetivo Geral	8
1.3.2 Objetivos Específicos	8
1.4 Justificativa	8
1.5 Metodologia utilizada	9
1.6 Organização do trabalho	9
2 RSC, TEORIA DA LEGITIMIDADE E O <i>DISCLOSURE</i> VOLUNTÁRIO...	10
3 ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	16
4 O CASO DA <i>FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION</i>	
(FIFA)	19
4.1 Análise dos dados da RSC da FIFA	19
4.1.1 Análise dos dados de 2002 a 2004.....	20
4.1.2 Análise dos dados de 2010.....	20
4.1.3 Análise dos dados de 2011.....	22
5 CONCLUSÕES E PERSPECTIVAS.....	24
REFERÊNCIAS	26

1. INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) assume um papel importante no cenário mundial. O conceito de RSC é abordado por diversos autores. Em pesquisa realizada por Dahlsrud (2008), no período de 1980 a 2003, foram encontradas 37 definições de RSC originadas de 27 autores. O autor conclui em seu trabalho que, apesar de diversas, as definições encontradas são predominantemente congruentes. Portanto, apesar da variação de conceitos, a RSC geralmente refere-se às ações socioambientais de uma forma que vai além da exigida legalmente às empresas (BARNEA e RUBIN, 2010). Independentemente da definição utilizada, para suporte deste trabalho é necessário saber que o conceito de RSC está relacionado às questões éticas, econômicas, ambientais, sociais e legais.

Segundo Barnea e Rubin (2010), as empresas estão alocando cada vez mais recursos em atividades de responsabilidade social. A preocupação com a RSC exige que as empresas ajam com maior transparência e sustentabilidade, evitando pressões de partes externas e internas (*stakeholders*) que possam afetar negativamente a reputação e a legitimidade das organizações. Diante disso, para evitar pressões, as organizações evidenciam voluntariamente informações socioambientais aos seus *stakeholders*.

Entretanto, por meio do *disclosure* voluntário, as entidades divulgam, em seus relatórios anuais, informações sociais que podem ser mascaradas ou manipuladas estrategicamente no intuito de garantir a legitimidade das mesmas. De acordo com Gray, Owen e Adams (2010), caso enfrentem alguma ameaça à sua legitimidade decorrente de um evento negativo, as organizações podem elaborar estratégias de legitimação para combater essa ameaça. Cita-se como exemplo de evento negativo, um escândalo financeiro.

Na atualidade, uma das entidades que vem chamando a atenção por denúncias de possíveis escândalos financeiros é a *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA). Responsável pelos maiores eventos de futebol do mundo, a FIFA vem sendo alvo de críticas relacionadas a escândalos de corrupção. Além da importância no mundo futebolístico, há ainda influências econômicas e políticas que, se mal administradas, podem afetar o bem-estar social em diversos países. Segundo seu *site*, foi gerada receita, no período entre 2007 e 2010, de mais de quatro bilhões de dólares.

Diversos jornais pelo mundo (THE GUARDIAN, 2010 e 2011; BBC, 2002, 2010 e 2011; THE NEW YORK TIMES, 2002, etc.) vêm divulgando atitudes ilícitas do órgão internacional. São relatados casos de pagamento de propina, eleições compradas, manipulação de resultados, entre outros.

1.2 Problema

Diante do contexto exposto surgem as seguintes problemáticas: Quais e de que maneira as informações de responsabilidade social foram relatadas nos principais *disclosures* sociais da FIFA após a divulgação pela mídia dos escândalos da entidade? Quais dimensões são utilizadas pela FIFA para apresentar o desempenho social forte e preocupante?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste trabalho é analisar quais informações da RSC forte e preocupante e de que maneira essas informações foram apresentadas pela FIFA em seus *disclosures* voluntários após denúncias de escândalos publicadas na mídia.

1.3.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos incluem: Explorar as ações socioambientais divulgadas nos relatórios de responsabilidade social da FIFA e verificar para qual público alvo foram divulgadas as informações de desempenho social forte e preocupante.

1.4 Justificativa

O presente trabalho justifica-se pela importância da RSC na colaboração com o bem-estar social, com a preservação do meio-ambiente e com princípios éticos. Além disso, é indiscutível a importância e o papel de uma instituição internacional responsável por dirigir o esporte coletivo mais popular do mundo, e que organizará um dos principais eventos do esporte mundial no Brasil em 2014: A Copa do Mundo da FIFA.

O trabalho busca maximizar o conhecimento acadêmico sobre o tema social, além de ser um incentivo para a melhoria de práticas de ações deste cunho das empresas em geral, principalmente das que organizam megaeventos.

1.5 Metodologia utilizada

Trata-se de um estudo de caso e possui uma abordagem qualitativa de caráter descritivo-exploratório. Para isso, foram utilizadas pesquisas documentais e bibliográficas. Relatórios divulgados pela FIFA e informações da mídia nacional e internacional foram essenciais para elaboração da investigação. Foi feita uma análise de conteúdo de informações disponibilizadas no *site* da entidade. Para mensuração de desempenho social utilizou-se o as dimensões do KLD.

1.6 Organização do Trabalho

A pesquisa está organizada em cinco partes. Na primeira parte encontra-se essa introdução onde são abordados a contextualização do tema, a problemática, o objetivo geral, os objetivos específicos, a justificativa tratando da importância do tema, além da citação da metodologia utilizada. A segunda parte trata do embasamento teórico sobre as questões relacionadas à RSC, teoria da legitimidade e *disclosure* voluntário. Na terceira parte descreve-se a metodologia utilizada para alcançar os objetivos da pesquisa. Na sequência, é abordada a análise e interpretação dos dados coletados. Finalmente, na quinta parte, são apresentadas as conclusões e considerações finais.

2. RSC, TEORIA DA LEGITIMIDADE E O *DISCLOSURE* VOLUNTÁRIO

O tema responsabilidade social corporativa é um assunto de destaque na literatura acadêmica e na mídia mundial. Porém, a literatura sobre esse conceito já vem sendo abordada há décadas atrás. Conforme Carroll (1999), o conceito de RSC tem uma longa e diversificada história, onde primeiros textos formais sobre o assunto datam do século XX, nos anos de 1950. Segundo o autor, essa data marca o início da era moderna da literatura sobre a RSC. Desde o início de sua história, o conceito de RSC foi definido de diversas formas por diversos autores, evoluindo ao passar dos anos (CARROLL, 1999; DAHLSTRUD, 2008).

Carroll (1999) aborda as definições de RSC, década por década, buscando entender a evolução do conceito. Segundo Carroll (1999), a obra de Bowen (1953) intitulada *Social Responsibilities of Businessman* é considerada o marco inicial da literatura sobre responsabilidade social. Nesta obra, o autor considera que as obrigações dos empresários devem estar alinhadas com os objetivos e valores da sociedade.

As décadas de 1960 e 1970 foram marcadas pela expansão e proliferação, respectivamente, das definições de RSC. Nos anos de 1980, a busca por definições deu lugar a pesquisas e temas alternativos tais como ética nos negócios e políticas públicas. Por fim, os anos de 1990 foram marcados pelas poucas definições, e muitos temas alternativos relacionados à RSC, como algumas importantes teorias compatíveis com a temática (CARROLL, 1999).

As diversas definições acabaram por construir correntes opostas sobre os conceitos de RSC. Carroll e Shabana (2010) destacam que, durante o debate sobre RSC, os defensores e os opositores articularam argumentos pró e contra o conceito de RSC.

Os autores destacam cinco objeções à RSC. A primeira seria a visão de Friedman (1962) que afirmou que a empresa tem apenas uma responsabilidade, que é de maximizar os lucros de seus proprietários e acionistas. Segundo Friedman (1962), as questões sociais não são preocupações dos empresários, e sim, do sistema de livre mercado. Se este não puder resolver os problemas sociais, recairia sobre a responsabilidade do governo e da legislação. A segunda objeção seria a de que os gestores das empresas não estão preparados para lidar com atividades sociais, e sim com atividades financeiras e operacionais e, portanto, não teriam experiência necessária com atividades de cunho social. A terceira objeção à RSC é que esta compromete o objetivo da empresa, colocando-a em um campo de atuação que não tem relação com a sua finalidade. O quarto argumento diz que a empresa já tem poder suficiente e

que não seria adequado colocar um poder adicional em sua mão, no caso, a responsabilidade social. A quinta objeção diz que a empresa perderia competitividade global com a RSC.

Na sequência, Carroll e Shabana (2010) destacam cinco argumentos a favor da RSC. O primeiro seria que, se a empresa deseja ter um clima saudável para funcionar no futuro, esta deve tomar atitudes de responsabilidade social agora para garantir sua viabilidade em longo prazo. O segundo argumento afirma que a RSC pode prevenir intervenções governamentais no futuro por estarem cumprindo as expectativas da sociedade. O terceiro argumento a favor da RSC seria que as empresas devem ter a chance de resolver problemas sociais que não conseguiram ser resolvidos por outras partes. O quarto argumento seria que agir com antecedência é mais prático e menos custoso do que reagir aos problemas sociais depois que estes já vierem à tona. Por último, o argumento que afirma que o público apoia fortemente as ações de responsabilidade social por acreditarem que a empresa deve ser responsável com seus trabalhadores, seus *stakeholders* e com a comunidade mesmo que para isso ela precise sacrificar alguns lucros.

Apesar da variedade de definições e correntes, a essência da RSC está consolidada. A responsabilidade social corporativa refere-se ao comprometimento de uma organização com a sociedade garantindo ações éticas e socioambientais, contribuindo com o bem-estar social e a preservação do meio ambiente e convergindo com interesses de seus *stakeholders*.

Além de uma responsabilidade com objetivos socioambientais, a boa gestão de ações de responsabilidade social pode ser um diferencial vantajoso às empresas que utilizam dessa ferramenta. Kurucz *et al.* (2008) propõem quatro argumentos que justificam a procura por estratégias e políticas de RSC pelas empresas. Em primeiro lugar, a redução de custos e riscos. Segundo o autor, este argumento postula que a RSC pode permitir a obtenção de benefícios fiscais, evitar uma regulamentação rigorosa, além de evitar oposições dos seus *stakeholders*. Essas consequências reduziriam o custo e o risco da empresa. Em segundo lugar, o fortalecimento da legitimidade e da reputação da empresa. Este argumento defende que atividades de RSC podem reforçar a legitimidade e a reputação das empresas, demonstrando estarem agindo em conformidade com seus *stakeholders* e ao mesmo tempo operando lucrativamente. Em terceiro lugar, a obtenção de vantagens competitivas. Este argumento alega que, ao adotarem certas atividades de responsabilidade social, as empresas se diferenciam de seus concorrentes pela capacidade de construir um forte relacionamento com seus *stakeholders* e ganhando a confiança de seus clientes. Finalmente, a criação de valor sinérgico. Este argumento afirma que as atividades de RSC podem representar oportunidades

para empresa para que permitam satisfazer as necessidades de seus stakeholders e ao mesmo tempo buscar suas metas de lucro.

Os trabalhos no campo de RSC têm produzido uma série de teorias que tentam explicar os motivos da divulgação de informações das atividades de responsabilidade social pelas empresas (GRAY *et al.*, 1996). Dentre as teorias mais citadas sobre a divulgação de informações de responsabilidade social, destaca-se a teoria da legitimidade.

Assim como a RSC, muitos são os conceitos dados à legitimidade corporativa. Suchman (1995, p.574, tradução nossa), define legitimidade como sendo uma “percepção generalizada ou uma suposição de que as ações de uma entidade são desejáveis, próprias ou apropriadas dentro de um sistema socialmente construído de normas, valores, crenças e definições”. Lindblom (1994, p.2, tradução nossa), define legitimidade como “um estado ou condição que existe quando o sistema de valores de uma entidade é congruente com o sistema de valores do maior sistema social, onde a entidade faz parte”.

De acordo com Deegan (2002), na ótica da teoria da legitimidade, as organizações existem na medida em que a sociedade às consideram legítimas conferindo-lhes um estado de legitimidade. Segundo o autor, a ideia de legitimidade está diretamente relacionada a uma espécie de “contrato social” entre empresa e sociedade onde esta espera que aquela corresponda a suas expectativas, e onde as “cláusulas” desse contrato não são conhecidas com exatidão, mas são perceptíveis por diferentes membros da sociedade. Deegan (2002) ainda afirma, no mesmo trabalho, que a sobrevivência de uma organização estará ameaçada caso quebre esse contrato. Respeitando esse “acordo”, as organizações legitimam suas ações perante a sociedade garantindo sua sobrevivência. Dias Filho (2007) trata a teoria da legitimidade como um aparato baseado na ideia de que uma empresa só pode ter sucesso e continuar existindo se ela tiver capacidade de aderir ao sistema de valores predominantes no ambiente em que opera.

Dentre os vários conceitos de legitimidade, é possível verificar que a teoria trata de uma inter-relação entre empresa e sociedade, em que a empresa deve ter valores congruentes aos valores desta sociedade para que ela possa continuar existindo. Diante disso, as empresas procuram agir de forma a demonstrar aos seus *stakeholders* que estão agindo em conformidade com os valores destes, evitando pressões que possam ameaçar a legitimidade e a reputação da empresa colocando em risco sua sobrevivência.

Um dos principais canais de legitimidade da empresa com as partes interessadas é o *disclosure* voluntário. Dias filho (2007), afirma que a teoria da legitimidade é um recurso utilizado como uma alternativa para explicar essas práticas de evidenciação voluntária. A

teoria é considerada uma ferramenta eficaz relacionada à explicação dos motivos de aumento do interesse da divulgação dos relatórios socioambientais (O'DONOVAN, 2002; DEEGAN e GORDON, 1996).

Neste trabalho, *disclosure* tem o mesmo significado que divulgação de informações ou evidenciação. O *disclosure* social trata das informações de responsabilidade social divulgadas aos usuários por meio de relatórios anuais.

A divulgação de informações pode ocorrer por meio de evidenciações de natureza obrigatória, exigidas em lei, ou voluntárias. Para estrutura deste trabalho, serão abordadas as evidenciações voluntárias.

O *disclosure* voluntário, entretanto, requer algumas atenções. Conforme Dantas, Zendersky, Santos e Niyama (v.5, n.11, p.57, 2005), “a evidenciação não significa apenas divulgar, mas divulgar com qualidade, oportunidade e clareza”. Para alcançar a transparência desejada, “a instituição deve divulgar informações qualitativas e quantitativas que possibilitem aos usuários formar uma compreensão das atividades desenvolvidas e dos seus riscos, observando os aspectos de tempestividade, detalhamento e relevância necessários” (DANTAS, ZENDERSKY, SANTOS e NIYAMA, v.5, n.11, p.58, 2005).

Nesta linha, Hendriksen e Van Breda (1999), tratam dos níveis de evidenciação. Os autores propõem três tipos de divulgação que tornam a informação relevante e apropriada para os usuários. São elas: divulgação adequada, justa e completa. O primeiro trata da quantidade mínima de divulgação para evitar que sejam consideradas enganosas. O segundo diz respeito ao tratamento igual dos usuários em seu potencial. Já o terceiro pressupõe a apresentação de toda informação relevante.

As divulgações voluntárias, em grande parte, podem ser vistas como o resultado do desejo da sociedade para obter informações sobre o quanto justo, adequadas e apropriadas são as empresas, além de serem esforços para tentarem atingir o *status* de legitimidade (LINDBLOM, 1994).

Nesse contexto, alguns estudos foram feitos visando explicar quais os motivos do interesse das empresas em evidenciar voluntariamente suas ações socioambientais (PATTEN, 1991; PATTEN, 1992; O'DONOVAN, 2002).

Patten (1991) tenta explicar em seu estudo se as divulgações sociais voluntárias incluídas nos relatórios anuais das empresas estão relacionadas às pressões públicas e/ou a lucratividade. Argumenta-se em seu trabalho que o *disclosure* social é uma forma de lidar com a exposição enfrentada pelas empresas no ambiente social. O autor analisou 128 relatórios anuais de empresas, e por meio de uma análise de regressão concluiu que a pressão

pública está relacionada com a extensão das divulgações sociais ao contrário da rentabilidade que não tem significância no nível de evidenciação.

Outro estudo, feito por Patten (1992) buscou explicar o aumento do *disclosure* social como uma ferramenta de recuperação da legitimidade após um acidente ambiental. Patten (1992) analisa baseado na teoria da legitimidade, o efeito do derramamento de óleo da empresa Exxon, no Alaska no ano de 1989, sobre as divulgações ambientais das outras empresas do setor petrolífero. O autor constata que houve um aumento significativo nas evidenciações sociais da empresa no ano do acidente, e que a média de páginas dos relatórios destinados à divulgação de ações ambientais de outras empresas do ramo de petróleo aumentou em relação aos anos anteriores. Assim, Patten (1992) concluiu que, pelo menos para as divulgações ambientais, a ameaça à legitimidade motiva as empresas a incrementarem as evidenciações de responsabilidade social nos seus relatórios anuais.

No mesmo contexto, O'Donovan (2002), com base na teoria da legitimidade, investiga em que medida o *disclosure* de relatório anual está relacionado à obtenção, manutenção e reparação da legitimidade e à estratégias específicas de legitimação. Três grandes empresas australianas foram avaliadas, o resultado obtido indicou que a teoria da legitimidade é um fator explicativo das divulgações de informações ambientais. Além disso, o autor conclui que estão sendo utilizadas estratégias pelas empresas para gerenciar a legitimidade das mesmas em resposta às ameaças causadas por problemas ambientais.

Diante disso, a teoria da legitimidade fornece uma base para compreender como e por que as empresas utilizam relatórios voluntários para se beneficiarem (DEEGAN, 2002).

Para usufruir dos benefícios da legitimidade, entretanto, as empresas devem divulgar suficientemente suas atividades e políticas, demonstrando a consciência com a responsabilidade social e fortalecendo os laços sociais entre empresa e seus *stakeholders* (DAWKINS e FRAAS, 2013). Os autores afirmam que uma divulgação completa e consistente pode melhorar a reputação da entidade e a capacidade de influenciar seus *stakeholders*.

A reputação corporativa, portanto, também pode ser considerada como um motivo pelo qual as empresas buscam o *disclosure* voluntário social.

Toms (2002) argumenta que os *disclosures* de informações ambientais e social são sinais que as empresas emitem aos seus *stakeholders* visando aumentar a reputação da empresa. Idowu e Papasolomou (2007) identificaram a reputação corporativa como um dos motivos que levou as empresas a divulgarem informações sobre a responsabilidade social corporativa. De acordo com os autores, a divulgação fortalece ou intensifica a reputação

corporativa. Michelon (2007), em uma pesquisa empírica com companhias norte-americanas e europeias, constatou que a reputação afeta a extensão do *disclosure* corporativo. A autora conclui que empresas com forte reputação corporativa possuem um maior nível de evidenciações, possivelmente para preservar sua reputação e legitimidade.

Sob a ótica da teoria da legitimidade, O'Donovan (2002) afirma que a probabilidade de mudanças adversas na percepção da sociedade sobre o dever social da organização estimula o desejo da organização de gerenciar essa mudança na percepção. Assim, as empresas buscam estratégias com o objetivo de gerenciar sua legitimidade. Diante de ameaças à legitimidade decorrentes de algum evento negativo, como por exemplo, um escândalo de corrupção ou uma poluição consequente de um grande vazamento de óleo, as organizações podem tentar mudar a percepção dos interessados para obterem uma maior congruência entre as atividades propostas e a expectativa da sociedade, gerando um significativo impacto na forma e no conteúdo de suas divulgações sociais (LINDBLOM, 1994; SILVA e SANCOVSCHI, 2006; GRAY, OWEN, e ADAMS, 2010).

O uso de estratégias para o gerenciamento da legitimidade corporativa é objeto de pesquisas no mundo acadêmico (LINDBLOM, 1994; O'DONOVAN, 2002).

Lindblom (1994) apresenta quatro estratégias de legitimidade corporativa. Em primeiro lugar, educar seus *stakeholders*. Em segundo lugar, mudar a percepção dos *stakeholders* sobre o atual desempenho sem mudar o comportamento. Em terceiro lugar, distrair/manipular a percepção do público desviando a atenção sobre alguma questão preocupante ou destacando realizações sociais passadas. Finalmente, mudar as expectativas externas sobre seu desempenho futuro.

O'Donovan (2002) cita quatro táticas que podem ser usadas isolada ou simultaneamente para legitimar-se. A primeira tática seria a evasão. Segundo o autor, essa tática corresponde à abstenção da empresa de praticar, responder ou encaminhar qualquer ação diante de algum evento. A segunda tática é a tentativa de alterar valores sociais. Esta tática corresponde à tentativa de alterar os valores sociais de modo que a mensagem seja obtida pela empresa antes de tornar-se pública, e assim, gerenciá-la de forma que as expectativas da sociedade fiquem congruentes com a ação da empresa. A terceira tática seria a tentativa de dar forma às percepções da organização. Desta forma, a organização tenta se identificar com símbolos, valores ou instituições com uma base forte de legitimidade social. Por último, a tática de conformar-se aos valores dos legitimadores públicos. Segundo ela, visando atender as expectativas dos *stakeholders*, as empresas adaptam suas expectativas, percepções e valores conforme as expectativas públicas.

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa foi elaborada por meio de estudo de caso. O estudo de caso caracteriza-se por ser um estudo exaustivo de um ou poucos objetos, com objetivo de tornar amplo e detalhado o conhecimento desses (GIL, 1989).

O trabalho caracteriza-se como descritivo-exploratório. É de natureza descritiva, pois foram analisadas determinadas características, no caso, as informações de responsabilidade social, nos relatórios de atividade encontrados no *site* da entidade escolhida. Essas informações foram coletadas, analisadas, descritas e comparadas por meio da análise de conteúdo. É de natureza exploratória, pois foi desenvolvida com o objetivo de proporcionar visão geral acerca de determinado fato (GIL, 1989). O trabalho tem natureza qualitativa.

A análise de conteúdo, para elaboração desse trabalho, tem a função de descobrir o que está por trás dos conteúdos manifestos. Conforme BECK, CAMPBELL e SHRIVES, (2010) a análise de conteúdo serve para inferir o significado de um determinado assunto e descrever o conteúdo de uma forma desagregada. Milne e Adler (1999) relatam que a análise de conteúdo é o método de pesquisa mais utilizado para avaliar a divulgação socioambiental de uma organização.

A coleta dos dados foi feita por meio de pesquisa documental e consistiu em analisar os relatórios de responsabilidade social da entidade e de obter informações da mídia nacional e internacional, referente ao período 2002 a 2004, 2010 e 2011, a fim de resumir o conteúdo divulgado da performance social corporativa forte e preocupante. Para tal, foi utilizada a medida de desempenho social Kinder, Lyndenberg, Domini (KLD) como base de análise da RSC da FIFA. Ressalta-se que o relatório referente ao período 2002-2004 foi o primeiro relatório divulgado pela FIFA.

Justifica-se a escolha do KLD por possuir dimensões elaboradas pela empresa KLD *Research & Analytics, Inc*, utilizado para avaliar o desempenho socioambiental das empresas. O KLD tem sido amplamente utilizado em pesquisas acadêmicas para avaliação de RSC, e objetiva analisar as empresas com base nos pontos fortes e preocupantes destas (MATTINGLY e BERMAN, 2006; DELMAS e BLASS, 2010). A avaliação tem como base oito áreas (dimensões) consideradas relevantes para a RSC. São elas: comunidade, relação com empregados, meio ambiente/governança corporativa, produto/serviço, tratamento de mulheres e minoria, relação com armamento militar, cooperação na energia nuclear e o envolvimento com a África do Sul.

Muitas pesquisas já foram realizadas com base no índice KLD (WADDOCK e GRAVES,1997; SHARFMAN, 1996). Destaque para o estudo feito por Waddock e Graves (1997), onde se argumenta que o desempenho social está relacionado ao desempenho financeiro da empresa e, ainda, que há uma correlação entre desempenho social e boas práticas administrativas da organização já que a boa gestão das práticas sociais melhora a relação entre empresa e seus *stakeholders*.

Neste trabalho foram utilizadas apenas cinco dimensões relatadas nos estudos da KLD para análise de conteúdo dos relatórios de sustentabilidade da FIFA, a saber: comunidade, relação com empregados, meio ambiente, produto/serviço e governança corporativa conforme o quadro 1. As dimensões armamento militar, cooperação na energia nuclear e o envolvimento com a África do Sul e tratamento de mulheres e minoria foram excluídas do presente estudo por não se adequarem à atividade da FIFA.

Quadro 1. Quadro base para análise de dimensões nos relatórios por ano.

ANO	2002-2004		2010		2011	
DIMENSÕES/ INFORMAÇÃO	Forte	Preocupante	Forte	Preocupante	Forte	Preocupante
1- Comunidade • Investimentos • Programas sociais • Escândalos • Outros						
2- Relação com empregados • Capacitação • Acidentes de trabalho • Escândalos • Outros						
3- Meio ambiente • Programas ambientais • Acidentes • Outros						
4- Produto/Serviço • Jogos/Campeonatos • Escândalos • Outros						
5- Governança corporativa • Código de Ética • Auditoria • Transparência • Escândalos • Outros						

Fonte: Elaborado pelo autor.

As informações coletadas foram classificadas como fortes e preocupantes. As informações consideradas fortes são relacionadas a informações de caráter positivo da empresa. As informações preocupantes relacionam-se com informações de caráter negativo.

Os dados foram coletados dos relatórios de atividade anuais encontrados no *site* oficial da FIFA, dos anos em que houve grande quantidade de acusações contra a entidade. Foram observadas as evidenciações de responsabilidade social dos relatórios de 2002-2004, 2010 e 2011.

Foram coletadas informações de *sites* da mídia nacional e internacional. Os jornais The Economist, The New York Times, The Guardian, BBC, Daily Mail, ESPN, além de publicações do jornalista britânico Andrew Jennings, foram observados para coleta de dados.

Justifica-se a escolha da FIFA como entidade a ser analisada pelo fato desta ser a responsável por dirigir o esporte coletivo mais popular do mundo e que organizará no Brasil, em 2014, um dos maiores eventos esportivo mundial: a Copa do Mundo da FIFA.

4. O CASO DA *FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION* (FIFA)

Fundada em Paris no ano de 1904, a FIFA é uma entidade internacional que dirige as associações de futsal, futebol de areia e o futebol de campo, tanto masculinas como femininas. Sua sede é em Zurique, na Suíça e, assim, é regida pela legislação suíça. É composta por 208 federações nacionais, 310 colaboradores procedentes de 35 países e é formada por um Congresso (órgão legislativo), pelo Comitê Executivo (órgão executivo), pela Secretaria Geral (órgão administrativo) e pelos comitês que auxiliam o Comitê Executivo. Atualmente, a associação é presidida pelo suíço Joseph Blatter. A FIFA é responsável por organizar a Copa do Mundo da FIFA, que é realizado quatrienalmente em diferentes países, além de outras competições de nível mundial (Sítio da FIFA).

A entidade movimenta um montante financeiro significativo. De acordo com seu *site* oficial, no período entre 2007 e 2010, a FIFA teve uma receita de 4,189 bilhões de dólares. Os altos valores econômicos e sociais da organização despertaram o interesse de investigadores em verificar as atitudes desta.

A FIFA é alvo de diversas críticas relacionadas a escândalos de corrupção. A entidade máxima do futebol foi acusada de atividades ilícitas, entre elas, pagamento de propina, eleições compradas e manipulação de resultados.

O considerado maior escândalo de corrupção da FIFA é relacionado a pagamentos de propina. Uma empresa de *marketing* esportivo parceira da FIFA nos anos 90 e responsável por vender direitos de transmissão para a Copa de 2002 e 2006, foi investigada pela justiça suíça por pagar propina a dirigentes da entidade futebolística em troca de facilidades na obtenção de contratos entre os anos de 1992 e 2000.

4.1 Análise dos dados da RSC da FIFA

Foi feita uma análise das informações divulgadas voluntariamente pela FIFA em seus relatórios de atividade anuais que constam no site da entidade. Foi feito, paralelamente, um levantamento de acusações contra a entidade, divulgadas na mídia mundial. Foram analisados os relatórios referentes aos anos em que houve grande quantidade de acusações encontradas na mídia internacional contra a FIFA. O análise é ilustrada pelo quadro 2.

4.1.1 Análise dos dados de 2002 a 2004

a) Informações de RSC forte

O primeiro relatório de atividades foi divulgado pela FIFA em março de 2004 e refere-se ao período de 2002 a 2004. Observou-se que, neste período, o relatório social da FIFA teve como principal público alvo a comunidade. De acordo com o relatório, foram abordadas informações sobre ações contra racismo e discriminação em geral, doações a crianças carentes do mundo todo, campanha pelo direito da criança, combate ao trabalho infantil, combate à Cólera em Moçambique e apoio ao futebol a desabilitados. Uma boa parte do relatório foi direcionada ao produto/serviço com ênfase nas competições realizadas no período de 2002 a 2004, tais como a Copa do Mundo de 2002 e a Copa da Confederações em 2003.

Além da comunidade, a FIFA direcionou suas informações para outras dimensões, porém em menor quantidade. A relação com empregados teve como foco a arbitragem. A capacitação e a saúde dos árbitros foram abordadas como uma preocupação da entidade. Sobre governança corporativa, a entidade abordou aspectos relacionados à transparência, auditoria e criação de um código de ética.

b) Informações de RSC preocupante do relatório de atividades da FIFA

Em poucas linhas, de um total de 52 páginas, foi citado que a entidade sofreu acusações de irregularidade financeira. Foram citados também, incidentes com a arbitragem na Copa do Mundo de 2002, onde diversos jogos tiveram sérios erros admitidos pela FIFA. Não foi evidenciada nenhuma informação relativa a preocupações com o meio ambiente.

c) Informações de RSC preocupante na mídia mundial

Em 2002 o *site* da CNN divulgou uma matéria sobre acusações de compra de votos para a reeleição do presidente Joseph Blatter. No mesmo ano outras acusações vieram à tona na mídia. Os jornais eletrônicos da BBC e *The Economist* divulgaram acusações de má gestão do até então presidente, tais como práticas enganosas de contabilidade e conflitos de interesse. O *site* do *The New York Times* publicou uma acusação contra a FIFA de desvio de dinheiro e abuso de poder.

4.1.2 Análise dos dados de 2010

a) Informações de RSC forte

O relatório de atividades de 2010 é referente ao ano de 2010 e teve como foco a Copa do Mundo da FIFA realizada na África do Sul neste mesmo ano. A comunidade e o produto/serviço foram as dimensões mais visadas. Em relação à comunidade foram citados programas de desenvolvimento do futebol para crianças e jovens, suporte a projetos de caridade no mundo todo, ajuda a comunidades desfavorecidas na África, programa de combate a doenças na África além da preocupação com a educação no país, suporte a comunidades afetadas por eventos trágicos e concessão de vários ingressos dos jogos da Copa aos moradores da África do Sul. A entidade afirma que a Copa do Mundo foi um sucesso como desenvolvedor de um legado social positivo.

Em relação à dimensão produto/serviço, foram abordadas informações relativas ao sucesso dos eventos organizados pela FIFA no ano de 2010: Copa do Mundo da FIFA, Copa do Mundo sub-17 e sub-20 feminina, Copa do Mundo de Clubes, entre outros. Além disso, investimentos no desenvolvimento do futebol, programas de garantia de qualidade de produto e serviço, programa de assistência financeira às associações visando à melhoria do serviço e medidas de combate à manipulação de resultados e a favor de uma maior transparência no mercado de transferência de jogadores foram informações disponibilizadas relacionadas ao produto/serviço.

A relação com empregados teve como destaque o programa de capacitação de membros associados. Por último, na dimensão governança corporativa, foi destacada a considerada independência financeira da FIFA.

b) Informações de RSC preocupante do relatório de atividades da FIFA

Não foi citada nenhuma informação referente a acusações ou eventos negativos divulgados na mídia neste ano. Além disso, não foi evidenciada nenhuma informação referente a ações ambientais.

c) Informações de RSC preocupante na mídia mundial

O programa “Panorama” do jornal eletrônico BBC, acusou, em 2010, funcionários da entidade máxima do futebol de receberem propina da empresa de *marketing* ISL na década de 1990. A acusação gerou grande repercussão e foi publicada por diversos jornais, tais como, *The Guardian*, ESPN, *Daily Mail*, entre outros. A BBC ainda faz acusações de aquisição de ingressos da Copa do Mundo de 2010 por um integrante da FIFA para venda no mercado negro. Além disso, acusações de venda de votos para a escolha da sede da Copa de 2018 foram publicadas na mídia.

4.1.3 *Análise de dados de 2011*

a) Informações de RSC forte

No ano de 2011, assim como no ano anterior, o relatório de atividades da FIFA priorizou as dimensões comunidade e produto/serviço. Na dimensão comunidade, foram divulgadas informações sobre o apoio a organizações que ajudam a melhorar a condição de vida de pessoas necessitadas, doações a programas educacionais para jovens desfavorecidos, contribuições a comunidades afetadas por eventos trágicos, doações a países carentes da África, programas de desenvolvimento social na África e ações contra a discriminação.

Em relação a produto/serviço, assim como em 2010, foram destacados o sucesso nos eventos da FIFA realizados no ano de 2011, assim como, Copa do Mundo feminina, Copa do Mundo sub-17 e sub-20 masculina, Copa do Mundo de futebol de areia e Copa do Mundo de Clubes. Na mesma dimensão foram divulgados programas de assistência financeira às associações ligadas à FIFA, visando à melhoria do serviço e o desenvolvimento do futebol e programas de garantia de qualidade de produtos, serviços e tecnologia.

Ainda foram direcionadas informações em relação a empregados, com apostas na capacitação de funcionário e membros associados, governança corporativa com ênfase no código de ética da entidade, e, pela primeira vez a dimensão meio ambiente foi visada, com destaque em programas de redução do impacto ambiental causado por eventos da FIFA.

b) Informações de RSC preocupante do relatório de atividades da FIFA

No relatório do ano de 2011 foram divulgadas ações irregulares investigadas pela FIFA. Segundo o relatório, o ano de 2011 foi dominado pela crítica de membros individuais da entidade. A cobrança por uma melhor transparência e a preocupação com o mercado internacional de apostas estiveram presentes no relatório. Além disso, foi citado que houve processos disciplinares contra funcionários, investigação de resultados manipulados e sanções aplicadas pelo Comitê de Ética da FIFA.

c) Informações de RSC preocupante na mídia mundial

O ano de 2011 foi marcado pelo maior número de publicação de acusações contra a FIFA pela mídia mundial. Notícias de acusações como, compra de votos para reeleição do presidente Joseph Blatter (ESPN, *Daily Mail*), compra de votos para a escolha da sede da Copa do Mundo de 2018 (*The Guardian*; BBC) foram destaques na mídia mundial. A CNN publicou acusações de suborno de membros da FIFA. No Brasil, o senado federal publicou em seu *site* reafirmações do jornalista investigativo britânico Andrew Jennings de acusações de recebimento de propinas por altos dirigentes da FIFA.

Quadro 2. Quadro com análise de informações de pontos preocupantes.

ANO	Notícias na mídia de acusações contra a FIFA.	Informações de pontos preocupantes dos relatórios de sustentabilidade da FIFA.
2002	• Compra de votos (CNN) • Práticas enganosas de contabilidade (BBC; <i>The Economist</i>) • Conflitos de interesse (BBC; <i>The Economist</i>) • Desvio de dinheiro (<i>The New York Times</i>) • Abuso de poder (<i>The New York Times</i>)	• Irregularidade financeira • Escândalo de arbitragem
2010	• Recebimento de propina (BBC) • Recebimento de propina (<i>The Guardian</i>) • Recebimento de propina (ESPN) • Recebimento de propina (<i>Daily Mail</i>) • Venda de ingressos no mercado negro (BBC)	• Nenhuma informação de RSC preocupante
2011	• Compra de votos (ESPN) • Compra de votos (<i>Daily mail</i>) • Compra de votos (<i>The Guardian</i>) • Compra de votos (BBC) • Suborno (CNN) • Recebimento de propina (Senado Federal)	• Má gestão corporativa • Mercado de apostas • Manipulação de resultados • Sanções aplicadas pelo Comitê de Ética

Fonte: Elaborado pelo autor.

5. CONCLUSÕES E PERSPECTIVAS

O presente trabalho teve como objetivo principal analisar quais e de que maneira foram apresentadas as informações de responsabilidade social pela FIFA em seus *disclosures* voluntários após denúncias de escândalos publicadas na mídia. Foram analisadas as informações publicadas na mídia mundial sobre acusações de irregularidades na FIFA e, nos anos em que houve maior quantidade de acusações, foram verificados os relatórios de atividade da entidade. Para o alcance dos objetivos propostos, foram utilizadas dimensões do KLD como medida de desempenho social visando observar para quais dessas dimensões e *stakeholders* foram direcionadas as informações dos *disclosures*.

Foi observado que, no relatório referente a 2002, ano de Copa do Mundo, apesar da grande quantidade de acusações contra a FIFA nesse ano, foram apresentadas quase integralmente informações sobre pontos fortes da empresa. Em apenas algumas linhas foram evidenciadas informações de pontos preocupantes. A entidade preocupa-se em direcionar suas informações à comunidade com o destaque para programas humanitários voltados a crianças e jovens. Não foi relatada nenhuma preocupação com o meio ambiente.

Nota-se que o primeiro relatório de atividades da FIFA foi justamente após o início de publicações de diversas acusações de irregularidades contra a entidade pela mídia mundial.

No ano de 2010 foram divulgadas diversas acusações de irregularidades da entidade. Portanto, nenhuma informação foi divulgada no relatório referente à este ano sobre quaisquer denúncias. Neste ano, a FIFA preocupou-se em relatar a qualidade e sucesso de seus produtos e serviços e as ações humanitárias. Com foco na Copa do Mundo realizada na África do Sul, a entidade fez questão de destacar os programas sociais na África em contexto com a competição. Novamente não houve relatos sobre ações ambientais.

No relatório de 2011, frente às contínuas reafirmações de corrupção e outras irregularidades apontadas na mídia, a FIFA admitiu que o ano foi dominado pelas críticas e citou algumas irregularidades investigadas pela entidade. Apesar de divulgar essas informações, a FIFA buscou evidenciar diversas medidas de combate a irregularidades, além de apresentar cobranças de maior transparência da entidade. Embora relatadas em maior quantidade que no relatório de 2002, as informações sobre pontos preocupantes foram encobertas pela divulgação dos pontos fortes. Assim como em 2010, a comunidade e o sucesso do produto/serviço foram os principais alvos. Programas humanitários e o destaque

para as competições realizadas em 2011 ocuparam a maior parte do relatório. Pela primeira vez, ações ambientais foram evidenciadas.

Em suma, pode-se afirmar que as informações divulgadas pela FIFA nos relatórios analisados são em quase totalidade de caráter social positivo, caracterizando os pontos fortes e, em sua minoria, de caráter preocupante.

Entende-se que a utilização de estratégias para gerenciar sua legitimidade foi a maneira como a entidade divulgou suas informações. A abstenção de informações e a distração da percepção do público para realizações sociais e qualidade do produto e serviço foram as principais estratégias utilizadas pela FIFA para garantir sua legitimidade e reputação.

Em relação às dimensões utilizadas pela FIFA para apresentar os pontos fortes e preocupantes, foi observado um destaque para a comunidade e produto/serviço. Em menores quantidades foram direcionados à relação com empregados e a governança corporativa e, em apenas um relatório, o meio ambiente.

O estudo limitou-se à observação de apenas três relatórios de atividade da FIFA dado que, para análise, foram observados os anos em que houve maior divulgação de acusações apontadas pela mídia. Além disso, foram analisadas apenas informações contidas nos relatórios de atividades da FIFA encontradas em seu *site* oficial. Outra limitação diz respeito às publicações da mídia. Foram observadas apenas notícias de importantes jornais eletrônicos mundiais.

Sugere-se que futuros estudos nesse contexto sejam feitos no âmbito social, visto que a maioria da literatura encontrada com referência para realização deste trabalho foi direcionada para o âmbito ambiental.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARNEA, A. e RUBIN, A. Corporate Social Responsibility as a conflict between shareholders. **Journal of Business Ethics**, n.97, p.71-86, 2010.

BBC, Panorama. **FIFA's Dirty Secrets**, 2010. Disponível em: <www.bbc.com>. Acesso em: 10 nov. 2013.

BECK, C., CAMPBELL, D. and SHRIVES, P. Content analysis in environmental reporting research: enrichment and rehearsal of the method in a British-German context. **British Accounting Review**, vol. 3, n.42, p. 207-222, 2010.

BOND, D. BBC. **Triesman claims four FIFA members sought 2018 bribes**, 2011. Disponível em: <www.bbc.com>. Acesso em: 10 nov. 2013.

CARROLL, A. B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a definitional construct. **Business Society**, n.38, p. 268, 1999.

CARROLL, A. B. e SHABANA K. M. The business case for corporate social responsibility: a review of concepts, research and practice. **International Journal of Managements Reviews**, vol. 1, n.12, p. 85-105, 2010.

CNN. **Bribery allegation over FIFA poll**, 2002. Disponível em: <www.cnn.com>. Acesso em: 10 nov. 2013.

CNN. **Bin Hammam: Include Blatter in FIFA corruption investigation**, 2011. Disponível em: <www.cnn.com>. Acesso em: 10 nov. 2013.

CONN, D. The Guardian. Panorama: **Allegations from the BBC but silence from FIFA's accused**, 2010. Disponível em: <www.theguardian.com>. Acesso em: 10 nov. 2013.

DAHLSTRUD, A. How corporate social responsibility is defined: an Analysis of 37 Definitions. **Corporate Social Responsibility Environmental Management**, vol.15, p. 1-13, 2008.

Daily Mail. **Call it off! FIFA under pressure to pull plug on presidential election amid fresh 'bribery' storm involving Bin Hamman and Warner**, 2011. Disponível em: <www.dailymail.com>. Acesso em 10 nov. 2013.

DANTAS, J. A., ZENDERSKY, H. C., SANTOS, S.C. NIYAMA, J. K. A dualidade entre os benefícios do disclosure e a relutância das organizações em aumentar o grau de evidenciação. **E & G Economia e Gestão**, Belo Horizonte, v. 5, n. 11, p. 56-76, 2005.

DAWKINS, C. e FRAAS, J. W. An exploratory analysis of corporate social performance and disclosure. **Business & Society**, vol. 52, p. 245-281, 2013.

DEEGAN, C.M; GORDON, B. A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations. **Accounting and Business Research**, vol. 26, n.3, p.187-99, 1996.

DEEGAN, C. The legitimising effect of social and environmental disclosures – A Theoretical Foundation, **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, vol. 15, n. 3, p.282–311, 2002.

DELMAS, M.; BLASS, V. D. Measuring corporate environmental performance: the trade-offs of sustainability ratings. **Business Strategy and the Environment**, vol. 19, p. 245-260, 2010.

DIAS FILHO, J. M. Políticas de evidênciação contábil: um estudo do poder preditivo e explicativo da teoria da legitimidade. In: EnANPAD, 31., 2007, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. CD-ROM.

ESPN. **FIFA officials allegedly took money**, 2010. Disponível em: <www.espn.com>. Acesso em: 10 nov. 2013.

ESPN. **Scandals spreads to 2022 Cup bid**, 2011. Disponível em: <www.espn.com>. Acesso em: 10 nov. 2013.

FIFA. **Official documents**. Disponível em: <www.fifa.com>. Acesso em: 10 nov. 2013.

FRIEDMAN, M. **The social responsibility of business is to increase its profits**. *New York Times*, September, p. 126, 1962.

GIBSON, O. The guardian. **FIFA executives accused by former FA chairman Triesman of seeking bribes**, 2011. Disponível em: <www.theguardian.com>. Acesso em: 10 nov. 2013.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo, Atlas S.A., 1989.

GRAY, R.; OWEN, D.; ADAMS, C.A. **Accounting and Accountability: Changes and challenges in corporate social and environmental reporting**, *Prentice-Hall*, Londres, 1996.

GRAVES, S. B. e S. A. WADDOCK. The corporate social performance. **Financial Performance Link, Strategic Management Journal**, vol.18 p. 303-319, 1997.

GRAY, R.; OWEN, D.; ADAMS, C. Some Theories for Social Accounting? A review essay and tentative pedagogic categorisation of theorisations around social accounting. **Advances in Environmental Management and Accounting**, vol.4, p. 1-54, 2010.

HENDRIKSEN, E. S. e VAN BREDA, M. F. **Teoria da contabilidade**. Tradução da 5. ed. americana por Antonio Zoratto Sanvicente. São Paulo: Atlas, 1999.

HUGHES, R. The New York Times. **Soccer: FIFA's money dealings**, 2002. Disponível em: <www.nytimes.com>. Acesso em: 10 nov. 2013.

IDOWU, S.O. e PAPASOLOMOU, I. Are the corporate social responsibility matter based on good intensions or false pretenses? An empirical study of the motivations behind the issue of CSR Reports by UK Companies. **Corporate governance**, vol. 7, n. 2, p. 136-147, 2007.

KAY A. Daily Mail. **The FIFA Four who BBC's Panorama accuse of bribery**, 2010. Disponível em: <www.dailymail.com>. Acesso em: 10 nov. 2013,

KURUCZ, E.; COLBERT, B.; WHEELER, D. The business case for corporate social responsibility. **The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility**. Oxford: Oxford University Press, p. 83–112, 2008.

LINDBLOM, C. K. The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure. **Critical Perspectives on Accounting**, Nova York, 1994.

MATTINGLY, J. E.; BERMAN S. L. Measurement of corporate social action: discovering taxonomy in the Kinder Lydenburg Domini Ratings Data. **Business Society**, vol.45 n.20, 2006.

MICHELON, G. Sustainability disclosure and reputation: a comparative study. Università Degli Studi di Padova. **Marco Fanno working paper**, 2007.

MILNE, M.; ADLER, R. Exploring the reliability of social and environmental disclosures content analysis, **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, vol. 2, n.12, p. 237-256, 1999.

O'DONOVAN, G. Environmental disclosures in the annual report – Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, vol. 15, n. 3, 2002.

PATTEN, D. M. Exposure, legitimacy, and social disclosure. **Journal of Accounting and Public Policy**, vol. 10, p. 297-308, 1991.

PATTEN, D.M. Intra-Industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: a note on legitimacy theory. **Accounting, Organizations and Society**, vol. 17, n. 5, p.471-475, 1992.

PEART, H. BBC. **Blatter could face corruption probe**, 2002. Disponível em: <www.bbc.com>. Acesso em: 10 nov. 2013.

Senado Federal. **Jornalista britânico reafirma no Senado acusações contra a FIFA e Ricardo Teixeira**, 2011. Disponível em: <www.senado.gov.br>. Acesso em: 10 nov. 2013.

SHARFMAN, M. The construct validity of the Kinder, Lydenberg & Domini social performance ratings data. **Journal of Business Ethics**, vol. 15, p. 287-296, 1996.

SILVA, Adolfo H. C.; SANCOVSCHI, Moacir. Evidenciação social corporativa: estudo de caso da empresa Petróleo Brasileiro S.A. In: EnANPAD, 30., 2006, Salvador. *Anais...* Rio de Janeiro: ANPAD, 2006. CD-ROM.

SUCHMAN, M.C. Managing legitimacy: strategic and institutional approaches, **Academy of Management Review**, vol. 20, n. 3, p. 571–610, 1995.

The economist. **FIFA's own goal**, 2002. Disponível em: <www.economist.com>. Acesso em: 10 nov. 2013.

TOMS, J.S. Firm resources, quality signals and the determinants of corporate environmental reputation: some UK evidence. **British Accounting Review**, vol. 34, n. 3, p. 257-82, 2002.