

## O que sabemos e o que precisamos saber sobre o impacto da liderança narcisista na Responsabilidade Social Corporativa?

What we know and what we need to know about the impact of narcissistic leadership on Corporate Social Responsibility?

Camilla Araújo Amaral Duarte<sup>\*1</sup> – [camilla.duarte@alunos.ufersa.edu.br](mailto:camilla.duarte@alunos.ufersa.edu.br) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8158-1964>

Jocykleber Meireles de Souza<sup>\*2</sup> – [jocykleber@live.com](mailto:jocykleber@live.com) ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9726-1183>

Livia Samara Maia Bandeira<sup>\*1</sup> – [livia.bandeira@alunos.ufersa.edu.br](mailto:livia.bandeira@alunos.ufersa.edu.br) ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-4187-7080>

Dário Policarpo dos Santos Moreira<sup>\*1</sup> – [dario.moreira@alunos.ufersa.edu.br](mailto:dario.moreira@alunos.ufersa.edu.br) ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1710-4052>

1 – Universidade Federal Rural do Semi-Árido (UFERSA)

2 – Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

### Resumo

Este estudo tem como objetivo investigar o panorama das pesquisas publicadas sobre a influência do narcisismo do CEO nas práticas de Responsabilidade Social Corporativa (RSC). Para tanto, esta pesquisa mapeia 84 artigos indexados na Web of Science (WoS), entre 2015 e 2024, com foco na influência do narcisismo do CEO na responsabilidade empresarial, a fim de compreender como esses fatores impactam a governança e sustentabilidade corporativa. Utilizando o software VOSviewer, foi realizada uma análise de redes, identificando clusters de palavras-chave, citações e referências mais influentes dentro da literatura. Os resultados mostraram um aumento substancial no número de publicações após 2020, e destacam os EUA como país que mais desenvolve pesquisas nesse campo de estudo. A literatura elucida a dicotomia entre o lado positivo (bright side) e o lado negativo (dark side) do narcisismo do CEO, com alguns estudos sugerindo que essas características podem ser benéficas para a imagem corporativa, enquanto outros indicam o risco de greenwashing e decisões arriscadas. Nesse sentido, CEO com traços narcisistas podem influenciar as práticas corporativas de forma tendenciosa, adotando práticas de RSC para melhorar sua imagem pública ou para ganhos financeiros pessoais. Contribuímos com propostas de pesquisas futuras a partir de lacunas identificadas na literatura.

**Palavras-chave:** Narcisismo do CEO. Responsabilidade Social Corporativa. Sustentabilidade empresarial. Teoria dos Altos Escalões. CEO power.

### Abstract

This study aims to investigate the panorama of published research on the influence of CEO narcissism on Corporate Social Responsibility (CSR) practices. To this end, this research maps 84 articles indexed in the Web of Science (WoS), between 2015 and 2024, focusing on the influence of CEO narcissism on corporate responsibility, in order to understand how these factors impact corporate governance and sustainability. Using the VOSviewer software, a network analysis was performed, identifying clusters of keywords, co-citations, and most influential references within the literature. The results showed a substantial increase in the number of publications after 2020 and highlight the USA as the country that develops the most research in this field of study. The literature elucidates the dichotomy between the positive side (bright side) and the negative side (dark side) of CEO narcissism, with some studies indicating that these characteristics can be beneficial to the corporate image, while others indicate the risk of greenwashing and risky decisions. In this sense, CEOs with narcissistic traits can influence corporate practices by adopting CSR practices to improve their public image or for financial gain. We contribute with proposals for future research based on gaps identified in the literature.

**Keywords:** CEO narcissism. Corporate social responsibility. Corporate sustainability. Upper echelons theory. CEO power.

**Recebimento:** 07/01/2025 | **Aprovação:** 27/07/2024

**Editor responsável aprovação:** Dra. Luciana Klein

**Editor responsável edição:** Dra. Luciana Klein

**Avaliado pelo sistema:** Double Blind Review

**DOI:** <http://doi.org/10.5380/rcc.17.98072>

## **1 Introdução**

As preocupações com a responsabilidade empresarial cresceram significativamente com a evolução das dinâmicas organizacionais e novas demandas do mercado, que impulsionaram as regulamentações, normas e institucionalizações entre as partes interessadas (Zheng et al. 2022; Signori et al. 2021; Peng & Isa, 2020; Cornell & Shapiro, 2020). Diante disso, as empresas precisaram considerar os interesses de todos os stakeholders, equilibrando os objetivos financeiros e socioambientais para garantir legitimidade e sustentabilidade empresarial (Freeman, 1984; Campbell, 2007). Essa dinâmica é percebida na literatura pela inclusão dos âmbitos ambiental e de governança ao conceito de Responsabilidade Social Corporativa (RSC), progredindo para o desígnio “Environmental, Social, and Governance” (ESG) (Caputo et al., 2021; Raimo et al., 2021; Pucheta-Martínez & Chiva-Ortells, 2018).

Nesse contexto, as práticas de compromisso social da empresa transcendem a finalidade de reputação pública, posto que a responsabilidade empresarial passou a ser critério observado por investidores em potencial e também instituições financeiras para concessão de recursos econômicos (Grewal; Serafeim, 2020; Tucker; Jones, 2020). A implementação da RSC nas organizações influencia a criação de valor de mercado, confiança dos consumidores, benefícios financeiros e vantagem competitiva (Luo; Bhattacharya, 2006; Vlachos et al., 2009; Du; Bhattacharya; Sen, 2010; Bardos; Ertugrul; Gao, 2020). Além disso, a estruturação adequada de programas de RSC e a integração com a gestão de recursos humanos determinam o êxito das ações. O entrave é que gestores dificultam o desenvolvimento de ações de RSC devido ao conflito de interesses por priorizar os anseios pessoais (Osagie et al. 2016; Galbreath, 2013).

Esse contexto reluz o pressuposto pela Teoria dos Altos Escalões (Hambrick; Mason, 1984) de que os valores pessoais, motivações morais, e competências específicas do Chief Executive Officer (CEO) influenciam diretamente nas estratégias de liderança. Diante disso, a empresa é reflexo da personalidade do diretor executivo (Chatterjee; Pollock, 2017) e a efetividade das práticas de RSC depende dos gestores executivos das organizações, os quais influenciam nas decisões de adoção e manutenção das políticas empresariais (Duarte, 2010).

A literatura evoluiu os desígnios do transtorno de personalidade narcisista, originalmente tratado como sujeitos egocentristas (Nacke, 1899), para indivíduos que com autoadmiração e anseio por reconhecimento externo, preocupando-se em manter uma imagem de autoridade e superioridade (Emmons, 1987). Posteriormente, Raskin e Terry (1988) propuseram os complexos de vaidade, superioridade, exibicionismo, autoridade, exploração, titulação e autossuficiência, como aspectos da personalidade narcisista, sendo integrados ao Diagnostic and Statistical Manual (DSM-III) da American Psychiatric Association (APA, 1980).

Perante a essa percepção da personalidade narcisista e à proposição de Hambrick e Mason (1984), pesquisadores analisaram empiricamente como os traços narcisistas de líderes executivos impactavam na gestão corporativa. Contudo, os resultados variam devido às divergentes exigências regulatórias da economia de cada região, assim, os testes empíricos da Teoria dos Altos Escalões não apresentam um consenso (Judge, Piccolo & Kosalka, 2009).

Por um lado, há pesquisas que sugerem um “dark side” do diretor narcisista quando os impactos são negativos, como através do gerenciamento de resultados (Lin et al. 2020; Buchholz et al., 2020; Kontesa et al., 2020; Capalbo et al., 2018; Olsen et al., 2014), evasão fiscal (Rijsenblit; Commandeur, 2013; Kalbuana et al., 2023), agressividade tributária (Praditasari; Setiawan, 2017; García-Meca; Ramon-Llorens; Martínez-Ferrero, 2021; Araújo et al. (2021), excesso de poder (Zhu; Chen, 2015), liderança destrutiva (Boddy et al.; Craig & Armenic, 2011), má conduta ESG (Martínez-Ferrero; Ramon-Llorens & García-Meca, 2024; Kind; Zeppenfeld; Lueg, 2023).

No entanto, a literatura apresenta também um “bright side”, que integra as influências positivas do narcisismo do CEO no processo de inovação das empresas (Wang, Hu & Yu, 2023; Rovelli, Massis, & Gómez-Mejía, 2022; Mata & Khan, 2020; Kashmiri et al., 2017; Gerstner et al., 2011), divulgação e engajamento em práticas RSC (Ahn et al., 2020), dinamismo organizacional e avanço de carreira (Rovelli & Curnis, 2020). Apesar

desse viés favorável, Chatterjee e Hambrick (2017) e Zhang et al. (2017) alertam que o desempenho inovador pode estar vinculado à alavancagem financeira, uma vez que os CEOs adotam estratégias ousadas e dinâmicas para investir em projetos de risco elevado, motivados por altos retornos.

Diante disso, percebe-se que a literatura apresenta divergentes vieses acerca da influência do CEO narcisista. Por uma ótica, os gestores buscam lapidar uma personalidade competente e responsável para sinalizar uma orientação virtuosa da organização através de responsabilidade e preservação da imagem perante stakeholders (Petrenko et al., 2016; Chen et al., 2019; Ernawan; Daniel, 2019; Agnihotri; Bhattacharya, 2024; Wang; Hu; Yu, 2023), incluindo maior divulgação ESG buscando visibilidade e reconhecimento público (Zhang et al., 2022; Bouzouitina; Khairredine; Jarboui, 2021; Ahn et al., 2020). Contudo, a outra percepção é de que líderes com essa personalidade anseiam poder e altas recompensas a curto prazo, e por isso tendem a se envolver em atos ilícitos, assumir riscos altos e comprometer as boas práticas de RSC (Chatterjee; Pollock, 2017; Al-shammari, 2017; Lin et al., 2018; Javeed; Lefen, 2019).

Ante aos diferentes vieses da literatura, emergiu-se a seguinte proposta para pesquisa: Como a literatura tem retratado a influência do narcisismo de diretores executivos nas práticas de responsabilidade empresarial das organizações? Assim, o objetivo é investigar o panorama das pesquisas publicadas sobre a influência do narcisismo do CEO nas práticas de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e as tendências de pesquisas relativas à temática.

A justificativa para este trabalho é pautada na relevância de identificar os diferentes contextos em que o perfil de liderança narcisista pode afetar a organização, considerando que as estratégias e decisões moldam a imagem e sustentabilidade empresarial. Ademais, este estudo avança as revisões sistemáticas contidas na literatura (Borgholthaus et al., 2023; Brunzel, 2021; Cragun et al., 2020; Van Scooter, 2020) ao capturar as novas tendências de pesquisa e ofertar uma agenda de estudos futuros.

Como contribuição, esta revisão pode auxiliar pesquisadores da área na condução de novos estudos que preencham lacunas da literatura acerca do tema. No contexto prático, espera-se que o mapeamento dos riscos e oportunidades relativos à liderança narcisista do alto escalão, forneça uma sinalização aos stakeholders e o mercado financeiro em geral, viabilizando o desenvolvimento de estratégias corporativas, com maior efetividade dos mecanismos de controle, baseadas nas previsíveis performances do alto escalão.

## **2. Fundamentação Teórica**

### **2.1. O Narcisismo Corporativo e a Responsabilidade Social Corporativa**

Em 1984, a Teoria dos Altos Escalões de Hambrick e Mason fortaleceu as discussões referentes à dominação da personalidade do chefe executivo nos processos decisórios e desempenhos financeiros das organizações. Anos depois, Lumpkin e Dess (1996) defenderam que o chefe narcisista é consideravelmente mais agressivo e arriscado na tomada de decisões.

Diante dessa conjectura, estudos começaram a explorar as relações entre os escalões superiores e os pressupostos comportamentais do transtorno de personalidade narcisista para designar e revelar CEOs narcisos. No âmbito das organizações, o narcisismo pôde ser notado pelos comportamentos oportunistas de CEOs e tem sido investigado e solidificado por estudos organizacionais (Chatterjee & Hambrick, 2007; Amernic & Craig, 2010; Grijalva & Harms, 2014; Olsen et al. 2014; Chatterjee e Pollock, 2017; Capalbo et al., 2018; Buchholz, Lopatta & Maas, 2019; Cragun et al., 2020; Araújo et al., 2021; Bouzouitina, Khairredine & Jarboui, 2021).

O interesse das empresas em ações de Responsabilidade Social tem aumentado como instrumento de legitimidade no mercado e satisfação dos stakeholders (Caputo et al., 2021; Raimo et al., 2021). Em razão a isso, pesquisas recentes mostram a evolução da RSC para o acrônimo ESG, que segrega a RSC em três pilares: Ambiental, Social, e Governança Corporativa.

Na literatura, existem dois caminhos explorados para verificar a influência do CEO narcisista nas práticas ESG. Primeiro, como as empresas estão reportando suas ações (Kind; Zeppenfeld & Lueg, 2023; Dabbedi; Laussoued & Khanchel, 2022), e segundo, como a performance é mensurada por analistas do mercado financeiro (Grodt et al. 2024; Martínez-Ferrero; Ramon-Llorens & García-Meca, 2024; Kind; Zeppenfeld & Lueg, 2023).

### **3. Métodos De Pesquisa**

investigar o panorama das pesquisas publicadas sobre a influência do narcisismo do CEO nas práticas de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e as tendências de pesquisas relativas à temática. Para isso, a análise bibliométrica é relevante, posto que permite o mapeamento das pesquisas sobre a temática e evidencia a relevância dos estudos existentes na comunidade científico-acadêmica (Zupic; Cater, 2015).

O universo de investigação compreendeu as publicações sobre a temática indexadas nas bases de dados Web of Science (WoS), reconhecida como fonte multidisciplinar que inclui periódicos de alta qualidade, produtividade e impacto em suas produções (Winter; Zadpoor; Dodou, 2014; Zhu; Liu, 2020).

#### **3.1. Procedimentos de busca e seleção**

Para fins de coleta, os critérios de pesquisa elencam documentos restritos a artigos, prospectados pelos operadores booleanos “AND”, “OR”, com palavras-chave baseadas no termo “Narcisismo do CEO e Responsabilidade Social”. Na busca foram utilizados os seguintes descritores: “CEO narcissism”, “narcissistic CEO”, “Corporate social responsibility”, “CSR”, “social responsibility”, “Environmental”, “Social”, “Corporate Governance”. Destaca-se que as aspas (“”) foram usadas para manter a exatidão na busca e o filtro “relevance” foi aplicado para elencar as pesquisas por ordem de impacto científico.

Após a pesquisa, a prospecção da amostra final de artigos elencou alguns critérios para compor uma marked list na WoS. Foram filtrados apenas artigos em inglês listados nas categorias “Business”, “Management”, “Economics” e “Business Finance” da WoS. A delimitação temporal considera o período de 2015 a 2024 como viável para análise bibliométrica, posto que os estudos recentes refletem as tendências de práticas de gestão e as mudanças no ambiente empresarial, fornecendo percepções mais aplicáveis ao contexto atual e revelando possíveis gaps na literatura a serem explorados em novas pesquisas.

A marked list resultou em uma base de dados com 92 artigos, entretanto, constatou-se que alguns não correlacionam diretamente o narcisismo do CEO e os impactos na gestão corporativa. Após leitura, a amostra final foi composta por 84 artigos diretamente relacionados com o conceito da pesquisa.

#### **3.2. Análise dos artigos**

Nesse sentido, após as identificações dos trabalhos, procedeu-se a pesquisa por meio de análise bibliométrica, compreendendo: 1) número de publicações por ano; 2) palavras-chave com maior representatividade; 3) ranking dos periódicos com mais publicações; 4) ranking das publicações por países/regiões; 5) Citações entre os artigos da amostra; 6) Referências mais citadas pelos artigos da amostra; 7) Clusters de Keywords ao decorrer do período; 8) Clusters de Keywords dos artigos publicados entre 2023 e 2024; 9) Referências de alta relevância, conforme a Web of Science.

O software VOSviewer foi utilizado no intuito de observar redes de relacionamento dos termos provenientes da WoS, identificando os mais comuns, suas possíveis relações e relevância dentro do texto. Os dados dos trabalhos que abordam a temática foram importados da WoS para o VOSviewer no formato arquivo de texto (.txt).

Um dos parâmetros que o VOSviewer possibilita observar é a ocorrência do termo. Nossa pesquisa delimitou a frequência 3 como mínimo de ocorrências de cada palavra-chave. Por fim, foram criados clusters, aglomerando os elementos que possuem ligação; verificando as ocorrências das keywords, considerando o quanto as palavras são mencionadas e a relevância dentro do contexto do texto; os clusters, e um mapa com a representação visual das relações existentes.

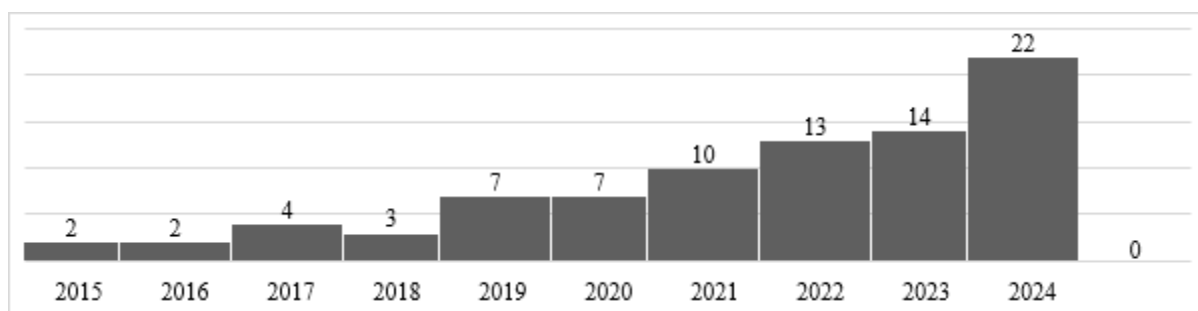
É importante destacar que os dados analisados se referem a uma amostra específica, formada conforme os critérios de julgamento dos pesquisadores, podendo existir outras publicações relevantes sobre a temática em diferentes bases de dados e fontes digitais.

## 4. Resultados e Discussões

### 4.1. Análise descritiva das publicações

O Gráfico 1 expõe a distribuição de publicações ao longo dos anos, evidenciando a evolução do interesse acadêmico nessa temática. Essas informações podem ser base para identificar tendências de pesquisa, indicando períodos de maior produção científica e possíveis momentos de consolidação ou crescimento de determinado campo.

Gráfico 1 – Publicações por ano



Fonte: Dados da Web of Science (2024).

O Gráfico 1 mostra a evolução do interesse acadêmico no tema. O pico significativo da produção científica em 2024 sugere o potencial de publicação, que pode estar relacionado a eventos relevantes, como crises econômicas, legislações, mudanças relativas à governança corporativa ou publicações de estudos de impacto que geraram debates subsequentes na área. A Tabela 1 apresenta os periódicos com mais publicações de papers de alta relevância na Web of Science.

Tabela 1 - Ranking dos periódicos com mais de uma publicação

Periódicos	Quantidade	% de 84
1º <i>Journal of Business Research</i>	5	5,95%
2º <i>Journal of Business Ethics</i>	4	4,76%
3º <i>Academy of Management Review</i>	3	3,57%
4º <i>International Review of Financial Analysis</i>	3	3,57%
5º <i>Leadership Quarterly</i>	3	3,57%
6º <i>North American Journal of Economics And Finance</i>	3	3,57%
8º <i>Strategic Management Journal</i>	3	3,57%
9º <i>Administrative Science Quarterly</i>	2	2,38%
10º <i>Business Ethics The Environment Responsibility</i>	2	2,38%
11º <i>Business Strategy and The Environment</i>	2	2,38%
12º <i>Cogent Business Management</i>	2	2,38%
13º <i>Corporate Social Responsibility and Environmental Management</i>	2	2,38%
14º <i>Group &amp; Organization Management</i>	2	2,38%
15º <i>Journal of Applied Psychology</i>	2	2,38%

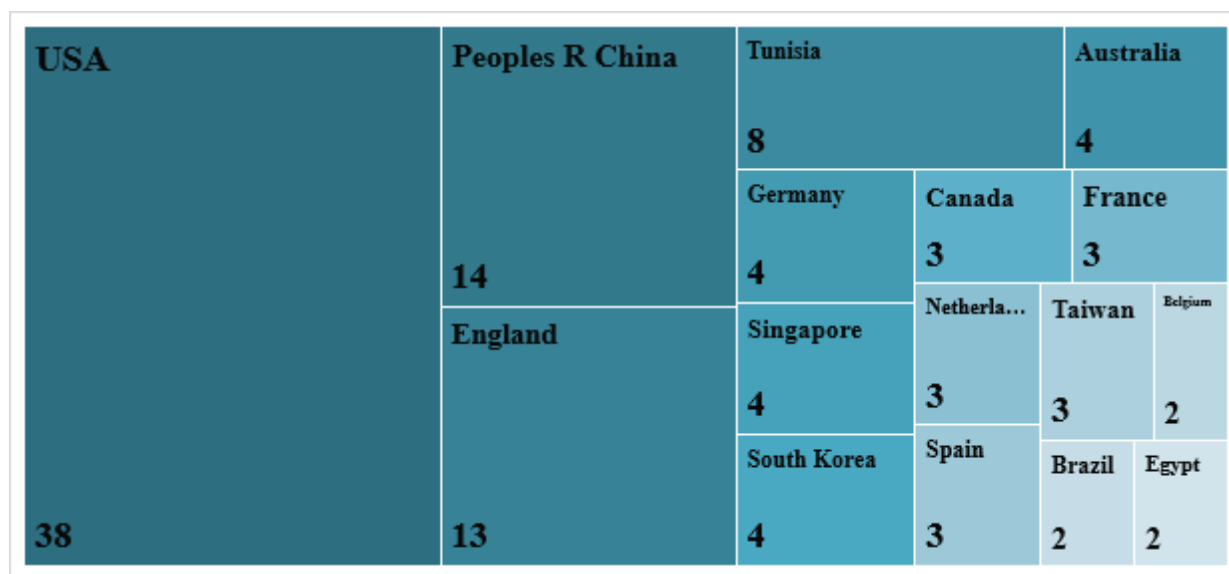
## O que sabemos e o que precisamos saber sobre o impacto da liderança narcisista na Responsabilidade Social Corporativa?

16º	<i>Managerial and Decision Economics</i>	2	2,38%
17º	<i>Society and Business Review</i>	2	2,38%
18º	<i>Tourism Management</i>	2	2,38%
<b>Total do Ranking</b>		<b>44</b>	<b>52,38%</b>
19º a 40º		40	47,62%

Fonte: Ranking gerado pela WoS (2024).

Conforme a Tabela 1, o Journal of Business Research e o Journal of Business Ethics, ambos com alto fator de impacto, são pioneiros nas publicações de artigos sobre a temática do narcisismo do CEO. Essa informação é útil porque auxilia autores na decisão de qual periódico submeter o artigo, pois revela o potencial de publicação. Esses periódicos geralmente publicam estudos de alta qualidade e impacto acadêmico, tornando-os fontes confiáveis para pesquisadores dessa temática.

**Gráfico 2** - Ranking das publicações por países/regiões



Fonte: Dados da Web of Science (2024). Nota: \*Cada um dos outros 14 países tiveram apenas 1 artigo publicado.

Com base no gráfico, os Estados Unidos (EUA) lideram o número de publicações relacionadas ao tema, e em seguida a China, Inglaterra e Tunísia, com números significativamente menores. Outros países como Alemanha, Austrália, Canadá, França, Brasil e Egito aparecem com poucas publicações.

Diferentes perspectivas podem ser argumentos para explicar as discrepâncias de quantidade de pesquisas. Primeiro, as desigualdades estruturais e sistêmicas na produção científica global. Países como os EUA e a China possuem sistemas robustos de financiamento à pesquisa e universidades com alta capacidade de produção científica. Outro fator é que alguns países concentram os recursos em áreas de interesse regional, que podem ter menor visibilidade global, enquanto países como os EUA alinham as pesquisas com tendências globais.

### 4.2. Análise de citações e cocitações

A Tabela 2 mostra os 10 artigos mais citados, considerando apenas as citações por outras pesquisas indexadas na WoS.

**Tabela 2** - Artigos mais citados

Autores/Ano	Título	Citações na WoS
Petrenko <i>et al.</i> (2016)	<a href="#">Corporate Social Responsibility or CEO Narcissism? CSR motivations and Organizational Performance</a>	609
Peterson, Galvin & Lange (2012)	CEO servant leadership: Exploring executive characteristics and firm performance	244
Tang, Mack & Chen (2015)	<a href="#">The differential effects of CEO narcissism and hubris on Corporate Social Responsibility</a>	238
Zhu & Chen (2015)	<a href="#">CEO narcissism and the impact of prior board experience on corporate strategy</a>	220
McCarthy, Oliver & Song (2017)	<a href="#">Corporate Social Responsibility and CEO confidence</a>	213
Buyl, Boone & Wade (2019)	<a href="#">CEO Narcissism, Risk-Taking, and Resilience: An empirical analysis in US commercial banks</a>	200
Chatterjee & Pollock (2017)	<a href="#">Master of Puppets: How narcissistic CEOs construct their professional worlds</a>	182
Al-Shammari; Rasheed & Shammari (2019)	<a href="#">CEO Narcissism and Corporate Social Responsibility: Does CEO Narcissism affect CSR focus?</a>	173
Aktas <i>et al.</i> (2016)	<a href="#">CEO Narcissism and the Takeover process: From private initiation to deal completion</a>	158
Galvin, Lange & Ashforth (2015)	<a href="#">Narcissistic Organizational Identification: Seeing oneself as central to the organization's identity</a>	146

**Fonte:** Dados da Web of Science (2025). *Nota:* Foram considerados os 10 artigos mais citados da amostra, conforme classificação da WoS.

A lista apresenta publicações de até 2019, tendo em vista que as mais recentes ainda não foram citadas como as com mais tempo de publicação. Dentre as 10, ressalta-se que Peterson, Galvin e Lange (2012) embasaram o estudo a partir da “Servant Leadership Theory”, ou Teoria da Liderança Servidora, que representa uma transgressão da “Upper Echelons Theory”. (Hambrick & Mason, 1984), por retirar o foco nas características de personalidade ao ressaltar que a função do CEO enquanto líder é servir a organização e seus stakeholders.

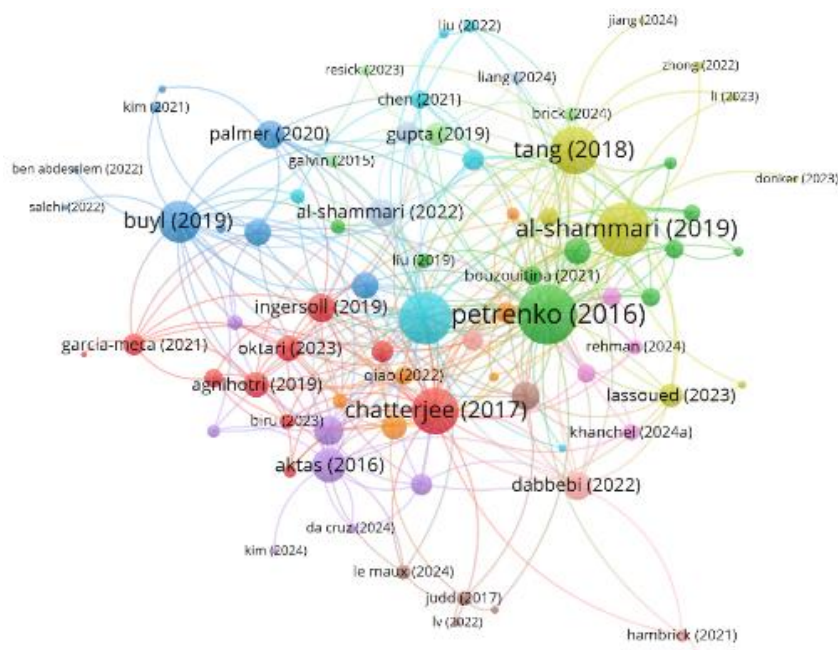
A Figura 1 apresenta a rede de cocitações entre os artigos que compõem a amostra de análise bibliométrica, considerando apenas as conexões de citações feitas entre eles. Os clusters destacados por cores representam agrupamentos de artigos que frequentemente citam uns aos outros, indicando possíveis subtemas ou enfoques específicos dentro do campo de estudo. Dessa forma, a rede contribui para compreender as relações articuladas entre os artigos e as principais vertentes teóricas que sustentam a temática.

É relevante perceber que os anos das publicações influenciam na frequência de citações. De modo lógico, os papers mais recentes ainda não foram amplamente mencionados. A Figura 1 revela que os artigos de Tang, Mack e Chen (2018), Petrenko *et al.* (2016), e Chatterjee e Pollock (2017) receberam citações significativas, sugerindo esses estudos como bases teóricas centrais para novas pesquisas da temática.

Dos mais cocitados, o maior destaque é Petrenko *et al.* (2016), citado em 38 dos 84 artigos da amostra, preencheu uma lacuna da literatura ao explorar como os CEOs com traços narcisistas podem influenciar as práticas de Responsabilidade Social nas organizações, contribuindo para teoria e prática com o achado de que os CEOs usam as ações de RSC para lapidar uma virtuosa imagem pública e ganhar admiração. Zhu e Chen (2015) revelou uma nova perspectiva para a literatura, demonstrando que CEOs narcisistas com experiência no conselho de administração tendem a adotar estratégias mais agressivas e arriscadas em busca de reconhecimento e poder.

Figura 1 - Citações entre os artigos da amostra





Fonte: Elaborado no Vosviewer, com dados da Web of Science (2024).

Também muito cocitados, Chatterjee e Pollock (2017) se tornaram referência por destacar tanto os efeitos positivos (bright side) quanto os efeitos negativos (dark side) do narcisismo no desempenho organizacional. Tang, Mack e Chen (2018) consolidaram os resultados de Petrenko et al. (2016) através de uma meta-análise robusta, afirmando que o diretor executivo narcisista transparece um compromisso genuíno com causas sociais, mas na realidade utiliza a RSC como uma estratégia para melhorar sua imagem pública.

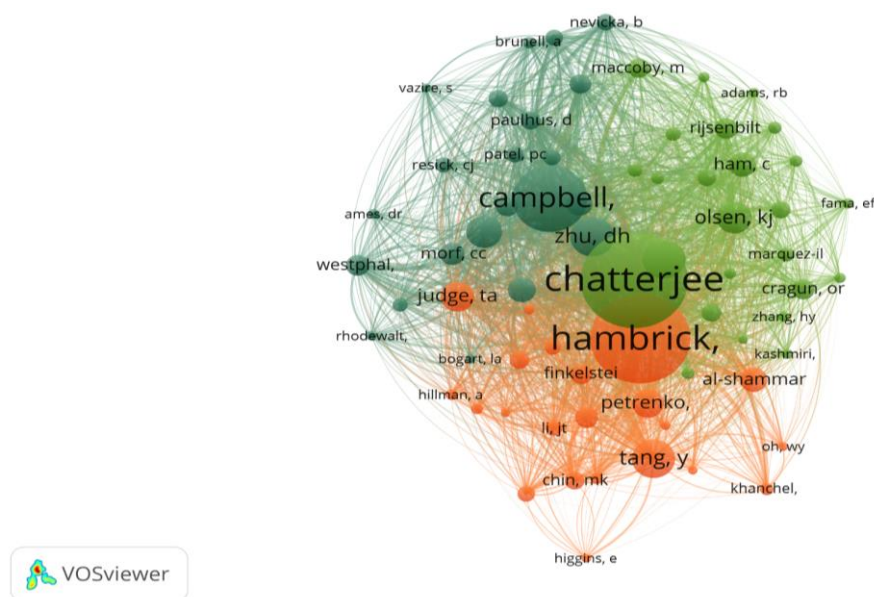
Al-shammari, Rasheed e Al-shammari (2019) ampliaram o escopo das pesquisas e explicaram empiricamente a relação entre o narcisismo do CEO, a RSC e o desempenho das empresas, acrescentando a análise de que, embora as ações fossem para autopromoção do diretor, esse comportamento pode incorrer em efeitos bons no desempenho organizacional. Ademais, Buyl (2019) foi referência para 23 artigos devido ao avanço na literatura ao apontar como o narcisismo do CEO interage com as características do conselho de administração para influenciar a governança corporativa. O estudo revelou que CEOs narcisistas podem buscar conselhos mais “submissos” ou “conformistas”, o que pode afetar as decisões estratégicas e a eficácia da governança nas empresas.

O grau de conectividade, evidenciado pelo alto valor de Total Link Strength (TLS), e os tamanhos dos nós, indica que as referências de Hambrick e Mason (1984), Chatterjee (2007) e Campbell (2007) são centrais, altamente cocitadas com muitas outras referências, transparecendo a importância dessas pesquisas no campo de estudado. As expressivas conexões entre os nós refletem a interconexão das referências, indicando que muitos dos artigos da amostra utilizam uma base teórica comum.

Na Figura 2, o cluster verde é constituído por estudos com a linha de pesquisa teórica focada em características de liderança ou comportamentos de CEOs. Pelas referências do cluster laranja, percebe-se que elencam estudos empíricos sobre os impactos das personalidades do CEO e o desempenho organizacional, em âmbitos distintos. O cluster verde escuro agrega pesquisas que complementam os fundamentos teóricos das pesquisas pioneiras.

**Figura 2 - Referências mais citadas pelos artigos da amostra**





Fonte: Elaborado no Vosviewer, com dados da Web of Science (2024).

#### 4.3. Análise de ocorrências dos termos

Os clusters a seguir indicam áreas específicas de estudo que compartilham conceitos ou metodologias similares. No contexto prático, avaliar as keywords das publicações é estratégico para autores no processo de escolha de palavras-chaves dos trabalhos em desenvolvimento, a fim de maximizar a visibilidade. Além disso, permite identificar tendências emergentes, tópicos comuns e guia na identificação de lacunas na literatura.

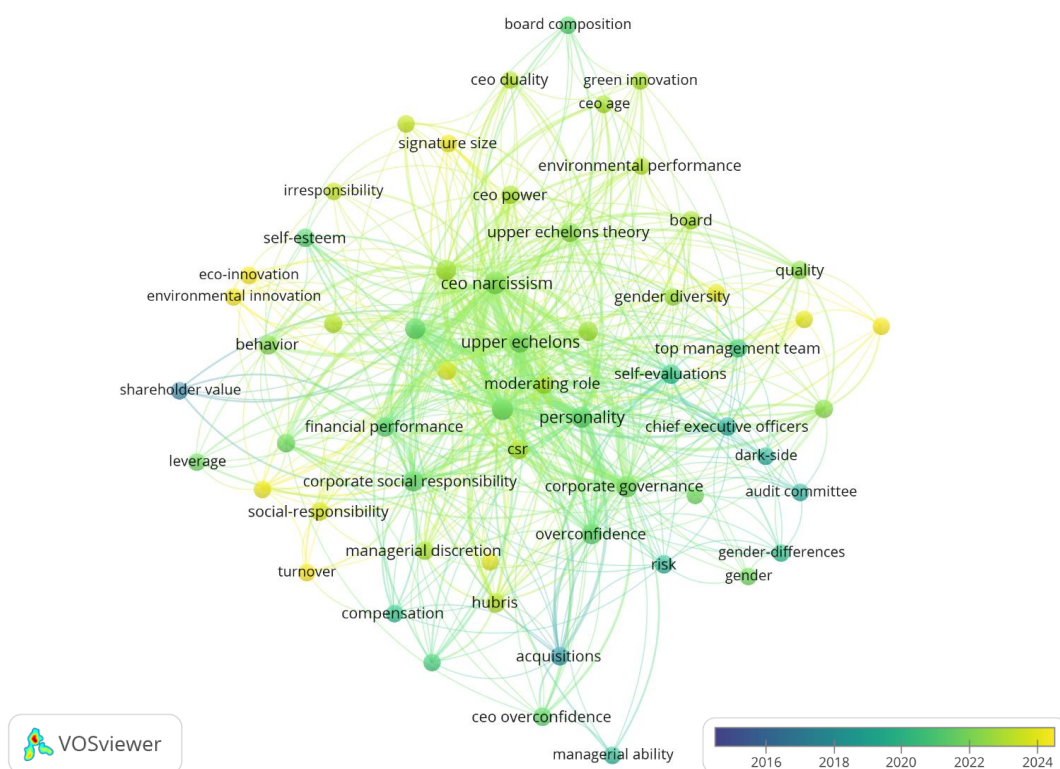
A figura 3 gerada pelo Vosviewer, mostra a ocorrência de palavras-chave sendo elencadas as atribuídas pelos autores e as Keywords Plus da WoS. O mínimo de ocorrência foi limitado a 3 para a análise no software.

Na Figura 3 apresentada, o gradiente do mapa considera o período entre 2018 e 2024 com objetivo de capturar a evolução das tendências da produção científica dos impactos do CEO narcisista, como evidencia a imagem. É notório que, até o período próximo ao ano de 2020, a maioria das pesquisas relevantes acerca do narcisismo do alto escalão investigou os impactos com ênfase nas finanças, no âmbito de governança corporativa, como mostra os termos traduzidos em “gerenciamento de resultados” (Khanchel, Lassoued; Khiari, 2024; “evasão fiscal” (Kalbuana et al. 2023), “aquisições”, valor para o acionista”, “comitê de auditoria”, “risco”.

O contexto da pandemia Covid-19 (Fedorova; Nevredinov; Drogovoz, 2024; Williams et al. 2024) aumentou a preocupação com ações ambientais e sociais, sendo perceptível pela ascendência dos termos como “envolvimental”, “CSR”, “corporate social responsibility” nos estudos publicados por volta do ano de 2022. Essa tendência tem crescido e, em anos subsequentes aumentou a incidência de palavras em contextos de responsabilidade socioambiental como “eco-innovation” (Khanchel; Lassoued; Khiari, 2024), “green innovation” (Yang; Shi; Syed, 2024), “environmental innovation”, “diversity” (Lassoued; Khanchel, 2023; Martínez-Ferrero, García-Meca, Ramón-Llorens, 2023).

A “Ceo duality” tem se destacado na literatura enquanto variável de controle do narcisismo. Outro insight visível pelo clusters, é o crescimento recente da proxy “signature size” (Boamah; Banerjee, 2024). A métrica considera o tamanho da assinatura do CEO, dado pela área ocupada no campo de assinatura. Cada medida surge para conceber mais robustez na mensuração do nível de narcisismo, tendo em vista que falhas e limitações são inerentes às métricas.

Figura 3 – Clusters de Keywords ao decorrer do período



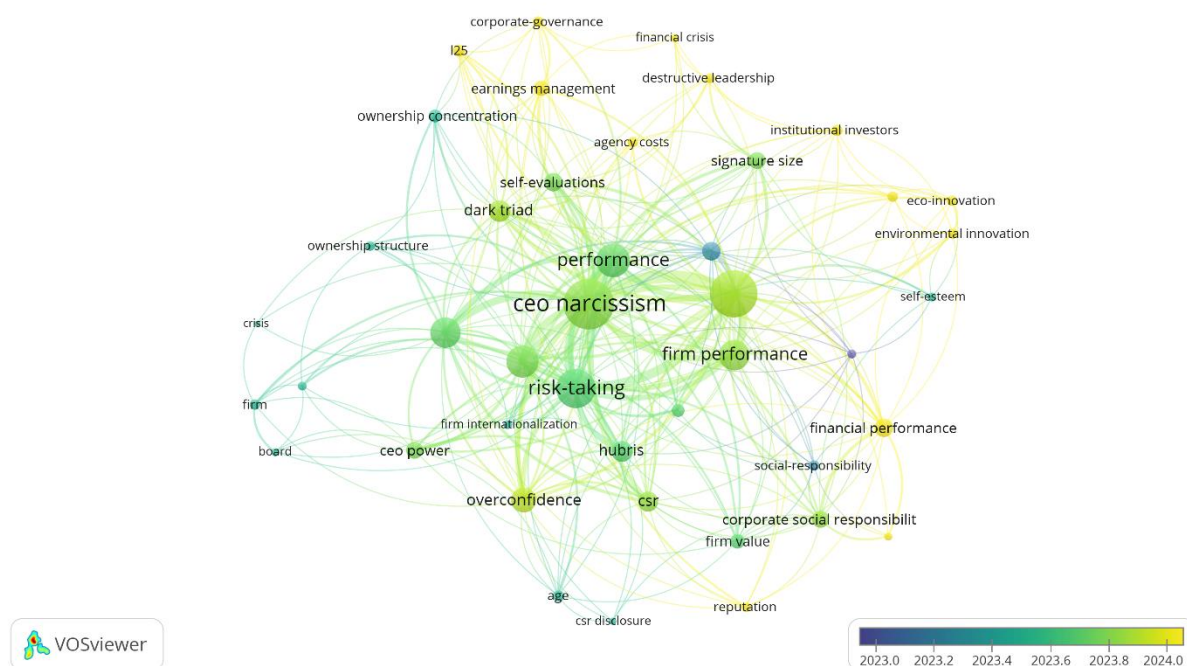
Fonte: Elaborado no Vosviewer, com dados da Web of Science (2024).

A “upper echelons theory”, ou Teoria dos Altos Escalões de Hambrick e Mason (1984), é uma referência de alta frequência, posto que as pesquisas empíricas sobre os traços de personalidade dos CEOs a utilizam como framework teórico. As ocorrências de termos comuns nessa temática são percebidas na Figura 3 pelos desígnios da personalidade narcisista, como “self-esteem”, “hubris”, “overconfidence”, “egotism”. As características idiossincráticas tiveram origem a partir do constructo de Raskin e Hall (1979), que categorizou o transtorno de personalidade narcisista em: autoridade, exibicionismo, vaidade, exploração, superioridade, titulação, autossuficiência.

Posteriormente, estudos como Chatterjee e Hambrick (2007), Judge, Piccolo e Kosalka (2009), Amernic e Craig (2010), Campbell (2007), foram primordiais nos debates dos constructos, medidas e escalas para mensurar o nível de narcisismo do alto escalão. As principais métricas replicadas pelas pesquisas são: Proeminência da fotografia do CEO em relatórios corporativos, o tamanho da assinatura do CEO e a análise dos pronomes nas falas no CEO.

A Figura 4 reitera as percepções discutidas, expondo as palavras-chaves incidentes nos artigos mais recentes, para um panorama mais detalhado dos direcionamentos de novas pesquisas.

Figura 4 - Clusters de Keywords dos artigos publicados entre 2023 e 2024



Fonte: Elaborado no Vosviewer, com dados da Web of Science (2024).

A Figura 4 apresenta a “dark triad” como tendência de pesquisa em 2023 e 2024. Oelrich e Chwolka (2024) analisaram o efeito moderador da ‘Tríade Negra’ (maquiavelismo, narcisismo e psicopatia) sobre os fatores por trás do processo de denúncia, fraudes e outras condutas indevidas recorrentes nas organizações.

Outra pesquisa relevante publicada é a de Awuah, Elbardan e Yazdifar (2024), que examinaram os efeitos do CEO narcisista nos relatórios corporativos sobre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). O estudo avançou a literatura ao mostrar que o narcisismo do CEO está positivamente relacionado aos relatórios dos ODS, contudo, esse efeito é enfraquecido em empresas lideradas por CEOs narcisistas mais velhos.

Achados empíricos mostram que o narcisismo do CEO afeta negativamente a ecoinovação (Khanchel, Lassoued & Khiari, 2024). Nesse mesmo contexto, o termo “environmental innovation” aparece na Figura 4 devido à pesquisa de Yang, Shi e Syed (2024), sobre o efeito que a atenção da mídia impõe na inovação tecnológica verde.

Divergente da maioria das pesquisas, as quais se embasam na Teoria do Alto Escalão, novos estudos (Azevedo & Nakao, 2024; Oliveira & Garcia, 2024) têm examinado o narcisismo do CEO pela ótica da Teoria da Agência de Jensen e Meckling (1976). Diante da perspectiva da agência, as palavras-chaves “agency costs” e “corporate-governance”, presente na Figura 4, deriva de análises da influência dos traços de personalidade narcisista dos gestores nas relações entre os agentes e principais, principal discussão da Teoria da Agência. Azevedo e Nakao (2024) mostraram que relativo à remuneração, os CEOs narcisos são tendenciosos à autobenefícios, transpassando os interesses dos acionistas e as expectativas dos stakeholders. Coerente a isso, Oliveira e Garcia (2024) também apontam para o provável endividamento das firmas lideradas por gestores mais narcisistas, os quais tomam decisões mais arriscadas.

#### 4.4. Análise da relevância das pesquisas na WoS

Raskin e Shaw (1988) sugeriram a métrica que analisa o uso de pronomes pessoais em primeira pessoa pelo CEO como uma forma de medir o narcisismo desses executivos. O pressuposto da proxy é que as personalidades com altos traços narcisistas tendem a se valorizar excessivamente, o que é refletido no uso frequente de pronomes como "eu" e "meu" na linguagem.

**Tabela 3** - Referências de alta relevância, conforme a *Web of Science*

Primeiro autor	Ano de publicação	Citações na amostra	Citações na WoS
Hambrick	1984	54	8318
Hambrick	2007	32	2820
Raskin	1988	23	2050
Chatterjee e Hambrick	2007	59	1211
Emmons	1987	22	708
Petrenko	2016	38	581
Campbell	2004	33	472
Judge	2006	18	448
Chatterjee	2011	48	389
Gerstner	2013	33	265
Zhu	2015	32	208
Chatterjee	2017	25	177
Rijsenbilt	2013	28	169
Al-shammari	2019	30	161
Cragun	2020	28	156
Aktas	2016	19	149
Zhu	2015	20	133
Ham	2018	20	129
Patel	2014	21	109
Oesterle	2016	15	101
O'reilly	2014	20	87
Capalbo	2018	17	78
Bouzouitina	2021	7	11

**Fonte:** Dados da Web of Science (2024). *Nota:* Foram consideradas as pesquisas citadas pelos artigos da amostra (84), com relação direta à temática e publicadas em periódicos indexados na WoS. Outras pesquisas relevantes, citadas pelos artigos da amostra, não constam por não estarem listadas na WoS.

O estudo de Chatterjee e Hambrick (2007) contribuiu com ao discutir novas métricas para avaliar o narcisismo de CEOs, como a frequência de uso de pronomes na primeira pessoa, o destaque dado às suas imagens em relatórios anuais e a compensação ou remuneração em relação a outros executivos. A partir disso, os autores viabilizaram novas possibilidades para pesquisas sobre a personalidade executiva, com métodos de análise replicáveis.

O estudo de Ham (2018) teve contribuição significativa por demonstrar que líderes com traços narcisistas tendem a realizar investimentos expressivos, especialmente em pesquisa e desenvolvimento (P&D) e aquisições, sem a análise mínima dos retornos financeiros. Como consequências, as empresas estudadas apresentaram menor produtividade financeira, evidenciada por reduções na lucratividade e nos fluxos de caixa operacionais. Além disso, o estudo também revelou que, apesar de performance ineficiente, os diretores executivos narcisistas recebem remunerações mais elevadas comparadas às de outros executivos.

## 5. Gaps na literatura e agenda de pesquisa

Na Web of Science, as publicações mais relevantes dos últimos dois anos, sugerem que a principal tendência de pesquisa é a emergente temática do ESG, tendo em vista que apresenta um panorama mais padronizado e completo para avaliar a performance ambiental, social e de governança das empresas.

Pesquisas têm destacado essa evolução da RSC para ESG e discorrem que a RSC é mais concentrada em ações sociais e comunitárias, enquanto a percepção ESG elenca uma abordagem mais estratégica e mensurável, tornando-a mais robusta comparada à RSC (Tolotti et al. (2020). Partindo das pesquisas que avaliaram as práticas de RSC em empresas familiares, outra proposta a ser desenvolvida é a comparação do impacto do narcisismo dos gestores nas práticas ESG em empresas familiares e nas não familiares.

No contexto econômico do Vietnã, Khoun et al. (2024) estudaram a influência do CEO power na divulgação de RSC e Esterco (2024) examinaram como líderes narcisistas conduzem e alcançam a internacionalização de pequenas e médias empresas. Biru et al. (2023) testaram como o foco do CEO impacta na internacionalização das empresas, e mostraram que diretores executivos conservadores limitam a extensão empresarial, enquanto os mais focados em autopromoção tendem a influenciar positivamente no processo, assumindo mais riscos, assim como evidenciado por Agnihotri e Bhattacharya (2019). As descobertas também revelam o excesso de confiança, horizonte de carreira e o narcisismo do CEO como variáveis que moderam essa relação de foco regulatório e internacionalização.

Ah, Elbardan e Yazdifar (2024) consideraram os efeitos do narcisismo e o poder do diretor executivo nos relatórios corporativos sobre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), identificando também se esses relatórios influenciam no desempenho da empresa. Khanchel, Laddoued e Souguir (2024) utilizaram o narcisismo do alto escalão como variável moderadora, assim como Biru et al. (2023), constatando que o narcisismo do CEO modera a relação entre RSC e gerenciamento de resultados, influenciando o aumento da renda e reforçando o pressuposto do comportamento oportunista.

O preenchimento de lacunas identificáveis na literatura pode ocorrer com o desenvolvimento de pesquisas empíricas que investiguem a relação entre o narcisismo do CEO e o risco de práticas de greenwashing, partindo do pressuposto de que o que é divulgado pode divergir da performance real das firmas, principalmente sob influência de líderes narcisistas que buscam exibir vantagens. Quanto a variável de ESG, é preferível considerar o ESG controverso e o combinado para análises de robustez.

A transformação digital tem sido uma nova tendência de pesquisa no contexto corporativo (Borrero-Domínguez; Cortijo-Gallego & Escobar-Rodríguez (2024); Guo & Huang, 2024; Liu et al. 2024; Wang & He, 2024; Yang, Ying & Xu, 2024). Ao considerar a ascendência tecnológica, sugere-se investigar se os CEOs narcisistas, em contextos econômicos distintos, divulgam os investimentos em inovações tecnológicas de grande impacto, como a inteligência artificial, considerando os tipos de foco regulatório desses gestores.

A partir da literatura discutida sobre o tema, sugerimos que o narcisismo modera a relação entre a transformação digital e a restrição financeira. Sugerimos a hipótese de que empresas mais restritas financeiramente, detêm menos recursos para investir em transformação digital. Contudo, sugerimos que a presença de CEO com elevados traços de narcisismo pode moderar essa relação, divulgando transformação digital como forma de ser positivamente reconhecido diante da emergência por adesão de tecnologias nas empresas, até mesmo como meio de inibir o problema de restrição financeira.

Outra pauta de discussão parte de Shen, Mollica e Fortunato (2024), que apresentaram a relação positiva entre narcisismo e conservadorismo contábil, mostrando que nos Estados Unidos os CEOs narcisistas tendem a ser mais prudentes no reconhecimento de ganhos e perdas para manter a imagem virtuosa diante dos stakeholders. Contudo, partindo das particularidades de governança corporativa em países subdesenvolvidos, há uma lacuna de como os gestores narcisistas podem influenciar no conservadorismo contábil de companhias pertencentes à mercados emergentes.

Outrossim, as discussões precisam ser aprofundadas, explorando a relação entre esse traço de personalidade e a persistência dos lucros. Diante do argumento de que CEOs mais narcisistas buscam mostrar vantagem e resultados satisfatórios, seria relevante verificar se os índices de restrição financeira influenciam a relação entre o narcisismo dos gestores e a persistência dos lucros.

## **6. Conclusões**

O objetivo desta pesquisa foi investigar o panorama das pesquisas publicadas sobre a influência do narcisismo do CEO nas práticas de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e as tendências de pesquisas relativas ao tema. A análise bibliométrica elencou artigos publicados em periódicos indexados na Web Of Science (WoS). Os critérios de filtro aplicados buscaram prospectar artigos de relevância na área de estudo, oferecendo um panorama estruturado da literatura existente.

Por meio do mapeamento de redes de cocitação, palavras-chave e referências centrais, o artigo identificou tendências dominantes, autores influentes e possíveis lacunas na pesquisa que ainda precisam ser exploradas. Dessa forma, a análise contribui como um escopo teórico para que futuros pesquisadores possam desenvolver estudos empíricos, abordando lacunas temáticas, novas metodologias e contextos específicos, especialmente em mercados emergentes ou setores pouco investigados.

Conforme apresentado, os resultados evidenciaram diferentes percepções e contribuições das pesquisas publicadas, com ênfase na dicotomia do “dark side” e “bright side” do narcisismo do CEO. A falta de consenso fomenta o desenvolvimento de novas pesquisas sobre a influências dos traços idiossincráticos do narcisista nas decisões relativas à gestão corporativa. Nesse sentido, considerando as emergentes preocupações dos stakeholders com as práticas de cunho ambiental, social e de governança corporativa, o segundo tópico da análise apresentou possíveis gaps identificados na literatura que devem ser explorados em pesquisas futuras.

Como contribuição, esta pesquisa evidenciou a importância de compreender como características idiossincráticas de líderes podem influenciar a performance e a divulgação ESG das empresas. Ao identificar lacunas e oportunidades para investigações futuras, o estudo contribui indiretamente para a sociedade, ao fornecer base para os pesquisadores desenvolverem novos estudos, mais alinhados às demandas de ética, transparência e sustentabilidade esperadas pela sociedade atual.

No contexto prático e gerencial, os resultados fornecem uma estrutura inicial para que pesquisadores desenvolvam novas investigações empíricas que abordem as necessidades reais do mercado e das empresas. A identificação das lacunas relacionadas ao narcisismo dos CEOs e suas implicações no comportamento organizacional oferece subsídios para explorar temas como políticas de governança corporativa, mecanismos de supervisão e práticas sustentáveis adaptadas ao contexto contemporâneo. Ao entender essas questões, gestores e conselhos de administração podem se beneficiar de novas evidências científicas que auxiliem a equilibrar o perfil de liderança com os objetivos estratégicos e sustentáveis das empresas.

O narcisismo do CEO é um tema emergente, com lacunas a serem esclarecidas, distante da “saturação teórica”. Destarte, para que novos estudos contribuam com a literatura dos efeitos do narcisismo corporativo, deve-se considerar o desenvolvimento de métricas mais robustas a partir das falhas de métricas até então existentes de narcisismo. Além disso, a análise aprofundada das pesquisas internacionais permite encontrar lacunas no contexto de cada nação, como por exemplo as tendências do narcisismo do alto escalão na performance ESG.

No entanto, é prudente reconhecer as limitações do estudo e propor futuras direções para aprofundar as análises. Primeiramente, a análise foi restrita à base de dados Web of Science, o que, embora garanta a qualidade das publicações, limita a abrangência da literatura, deixando de fora estudos relevantes que possam estar em outras bases, como na Scopus.



Outra limitação está relacionada ao período temporal analisado (2015-2024), que, embora fundamentado pela importância recente do tema, pode ter deixado de fora estudos anteriores que exploraram o assunto sob contextos econômicos e regulatórios distintos. Adicionalmente, a abordagem bibliométrica empregada não permite uma análise detalhada do conteúdo qualitativo dos artigos, focando apenas na identificação de padrões e conexões entre as publicações, o que pode limitar a exploração de nuances e contribuições teóricas mais aprofundadas. Recomenda-se, portanto, a realização de uma revisão da literatura mais detalhada, com discussões aprofundadas sobre os trabalhos destacados neste estudo.

## **Referências**

- Agnihotri, A., & Bhattacharya, S. (2019). CEO Narcissism and Internationalization by Indian Firms. *Management International Review*, 59(6), 889–918. <https://doi.org/10.1007/s11575-019-00404-8>
- Agnihotri, A., & Bhattacharya, S. (2023). CEO narcissism and CSR: role of organizational virtue orientation. *Society and Business Review*, 19(2), 316–335. <https://doi.org/10.1108/sbr-03-2023-0080>
- Al-Shammari, M., Banerjee, S. N., Rasheed, A., Al-Shammari, H., & Swimberghe, K. (2024). Sameness and/or Otherness: What Matters More for Narcissist CEOs in the Context of Non-market Strategy? *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-024-05819-4>
- Al-Shammari, M., Rasheed, A. A., & Banerjee, S. N. (2021). Are All Narcissistic CEOs Socially Responsible? An Empirical Investigation of an Inverted U-Shaped Relationship Between CEO Narcissism and Corporate Social Responsibility. *Group & Organization Management*, 105960112110406. <https://doi.org/10.1177/10596011211040665>
- Al-Shammari, M., Rasheed, A., & Al-Shammari, H. A. (2019). CEO narcissism and corporate social responsibility: Does CEO narcissism affect CSR focus? *Journal of Business Research*, 104, 106–117. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.005>
- Auwah, B., Hany Elbardan, & Yazdifar, H. (2024). Chief executive officer narcissism, power and sustainable development goals reporting: An empirical analysis. *Business Strategy and the Environment*. <https://doi.org/10.1002/bse.3889>
- AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders 3. ed. 1980.
- Amernic, J. H., & Craig, R. J. (2010). Accounting as a Facilitator of Extreme Narcissism. *Journal of Business Ethics*, 96(1), 79–93. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0450-0>
- Araújo, M. A., Silva, L., Lazzarini, S. G., & Bertomeu, J. (2021). CEO narcissism and earnings management in emerging markets. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 36(3), 467–490. <https://doi.org/10.1177/0148558X20986044>
- Azevedo, Y. G. P., & Nakao, S. H. (2023). O efeito moderador do narcisismo do CEO na sensibilidade da remuneração ao desempenho. *Revista Contabilidade & Finanças*. <https://doi.org/10.1590/1808-057x20241909.pt>
- Bassouyouny, H., Abdelfattah, T., & Tao, L. (2020). Beyond narrative disclosure tone: The upper echelons theory perspective. *International Review of Financial Analysis*, 70, 101499. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2020.101499>
- Ben Abdesslem, R., Chkir, I., & Dabbou, H. (2022). Is managerial ability a moderator? The effect of credit risk and liquidity risk on the likelihood of bank default. *International Review of Financial Analysis*, 80, 102044. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2022.102044>
- Berger, J., Osterloh, M., Rost, K., & Ehrmann, T. (2020). How to prevent leadership hubris? Comparing competitive selections, lotteries, and their combination. *The Leadership Quarterly*, 31(5), 101388. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2020.101388>
- Biru, A., Filatotchev, I., Bruton, G., & Gilbert, D. (2022). CEOs' regulatory focus and firm internationalization: The moderating effects of CEO overconfidence, narcissism and career horizon. *International Business Review*, 102078. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2022.102078>
- Boamah, E. O., & Banerjee, S. (2024). The beguiling behaviour of narcissistic CEOs: Evidence from repurchase announcements. *Journal of Business Finance & Accounting*, 51(3-4), 717–755. <https://doi.org/10.1111/jbfa.12796>
- Borgholthaus, C. J., White, J. V., & Harms, P. D. (2023). CEO dark personality: A critical review, bibliometric analysis, and research agenda. *Personality and Individual Differences*, 201, 111951.
- Borrero-Domínguez, C., Cortijo-Gallego, V., & Escobar-Rodríguez, T. (2024). Digital transformation voluntary disclosure: Insights from leading European companies. *International Journal of Accounting Information Systems*, 55, 100711. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2024.100711>



## O que sabemos e o que precisamos saber sobre o impacto da liderança narcisista na Responsabilidade Social Corporativa?

- Bouzouitina, A., Khairredine, M., & Jarboui, A. (2021). Do CEO overconfidence and narcissism affect corporate social responsibility in the UK listed companies? The moderating role of corporate governance. *Society and Business Review*, 16(2), 156–183. <https://doi.org/10.1108/sbr-07-2020-0091>
- Brick, I. E., & Qiao, Y. (2023). Attunement theory, CEO's cyclical influence on corporate social responsibility and firm value. *Managerial Finance*, 50(1), 75–91. <https://doi.org/10.1108/mf-11-2022-0517>
- Brunzel, J. (2021). Overconfidence and narcissism among the upper echelons: a systematic literature review. *Management Review Quarterly*, 71(3), 585–623.
- Buchholz, F., Lopatta, K., & Maas, K. (2019). The Deliberate Engagement of Narcissistic CEOs in Earnings Management. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04176-x>
- Buyl, T., Boone, C., & Wade, J. B. (2017). CEO Narcissism, Risk-Taking, and Resilience: An Empirical Analysis in U.S. Commercial Banks. *Journal of Management*, 45(4), 1372–1400. <https://doi.org/10.1177/0149206317699521>
- Byun, K.-A. (Kay), & Al-Shammari, M. (2021). When narcissistic CEOs meet power: Effects of CEO narcissism and power on the likelihood of product recalls in consumer-packaged goods. *Journal of Business Research*, 128, 45–60. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.001>
- Bardos, K. S., Ertugrul, M., & Gao, L. S. (2020). Corporate social responsibility, product market perception, and firm value. *Journal of Corporate Finance*, 62, 101588. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2020.101588>
- Bouzouitina, A., Khairredine, M., & Jarboui, A. (2021). Do CEO overconfidence and narcissism affect corporate social responsibility in the UK listed companies? The moderating role of corporate governance. *Society and Business Review*, 16(2), 156–183. <https://doi.org/10.1108/sbr-07-2020-0091>
- Cao, Z., & Xu, K. (2022). CEO narcissism, brand acquisition and disposal, and stock returns. *Journal of the Academy of Marketing Science*. <https://doi.org/10.1007/s11747-022-00850-1>
- Chen, J., Zhang, Z., & Jia, M. (2019). How CEO narcissism affects corporate social responsibility choice? *Asia Pacific Journal of Management*. <https://doi.org/10.1007/s10490-019-09698-6>
- Cruz, N. G., Takamatsu, R., & Cordeiro, F. A. (2024). Narcissism and Earnings Management. *Review of Business Management*, 26(2), 1–17. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v26i02.4260>
- Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? an institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 32(3), 946–967. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.25275684>
- Campbell, W. K., Hoffman, B. J., Campbell, S. M., & Marchisio, G. (2010). Narcissism in organizational contexts. *Human Resource Management Review*, 21(4). <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2010.10.007>
- Caputo, A., Pellegrini, M. M., Dabic, M., & Paul, J. (2021). CEO narcissism: A review of the literature and agenda for future research. *Journal of Business Research*, 128, 89–101. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.009>
- Chatterjee, A., & Hambrick, D. C. (2007). It's All about Me: Narcissistic Chief Executive Officers and Their Effects on Company Strategy and Performance. *Administrative Science Quarterly*, 52(3), 351–386.
- Chatterjee, A., & Pollock, T. G. (2017). Master of Puppets: How Narcissistic CEOs Construct Their Professional Worlds. *Academy of Management Review*, 42(4), 703–725. <https://doi.org/10.5465/amr.2015.0224>
- Craig, R., & Amernic, J. (2011). Detecting linguistic traces of destructive narcissism in a CEO's letter to shareholders. *Journal of Business Ethics*, 101(4), 563–575. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0731-8>
- Cragun, O. R., Olsen, K. J., & Wright, P. M. (2020). Making CEO Narcissism Research Great: A Review and Meta-Analysis of CEO Narcissism. *Journal of Management*, 46(6), 908–936.
- Cornell, B., & Shapiro, A. C. (2024). Corporate stakeholders, corporate valuation and ESG. *European Financial Management*. <https://doi.org/10.1111/eufm.12299>
- De Winter, J. C. F., Zadpoor, A. A., & Dodou, D. (2013). The expansion of Google Scholar versus Web of Science: a longitudinal study. *Scientometrics*, 98(2), 1547–1565. <https://doi.org/10.1007/s11192-013-1089-2>
- Dabbebi, A., Lassoued, N., & Khanchel, I. (2022). Peering through the smokescreen: ESG disclosure and CEO personality. *Managerial and Decision Economics*. <https://doi.org/10.1002/mde.3587>
- Donker, H., Nofsinger, J., & Shank, C. A. (2023). CEO narcissism and corporate misconduct. *Economics Letters*, 228, 111178. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2023.111178>

- Dung, L. T. (2024). Do all roads lead to Rome? CEO narcissism and the role of ethnic courtiers. *European Business Review*. <https://doi.org/10.1108/eb-02-2024-0081>
- Du, S., Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2011). Corporate Social Responsibility and Competitive Advantage: Overcoming the Trust Barrier. *Management Science*, 57(9), 1528–1545.
- Duarte, F. (2010). Working with Corporate Social Responsibility in Brazilian Companies: The Role of Managers' Values in the Maintenance of CSR Cultures. *Journal of Business Ethics*, 96(3), 355–368. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0470-9>
- Emmons, R. A. (1987). Narcissism: Theory and measurement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1), 11–17. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.1.11>
- Fedorova, E., Pavel Drogovoz, & Alexandr Nevredinov. (2024). The Impact of Disclosing Digitalization Information on Corporate Financial Performance. *Journal of Corporate Finance Research / Корпоративные Финансы* | ISSN 2073-0438, 18(2), 56–69. <https://doi.org/10.17323/j.jcfr.2073-0438.18.2.2024.56-69>
- Fedorova, E., Alexandr Nevredinov, & Pavel Drogovoz. (2024). The impact of CEO narcissism and optimism on capital structure under pandemic conditions. *Review of Behavioral Finance*, 16(4), 682–711. <https://doi.org/10.1108/rbf-04-2023-0087>
- Feng, M., Ge, W., Ling, Z., & Loh, W. T. (2023). Prosocial CEOs, corporate policies, and firm value. *Review of Accounting Studies*. <https://doi.org/10.1007/s11142-023-09761-0>
- Galbreath, J. (2013). ESG in focus: The role of governance in driving sustainability. *Journal of Business Ethics*, 118(1), 287–301. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1596-5>
- García-Meca, E., Ramón-Llorens, M.-C., & Martínez-Ferrero, J. (2021). Are narcissistic CEOs more tax aggressive? The moderating role of internal audit committees. *Journal of Business Research*, 129, 223–235. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.043>
- Gerstner, W. C., König, A., Enders, A., & Hambrick, D. C. (2013). CEO narcissism, audience engagement, and organizational adoption of technological discontinuities. *Administrative Science Quarterly*, 58(2), 257–291. <https://doi.org/10.1177/0001839213488775>
- Gomes, Y., Câmara, M., & Nakao, S. H. (2024). The moderating role of duality split on the relationship between CEO narcissism and earnings management. *Corporate Governance*, 24(6), 1237–1262. <https://doi.org/10.1108/cg-06-2023-0229>
- Greiner, M., Kim, J., & Cordon Thor, J. (2023). Narcissistic CEOs and their corporate political activity. *Journal of Business Research*, 163, 113930. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113930>
- Grewal, J., & Serafeim, G. (2020). Research on Corporate Sustainability: Review and Directions for Future Research. *Foundations and Trends® in Accounting*, 14(2), 73–127. <https://doi.org/10.1561/14000000061>
- Guo, B., & Huang, X. (2024). Digital transformation tone signal and the cost of equity: Evidence from Chinese listed companies. *Finance Research Letters*, 59, 104720. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.104720>
- Gupta, A., Nadkarni, S., & Mariam, M. (2018). Dispositional Sources of Managerial Discretion: CEO Ideology, CEO Personality, and Firm Strategies. *Administrative Science Quarterly*, 64(4), 000183921879312. <https://doi.org/10.1177/0001839218793128>
- Ham, C., Seybert, N., & Wang, S. (2017). Narcissism is a bad sign: CEO signature size, investment, and performance. *Review of Accounting Studies*, 23(1), 234–264. <https://doi.org/10.1007/s11142-017-9427-x>
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper Echelons: The Organization as a Reflection of Its Top Managers. *Academy of Management Review*, 9(2), 193–206.
- Hambrick, D. C., & Wowak, A. (2019). CEO Sociopolitical Activism: A Stakeholder Alignment Model. *Academy of Management Review*, 46(1). <https://doi.org/10.5465/amr.2018.0084>
- Harms, P. D., White, J. V., & Fetzey, T. N. A. (2024). Dark clouds on the horizon: Dark personality traits and the frontiers of the entrepreneurial economy. *Journal of Business Research*, 171, 114364. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114364>
- Hong, J., Lee, J., & Roh, T. (2021). The effects of CEO narcissism on corporate social responsibility and irresponsibility. *Managerial and Decision Economics*. <https://doi.org/10.1002/mde.3500>
- Hou, Z., Fairchild, R., & Perotti, P. (2024). CEO Narcissism and Credit Ratings. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-024-05691-2>
- Hrazdil, K., Mahmoudian, F., & Nazari, J. A. (2021). Executive personality and sustainability: Do extraverted chief executive officers improve corporate social responsibility? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. <https://doi.org/10.1002/csr.2116>
- Imen Khanchel, Naima Lassoued, & Cyrine Khiari. (2023). Watch me invest: Does CEO narcissism affect green innovation? CEO personality traits and eco-innovation. *Business Ethics, the Environment and Responsibility*. <https://doi.org/10.1111/beer.12621>

- Imen Khanchel, Naima Lassoued, & Zahra Souguir. (2024). Corporate social responsibility and earnings management: The moderating effect of CEO personality traits. *European Management Review*. <https://doi.org/10.1111/emre.12695>
- Imen Khanchel, Naima Lassoued, & Baccar, I. (2023). Sustainability and firm performance: the role of environmental, social and governance disclosure and green innovation. *Management Decision*, 9(61). <https://doi.org/10.1108/md-09-2021-1252>
- Ingersoll, A. R., Glass, C., Cook, A., & Olsen, K. J. (2017). Power, Status and Expectations: How Narcissism Manifests Among Women CEOs. *Journal of Business Ethics*, 158(4), 893–907. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3730-0>
- Javeed, S., & Lefen, L. (2019). An Analysis of Corporate Social Responsibility and Firm Performance with Moderating Effects of CEO Power and Ownership Structure: A Case Study of the Manufacturing Sector of Pakistan. *Sustainability*, 11(1), 248. <https://doi.org/10.3390/su11010248>
- Judge, T. A., Piccolo, R. F., & Kosalka, T. (2009). The bright and dark sides of leader traits: A review and theoretical extension of the leader trait paradigm. *The Leadership Quarterly*, 20(6), 855–875. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2009.09.004>
- J.H. John Kim, & Anderson, R. (2024). CEO narcissism and the agency cost of debt. *Journal of Empirical Finance*, 77, 101477–101477. <https://doi.org/10.1016/j.jempfin.2024.101477>
- Jamel Chouaibi, Wafa Jilani, & Salim Chouaibi. (2023). CEO's Characteristics and CSR Disclosure: Evidence from Islamic Banks across MENA Region. *Asian Academy of Management Journal*, 28(1). <https://doi.org/10.21315/aamj2023.28.1.14>
- Jeon, H.-J. (2024). CEO narcissism and asymmetric cost behavior. *The North American Journal of Economics and Finance*, 70, 102076–102076. <https://doi.org/10.1016/j.najef.2023.102076>
- Jiang, J., Seng, J., Huo, W., & Shi, J. (2024). Mitigating managerial short-sightedness in green technology innovation and corporate financial performance: The role of "National Team" shareholding. *International Review of Financial Analysis*, 103622–103622. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2024.103622>
- Johnson, E. N., Kidwell, L. A., Lowe, D. J., & Reckers, P. M. J. (2017). Who Follows the Unethical Leader? The Association Between Followers' Personal Characteristics and Intentions to Comply in Committing Organizational Fraud. *Journal of Business Ethics*, 154(1), 181–193. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3457-y>
- Julien Le Maux, & Smaili, N. (2023). CEO narcissism, board of directors and disclosure quality: evidence from the readability of CEO letter. *International Journal of Disclosure and Governance*. <https://doi.org/10.1057/s41310-023-00200-9>
- Kalbuana, N., Yulianingsih, W., Supartha, I. W., & Andini, N. N. (2023). The role of CEO narcissism in influencing corporate innovation and risk-taking. *Asian Journal of Business and Accounting*, 16(1), 123–140.
- Kashmiri, S., Nicol, C. D., & Arora, S. (2017). Me, myself, and I: Influence of CEO narcissism on firms' innovation strategy and the likelihood of product-harm crises. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(5), 633–656. <https://doi.org/10.1007/s11747-017-0535-8>
- Khanchel, I., Lassoued, N., & Khiari, C. (2024). Is eco-innovation the virtue of CEO grandiosity? The moderating roles of CEO ancestor origins and CEO tenure. *Journal of Organizational Change Management*, 37(5), 965–987. <https://doi.org/10.1108/jocm-02-2023-0047>
- Khoo, S.-Y., Perotti, P., Thanos Verousis, & Watermeyer, R. (2024). Vice-chancellor narcissism and university performance. *Research Policy*, 53(1), 104901–104901. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2023.104901>
- Khuong, N. V., Nguyen Nhat Anh, Trang, N. T., Uyen, T. H., & Khanh, N. (2024). Is CEO power linked to corporate social responsibility disclosure? Evidence from an emerging economy. *Business Strategy & Development*, 7(3). <https://doi.org/10.1002/bsd2.415>
- Kim, J., Lee, H. W., Gao, H., & Johnson, R. E. (2021). When CEOs are all about themselves: Perceived CEO narcissism and middle managers' workplace behaviors amid the COVID-19 pandemic. *Journal of Applied Psychology*, 106(9), 1283–1298. <https://doi.org/10.1037/apl0000965>
- Kind, F. L., Zeppenfeld, J., & Lueg, R. (2023). The impact of chief executive officer narcissism on environmental, social, and governance reporting. *Business Strategy and the Environment*. <https://doi.org/10.1002/bse.3375>
- Kouaib, A., Bouzoutina, A., & Jarboui, A. (2021). Exploring the nexus between CEO psychological biases, corporate social responsibility and corporate governance: evidence from the European real estate companies. *International Journal of Managerial and Financial Accounting*, 13(2), 183. <https://doi.org/10.1504/ijmfa.2021.117761>
- Lartey, T., Kesse, K., & Danso, A. (2020). CEO EXTRAVERSION AND CAPITAL STRUCTURE DECISIONS: THE ROLE OF FIRM DYNAMICS, PRODUCT MARKET COMPETITION, AND FINANCIAL CRISIS. *Journal of Financial Research*. <https://doi.org/10.1111/jfir.12227>

- Lassoued, N., & Khanchel, I. (2022). Voluntary CSR disclosure and CEO narcissism: the moderating role of CEO duality and board gender diversity. *Review of Managerial Science*. <https://doi.org/10.1007/s11846-022-00555-3>
- Lassoued, N., & Khanchel, I. (2021). Impact of COVID-19 Pandemic on Earnings Management: An Evidence from Financial Reporting in European Firms. *Global Business Review*, 097215092110534. <https://doi.org/10.1177/09721509211053491>
- Liu, M.-H., Tian, S., & Zhang, Y. (2023). CEO marital status and corporate tax planning behavior. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 61(4), 1207–1242. <https://doi.org/10.1007/s11156-023-01178-9>
- Liu, Q., Yuan, F., Wu, F., & Yu, S. (2024). Digital transformation and management earnings forecast. *International Review of Economics and Finance*, 96, 103570. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2024.103570>
- Luo, X., & Bhattacharya, C. B. (2006). Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value. *Journal of Marketing*, 70(4), 1–18. <https://doi.org/10.1509/jmkg.70.4.001>
- Li, D., Jiang, J., Zhang, L., & Wang, D. (2023). Do CEO's early-life marketisation experiences affect corporate social responsibility? *Total Quality Management & Business Excellence*, 34(13-14), 1733–1763. <https://doi.org/10.1080/14783363.2023.2203378>
- Liang, J., Jain, A., Newman, A., Mount, M. P., & Kim, J. (2024). Motivated to be socially responsible? CEO regulatory focus, firm performance, and corporate social responsibility. *Journal of Business Research*, 176, 114578–114578. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114578>
- Lin, F., Lin, S.-W., & Fang, W.-C. (2022). Impact of CEO narcissism and hubris on corporate sustainability and firm performance. *The North American Journal of Economics and Finance*, 59, 101586. <https://doi.org/10.1016/j.najef.2021.101586>
- Liu, X., Zhang, L., Gupta, A., Zheng, X., & Wu, C. (2022). Upper Echelons and Intra Organizational Learning: How Executive Narcissism Affects Knowledge Transfer among Business Units. *Strategic Management Journal*. <https://doi.org/10.1002/smj.3406>
- Liu, Y., Li, Y., Hao, X., & Zhang, Y. (2019). Narcissism and learning from entrepreneurial failure. *Journal of Business Venturing*, 34(3), 496–512. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.01.003>
- Lv, J., Zhang, S., & Zhang, S. (2022). Hometown sentiment: CEO hometown identity and company audit fees. *Managerial Auditing Journal*. <https://doi.org/10.1108/maj-01-2022-3431>
- Martínez-Ferrero, J., García-Meca, E., & M. Camino Ramón-Llorens. (2023). What if my boss is a narcissist? The effects of chief executive officer narcissism on female proportion in top management teams. *Business Ethics, the Environment and Responsibility*. <https://doi.org/10.1111/beer.12559>
- Martínez-Ferrero, J., Ramón-Llorens, M. C., & García-Meca, E. (2024). CEO narcissism and ESG misconduct. *Research in International Business and Finance*, 69, 102284. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2024.102284>
- Martínez-Ferrero, J., García-Meca, E., & M. Camino Ramón-Llorens. (2023). What if my boss is a narcissist? The effects of chief executive officer narcissism on female proportion in top management teams. *Business Ethics, the Environment and Responsibility*. <https://doi.org/10.1111/beer.12559>
- Mata, J., & Khan, U. (2020). CEO narcissism and innovation strategy: Evidence from CEOs' successions. *Academy of Management Proceedings*, 2020(1), 16532. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2020.16532abstract>
- Näcke, P. (1899). *Der Homosexualismus, eine biologische-psychologische Studie [Homosexuality, a biological-psychological study]*. Allgäuer Zeitungsverlag.
- Nawang Kalbuana, Muhamad Taqi, Uzliawati, L., & Dadan Ramdhani. (2023). CEO narcissism, corporate governance, financial distress, and company size on corporate tax avoidance. *Cogent Business & Management*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2167550>
- O'Reilly, C. A., & Chatman, J. A. (2020). Transformational Leader or narcissist? How Grandiose Narcissists Can Create and Destroy Organizations and Institutions. *California Management Review*, 62(3), 5–27.
- O'Reilly, C. T., Cao, X., & Sull, D. N. (2023). CEO Personality: The Cornerstone of Organizational Culture? *Group & Organization Management*, 105960112311765-105960112311765. <https://doi.org/10.1177/10596011231176591>
- Oelrich, S., & Chwolka, A. (2024). When deviants talk: the role of Dark Triad traits and moral reasoning in whistleblowing. *Journal of Management Control*. <https://doi.org/10.1007/s00187-024-00379-0>
- Osagie, E. R., Wesselink, R., Blok, V., Lans, T., & Mulder, M. (2014). Individual Competencies for Corporate Social Responsibility: A Literature and Practice Perspective. *Journal of Business Ethics*, 135(2), 233–252. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2469-0>
- Oktari, V., & Wiwiek Dianawati. (2023). Dividend policy, CEO Narcissism, and its influence on companies in Indonesia: A Behavioral Theory of the Firm approach. *Cogent Economics & Finance*, 11(2). <https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2276560>

## O que sabemos e o que precisamos saber sobre o impacto da liderança narcisista na Responsabilidade Social Corporativa?

- Oliveira, A. P. S. da, & Garcia, I. A. S. (2023). Influência dos traços de personalidade narcisista dos CEOs no endividamento das empresas da B3. *Revista Contabilidade & Finanças*. <https://doi.org/10.1590/1808-057x20231834.pt>
- Palmer, J. C., Holmes, R. M., & Perrewé, P. L. (2020). The Cascading Effects of CEO Dark Triad Personality on Subordinate Behavior and Firm Performance: A Multilevel Theoretical Model. *Group & Organization Management*, 45(2), 143–180. <https://doi.org/10.1177/1059601120905728>
- Peng, L. S., & Isa, M. (2020). Environmental, social and governance (ESG) practices and performance in Shariah firms: Agency or stakeholder theory? *Asian Academy of Management Journal of Accounting and Finance*, 16(1), 1–34.
- Pertuz-Peralta, V., Arias-Pérez, J., & Daza-Calier, Y. (2020). Knowledge sharing among academics: why organizational narcissism in higher education matters? *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/vjikms-03-2020-0044>
- Petrenko, O. V., Aime, F., Ridge, J., & Hill, A. (2016). Corporate social responsibility or CEO narcissism? CSR motivations and organizational performance. *Strategic Management Journal*, 37(2), 262–279. <https://doi.org/10.1002/smj.2348>
- Praditasari, N., & Setiawan, D. (2017). CEO narcissism and financial reporting quality. *Journal of Applied Business and Economics*, 19(10), 84–92.
- Pucheta-Martínez, M. C., & Chiva-Ortells, C. (2018). Gender diversity on boards of directors and financial performance: International evidence. *Journal of Business Ethics*, 155(4), 1051–1070.
- Qiao, P., Long, Y., Fung, H.-G., & Kao, E. H.-C. (2022). Narcissistic leaders and corporate cash Holdings: Evidence in China. *The North American Journal of Economics and Finance*, 59, 101567. <https://doi.org/10.1016/j.najef.2021.101567>
- Raimo, N., Vitolla, F., Marrone, A., & Rubino, M. (2021). The role of board characteristics in obtaining legitimacy for integrated reporting. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(2), 883–897. <https://doi.org/10.1002/csr.2098>
- Raskin, R. N., & Hall, C. S. (1979). A Narcissistic Personality Inventory. *Psychological Reports*, 45(2), 590–590. <https://doi.org/10.2466/pr0.1979.45.2.590>
- Raskin, R., & Shaw, R. (1988). Narcissism and the Use of Personal Pronouns. *Journal of Personality*, 56(2), 393–404. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1988.tb00892.x>
- Rehman, S.-U., Alami, R., & Abidi, N. (2024). CEO psychological biases, firm performance and alternative mechanisms in transition economies: Evidence from Malaysia. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2316189>
- Resick, C. J., Nadkarni, S., Chu, J., Chen, J., Lien, W., Margolis, J. A., & Shao, P. (2022). I Did It My Way: CEO Core Self-Evaluations and the Environmental Contingencies on Firm Risk-Taking Strategies. *Journal of Management Studies*. <https://doi.org/10.1111/joms.12872>
- Rijsenblit, A., & Commandeur, H. (2013). The influence of CEO personality on corporate decision-making. *Journal of Business Research*, 66(4), 569–577.
- Rovelli, P., Massis, A., & Gómez-Mejía, L. (2022). Are narcissistic CEOs good or bad for family firm innovation? *Human Relations*, 76(5), 776–806. <https://doi.org/10.1177/00187267221076834>
- Salehi, M., Arianpoor, A., & Naghshbandi, N. (2021). The relationship between managerial attributes and firm risk-taking. *The TQM Journal*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/tqm-10-2020-0246>
- Salehi, M., & Nazanin Bashirimanesh. (2024). The effect of political connections on the relationship between managers' personality traits and corporate social responsibility disclosure. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/jiabr-10-2023-0329>
- Shirokova, G., Galieva, N., White, J. V., & Doktorova, D. (2023). Narcissism, workaholism, family support and new venture performance: a moderated mediation model. *Small Business Economics*, 63(1), 379–419. <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00831-w>
- Signori, S., San-Jose, L., Retolaza, J. L., & Rusconi, G. (2021). Stakeholder value creation: Comparing ESG and value added in European companies. *Sustainability*, 13(3), 1392. <https://doi.org/10.3390/su13031392>
- Song, J., Peng, X., Ali, S., Horsey, E. M., & Huang, J. (2024). The relationship between CEO narcissism and hybrid organising. *Asian Business & Management*, 23(5), 767–791. <https://doi.org/10.1057/s41291-024-00272-7>
- Tandon, A., Dhir, A., Madan, P., Srivastava, S., & Juan Luis Nicolau. (2023). Green and non-green outcomes of green human resource management (GHRM) in the tourism context. *Tourism Management*, 98, 104765–104765. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104765>
- Turner, K., Feray Adiguzel, & Sidhu, J. (2024). Chief executive officer narcissism, corporate inertia, and securities analysts' stock recommendations. *Strategic Organization*. <https://doi.org/10.1177/14761270231218096>

- Van Scotter, J.R. Narcissism in CEO research: a review and replication of the archival approach. *Manag Rev Q* 70, 629–674 (2020).
- Vitanova, I. (2019). Nurturing overconfidence: The relationship between leader power, overconfidence and firm performance. *The Leadership Quarterly*, 32(4), 101342. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2019.101342>
- Wang, Z., Hu, X., & Yu, F. (2023). How does CEO narcissism affect enterprise ambidextrous technological innovation? The mediating role of corporate social responsibility. *PLOS ONE*, 18(1), e0280758. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0280758>
- Wang, Z., Kling, G., & Rejchrt, P. (2023). Kindness or hypocrisy: political mindset and corporate social responsibility decoupling in Chinese firms. *The European Journal of Finance*, 30(5), 1–25. <https://doi.org/10.1080/1351847x.2023.2208621>
- Wang, Y., & He, P. (2024). Enterprise digital transformation, financial information disclosure and innovation efficiency. *Finance Research Letters*, 59, 104707. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.104707>
- Williams, E. A., McCombs, K. M., Pillai, R., & Lowe, K. B. (2024). CEO dark triad traits and organization COVID-19 response: the mediating effect of COVID-19 anxiety and moderating effect of follower self-leadership. *Journal of Managerial Psychology*, 39(2), 215–228. <https://doi.org/10.1108/jmp-03-2023-0147>
- Wright, P. (2022). Woke Corporations and Worldview: Making Moral Proclamations from Shaky Moral Foundations. *Academy of Management Perspectives*. <https://doi.org/10.5465/amp.2021.0187>
- Yang, H., Shi, X., & Syed. (2024). Can heterogeneous media attention invigorate green technological innovation: A moderating role of chief executive officer narcissism. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 31(5), 3804–3822. <https://doi.org/10.1002/csr.2774>
- Yang, L., Yang, J., Zhang, C., & Lu, L. (2023). CEO narcissism and cross-boundary growth: Evidence from Chinese publicly listed manufacturing firms. *Asian Business & Management*, 22(5), 2164–2188. <https://doi.org/10.1057/s41291-023-00246-1>
- Yang, J., Ying, L., & Xu, X. (2024). Digital transformation and accounting information comparability. *Finance Research Letters*, 61, 104993. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.104993>
- Yang, H., Shi, X., & Wang, S. (2021). Moderating Effect of Chief Executive Officer Narcissism in the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Green Technology Innovation. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.717491>
- Yook, K., & Lee, S. (2020). Chief executive officer narcissism and firm value: The mediating role of corporate social responsibility in the South Korean context. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. <https://doi.org/10.1002/csr.1918>
- Zengin-Karaibrahimoglu, Y., Emanuels, J., Gold, A., & Wallage, P. (2021). Audit committee strength and auditors' risk assessments: The moderating role of CEO narcissism. *International Journal of Auditing*. <https://doi.org/10.1111/ijau.12243>
- Zhang, Z., Gong, M., Jia, M., & Zhu, Q. (2022). Why and when does CFO ranking in top management team informal hierarchy affect entrepreneurial firm initial public offering fraud? *Journal of Management Studies*. <https://doi.org/10.1111/joms.12882>
- Zhong, X., Ren, L., & Song, T. (2021). Beyond Market Strategies: How Multiple Decision-Maker Groups Jointly Influence Underperforming Firms' Corporate Social (Ir)responsibility. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04796-2>
- Zhou, J., Bu, M., & Jia, L. (2022). Leader humility and inter-firm collaboration: the moderating role of firm status and environmental uncertainty. *Leadership & Organization Development Journal*, 43(6), 953–977. <https://doi.org/10.1108/loj-12-2021-0538>
- Zhu, D. H., & Chen, G. (2015). CEO narcissism and the impact of prior board experience on corporate strategy. *Administrative Science Quarterly*, 60(1), 31–65. <https://doi.org/10.1177/0001839214554989>
- Zhu, J., & Liu, W. (2020). A tale of two databases: the use of Web of Science and Scopus in academic papers. *Scientometrics*, 123(1), 321–335. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11192-020-03387-8>
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric Methods in Management and Organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429–472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>
- Wang, Z., Hu, X., & Yu, F. (2023). How does CEO narcissism affect enterprise ambidextrous technological innovation? The mediating role of corporate social responsibility. *PLOS ONE*, 18(1), e0280758. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0280758>
- Tang, Y., Mack, D. Z., & Chen, G. (2018). The differential effects of CEO narcissism and hubris on corporate social responsibility. *Strategic Management Journal*, 39(5), 1370–1387. <https://doi.org/10.1002/smj.2761>
- Vlachos, P. A., Tsamakos, A., Vrechopoulos, A. P., & Avramidis, P. K. (2009). Corporate social responsibility: attributions, loyalty, and the mediating role of trust. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 37(2), 170–180. <https://doi.org/10.1007/s11747-008-0117-x>

## DADOS DOS AUTORES

### Camilla Araújo Amaral Duarte

Universidade Federal Rural do Semi-Árido – UFERSA  
Especialista em Contabilidade e Planejamento Tributário – UFERSA  
Mestranda em Administração – UFERSA  
Email: camilla.duarte@alunos.ufersa.edu.br  
ORCID: 0000-0002-8158-1964

### Jocykleber Meireles de Souza

Universidade Federal da Paraíba – UFPB  
Mestre em Ciências Contábeis – UFRN  
Doutorando em Ciências Contábeis – UFPB  
Email: jocykleber@live.com  
ORCID: 0000-0001-9726-1183

### Lívia Samara Maia Bandeira

Universidade Federal Rural do Semi-Árido – UFERSA  
Mestranda em Administração – UFERSA  
Email: livia.bandeira@alunos.ufersa.edu.br  
ORCID: 0009-0009-4187-7080

### Dário Policarpo dos Santos Moreira

Universidade Federal Rural do Semi-Árido – UFERSA  
Mestrando em Administração – UFERSA  
Email: dario.moreira@alunos.ufersa.edu.br  
ORCID: 0000-0003-1710-4052

### Contribuição dos Autores:

Contribuição	Camilla Araújo Amaral Duarte	Jocykleber Meireles de Souza	Lívia Samara Maia Bandeira	Dário Policarpo dos Santos Moreira
1. Concepção do assunto e tema da pesquisa	✓	✓		
2. Definição do problema de pesquisa	✓	✓		
3. Desenvolvimento das hipóteses e constructos da pesquisa (trabalhos teórico-empíricos)				
4. Desenvolvimento das proposições teóricas (trabalhos teóricos os ensaios teóricos)	✓	✓	✓	
5. Desenvolvimento da plataforma teórica	✓	✓		
6. Delineamento dos procedimentos metodológicos	✓		✓	
7. Processo de coleta de dados			✓	✓
8. Análises estatísticas	✓			
9. Análises e interpretações dos dados coletados	✓	✓		
10. Considerações finais ou conclusões da pesquisa			✓	✓
11. Revisão crítica do manuscrito		✓		✓
12. Redação do manuscrito	✓	✓	✓	