

**GERENCIAMENTO DE IMPRESSÃO DAS NARRATIVAS CONTÁBEIS DA VALE S.A. EM
DETRIMENTO DO ROMPIMENTO DA BARRAGEM DE BRUMADINHO**

JONAS ROSSO CADORIN

UFSC UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

VIVIANE THEISS

UFSC UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

GERENCIAMENTO DE IMPRESSÃO DAS NARRATIVAS CONTÁBEIS DA VALE S.A. EM DETRIMENTO DO ROMPIMENTO DA BARRAGEM DE BRUMADINHO

1 INTRODUÇÃO

As narrativas contábeis correspondem às palavras empregadas no processo de comunicação da empresa com seus *stakeholders*, em que existem muitas partes envolvidas na cadeia de fornecimento de informações, que envolvem os preparadores das narrativas, auditores, analistas, investidores, mídia e imprensa de negócios (BEATTIE, 2014). Entretanto, grandes partes das narrativas elaboradas não passam por auditorias específicas e, conseqüentemente, ficam sujeitas a manipulações.

Analisar as divulgações contábeis narrativas é importante para esclarecer se informações mais complexas são deliberadamente enviadas pelos gerentes para alterar as percepções dos leitores (CLATWORTHY; JONES, 2001; RUTHERFORD, 2005). O oportunismo gerencial, incentivado pela hipótese de ofuscação da administração - onde a complexidade textual é usada para ofuscar resultados negativos - pode culminar em informações mais complexas (BLOOMFIELD, 2005).

Há uma literatura substancial sobre gerenciamento de impressões nos relatórios financeiros. Os gerentes podem usar o gerenciamento de ganhos, em narrativas, gráficos e figuras/fotografias para gerenciar a impressão, que transmite aos usuários algo positivo nos relatórios financeiros publicados (BEATTIE; DHANANI; JONES, 2008). O comportamento dos atores humanos em ambiente de incerteza em detrimento de um evento negativo para a empresa pode ser oportunista, pois podem coexistir múltiplas motivações de natureza econômica e social para a realização do gerenciamento de impressão (FESTRÉ, 2010).

Pela comunicação, a gerência é motivada pelo desejo de apresentar uma visão egoísta do desempenho corporativo (NEU *et al.*, 1998). Isso se torna evidente em comportamentos do gerenciamento de impressões descritos por Merkl-Davies e Brennan (2007), dissimulação e atribuição. A dissimulação visa ocultar o fraco desempenho da empresa e ressaltar os sucessos, seja pela narrativa que ofusca a má notícia, pela narrativa que dá ênfase para as boas notícias nas informações verbais, ou ainda, para a narrativa que dá ênfase para as boas notícias da informação numérica. O comportamento de atribuição caracteriza as narrativas que atribui a fatores externos (ou fatores fora do controle da gerência) o baixo desempenho, enquanto o bom desempenho é atribuído a fatores internos, como as estratégias da própria gerência (HELLMANN; SOOD, 2020).

Para Clatworthy e Jones (2001), o gerenciamento de impressão pode estar relacionado com a tendência de indivíduos ou organizações de usarem a informação de forma seletiva para apresentar-se de forma favorável à sua contabilidade, como se fosse uma fotografia, que demonstra a sua situação atual, editada para parecer melhor. Isso pode ser motivado pelo desejo dos gerentes de utilizar os relatórios financeiros como agenda e apresentar uma visão positiva de seu desempenho. Essa prática pode ser verificada em todas as empresas, porém, com mais frequência, naquelas com baixo desempenho econômico-financeiro. As evidências demonstram uma relação de fraude com gerenciamento de impressões nos casos de colapso das empresas norte-americanas Enron e Worldcom em 2003 e que o gerenciamento de impressões pode ter conseqüências econômicas danosas aos investidores e a outros interessados (CLATWORTHY; JONES, 2001).

2 PROBLEMA DE PESQUISA

O gerenciamento de impressões foi introduzido pela primeira vez por Goffman na década de 1950, e descreve sobre os esforços de um ator (isto é, uma pessoa envolvida), que usa narrativas para criar, proteger, manter ou alterar uma imagem mantida por uma audiência (ou seja, um indivíduo ou grupo interagindo com o ator). Essas imagens são de qualquer

personagem ou comportamento que um ator procura projetar para um público, tendo em mente que o objetivo do ator é controlar a opinião ou impressão de um público através do controle de informações durante situações sociais.

Goffman considera que na cultura anglo-americana existem dois tipos de bom senso, das quais ele formula seu conceito de comportamento: a representação verdadeira, sincera e honesta, por um lado, e a falsa, por outro. Devemos encarar as representações verdadeiras como algo não organizado e não intencional em relação aos fatos. A identidade é estabelecida; é tentada influência para melhorar, sustentar ou defender uma imagem (BOLINO; KACMAR; TURNLEY; GILSTRAP, 2008).

Entretanto, dependendo da forma como esse gerenciamento de impressão é usado, pode persuadir os interessados na organização a tomarem decisões conforme a sua necessidade, como um meio de fornecer informação tendenciosa e enganar o investidor (MERKL-DAVIES; BRENNAN; MCLEAY, 2011).

Beelitz e Merkl-Davies (2012) analisaram o discurso de gestores durante um período de seis meses após um grave incidente em uma usina nuclear alemã, que ameaçou a legitimidade não apenas desta empresa, mas de todo o setor de usinas nucleares. Constataram que as narrativas representaram um valioso meio para restaurar a legitimidade organizacional, no caso das regras e normas sociais violadas.

No Brasil, houve o enfrentamento de dois grandes desastres envolvendo a ruptura de barragens de rejeitos de minério de ferro: a barragem de Fundão (5 de novembro de 2015) e a barragem de Brumadinho (25 de janeiro de 2019). As falhas nas barragens de rejeitos costumavam ser consideradas eventos raros, mas nos últimos 20 anos, o número de falhas nas barragens de rejeitos dobrou (ARMSTRONG *et al.*, 2019).

Em 5 de novembro de 2015, a barragem de Fundão, de propriedade da Samarco, cuja a propriedade é controlada pela BHP Billiton e a Vale S.A, rompeu, derramando mais de 50 milhões de m³ de lama contendo rejeitos de minério no meio ambiente e matando 19 pessoas. Os impactos de curto prazo nas águas do rio doce incluíram um aumento na turbidez e no ferro e levaram a alterações nos perfis metabólicos microbianos induzidos pelo rejeito de minério (CORDEIRO *et al.*, 2019).

Brumadinho, Minas Gerais. Sexta feira, 25 de janeiro de 2019, 12h 28min 25s rompe a barragem de rejeitos (B1) da mina Córrego do Feijão, da mineradora Vale S.A. Imediatamente após, o presidente da empresa, Fabio Schvartsman, declarava “*o dano ambiental será muito menor que o de Mariana, mas a tragédia humana deverá ser maior*” (FREITAS, 2019, p.1).

Diante dos argumentos apresentados, tem-se a seguinte problemática da pesquisa, como estão representadas as estratégias de gerenciamento de impressão de dissimulação, pela manipulação da facilidade de leitura e manipulação temática, nas narrativas contábeis na comunicação corporativa, quando do rompimento da barragem de Brumadinho, pertencente à empresa Vale S.A.? Este estudo investiga como estão representadas as estratégias de gerenciamento de impressão de dissimulação, pela manipulação da facilidade de leitura e manipulação temática, nas narrativas contábeis na comunicação corporativa, quando do rompimento da barragem de Brumadinho, pertencente a empresa Vale S.A.

A presente pesquisa traz uma análise qualitativa das narrativas contábeis divulgados pela Vale S.A. A técnica utilizada neste trabalho é a análise de conteúdo de narrativas divulgadas antes e depois o evento pela empresa. As narrativas examinadas são encontradas em documentos organizacionais disponibilizados no *website* da companhia, advindos de mensagens da presidência em relatórios anuais de sustentabilidade, relatório da administração e formulários de referência.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Gerenciamento de Impressão da Comunicação Corporativa

O gerenciamento de impressões envolve os processos pelos quais as pessoas controlam como são percebidas pelos outros. Segundo Mendonça, Vieira e Espírito Santo (1999), se refere ao controle das impressões através de seus comportamentos, motivações, moralidade e atributos. O que demonstra a amplitude do gerenciamento de impressões, pois podem ser controlados por grupos e organizações como um todo, entretanto, não há um consenso quanto à intenção por trás desse gerenciamento. De acordo com Cunha e Silva (2018), esse ato deve ser deliberado, pois o processo de comunicação apenas se consuma quando é pretendido pelos autores (CUNHA. SILVA, 2008, p. 13).

Nesse sentido, dentro da dinâmica empresarial, o gerenciamento da impressão é muito importante, pois ela diz respeito à possibilidade de construir uma imagem positiva da empresa frente o mercado. A teoria do gerenciamento da impressão faz com que as pessoas compreendam o esforço promovido pelas empresas na construção de uma imagem positiva e na tentativa de influenciar outras pessoas a sua volta (SPEAR; ROPER, 2013).

Uma técnica interessante para se promover uma boa influência dentro dessa dinâmica empresarial é tentar influenciar a impressão por meio da divulgação de índices de desempenho positivos obtidos pela organização em um determinado lugar, incluindo nesses dados índices contábeis, por esse motivo o gerenciamento da contabilidade pode ser fundamental na formação de uma imagem positiva na empresa. Assim, o crescimento da parte textual das demonstrações contábeis aumenta a oportunidade deste gerenciamento (BONFIM *et al.*, 2018).

De acordo com os autores Healy e Palepu (2001), o gerenciamento da boa impressão, está ligado a evidenciação voluntária, assim algumas ações promovidas pela empresa podem ampliar a sua imagem positiva, como aspectos positivos no ambiente de negócios, com destaque: (i) transação, percepção que a evidenciação voluntária é relevante para emitir ação ou obter empréstimo ou comprar outra empresa; (ii) atividades de controle os gestores usam a evidenciação voluntária para explicar desempenho ruim; (iii) compensação de bonificações por desempenho, que fornecem incentivos para evidenciação; (iv) litígio, possibilidade que pode criar incentivos para redução da evidenciação se os gestores acreditam que o sistema legal pode penalizar os atos de gestão; (v) habilidade de sinalização, a evidenciação informa aos investidores que os gestores são talentosos em antecipar as mudanças futuras; e (vi) risco, evidenciação vinculada a competição com outras empresas.

É importante mencionar duas características distintas: as técnicas de gerenciamento de impressão e os comportamentos de gerenciamento estratégico de impressões. De acordo com Rosenfeld (2007), as táticas de gerenciamento de impressões têm como objetivo criar no alvo uma impressão positiva fugaz, de curto prazo. Por outro lado, comportamentos de gerenciamento estratégicos de impressões têm objetivos de mais longo prazo, procurar estabelecer identidades de longo prazo envolvendo credibilidade, competência e confiabilidade de uma pessoa ou de algo.

Stanton *et al.* (2004) mencionam a possibilidade de usar o gerenciamento de impressões de forma proativa ou protecionista. Sendo que quando usada de forma proativa tem a intenção de promover imagem da empresa. Nesses casos, o conceito é de construção da imagem que conquiste e aos *stakeholders*, bem como conseguir sua aprovação sobre o desempenho da empresa. De outra forma, quando feito de forma protecionista, o gerenciamento é usado para proteger a imagem da empresa, frente à ameaça de desempenho ruim. A estratégia pode ser mudar a forma da narrativa para dissimular as causas de desempenho ruim, apresentando a empresa sob uma ótica positiva futura.

Empresas ligadas ao meio ambiente e com áreas de sustentabilidade chamam a atenção das autoridades públicas e de toda a população em geral. Percebe-se o apelo ao desenvolvimento de uma imagem positiva pela sustentabilidade, por isso essas empresas utilizam-se desse fator

para favorecerem o gerenciamento da sua impressão diante da sociedade (VEIGA, 2005).

Dentre as principais técnicas utilizadas pelas organizações para transmitir ao público em geral informações referentes ao seu desempenho na área econômica, social e ambiental é a formulação de Relatórios Técnicos de Gestão, entre eles os Relatórios de Sustentabilidade empresarial (KPMG, 2011). Os dados apresentados nesses documentos possuem uma força vinculante muito interessante, que proporciona uma imagem muito positiva as empresas. Nesses documentos é muito comum a manipulação simbólica das informações, que se utilizam do processo de comunicação para transmitir as pessoas informações positivas e que transmitam uma boa percepção da empresa (MOREIRA, 2002).

Em estudo realizado por Mendonça e Amantino-de-Andrade (2003), os autores concluem que, as organizações desejam obter a legitimidade organizacional e engajam-se no gerenciamento de impressões, buscando criar e enviar a seu público, mensagens que retratam estruturas ou ações, reais ou fictícias, congruentes com as demandas do ambiente técnico-institucional.

Em um contexto de relatório corporativo, o gerenciamento de impressões é considerado como fundamental para a empresa e apresenta como um de seus objetivos: controlar a opinião que as pessoas apresentam da companhia (externa). Uma das formas de atingir esse objetivo é intervir nas impressões, que as pessoas apresentam das informações contábeis, isso pode ser feita de diversas maneiras, desde a apresentação de dados, gráficos, entre outras alternativas (CLATWORTHY; JONES, 2001).

3.2 Estratégias de Dissimulação do Gerenciamento de Impressão

Entre as estratégias de gerenciamento de impressão que podem ser executadas pela organização, destaca-se a dissimulação, pela ofuscação ou ocultação de informações e pela ênfase em boas notícias, manejadas de maneira verbal ou numérica, seja por meio da apresentação ou divulgação de informações (MERKL-DAVIES; BRENNAN, 2007).

3.2.1 Ofuscação das más notícias

O gerenciamento de impressões pode ser usado para ocultar informações, através da manipulação das informações transmitidas. Os gerentes podem usar uma linguagem mais difícil de ler para ofuscar o desempenho corporativo negativo (manipulação sintática), podem também escolher palavras positivas ou negativas (manipulação temática) para persuadir ou impressionar os leitores e ocultar o desempenho negativo (MERKL-DAVIES; BRENNAN, 2007).

Em relatórios publicados, boas notícias tendem a ter maior legibilidade para os investidores, enquanto más notícias podem ser ofuscadas (ADELBERG, 1979; CLATWORTHY; JONES, 2001; COURTIS, 1998; KOHUT; SEARS, 1992; SUBRAMANIAN; INSLEY; BLACKWELL, 1993). Outras técnicas dentro desse contexto podem ser utilizadas, como por exemplo, os comportamentos tático-defensivos, que incluem as desculpas, a responsabilização e a negação (GARDNER; PAOLILLO, 2009). Nesse âmbito também surgem às explicações, que na maioria das vezes são muito positivos e consistem em esforços mobilizados pelas organizações para explicar e desfazer o embaraço, buscando, assim, restaurar sua reputação (MOHAMED *et al.*, 1999).

Outro termo utilizado pelas empresas e que transmite uma característica muito positiva é a retratação. De acordo com Schlenker (1980), a retratação envolve explicações que são oferecidas antes de uma ação potencialmente embaraçosa com o objetivo de repelir qualquer repercussão negativa à imagem da organização. Mohamed *et al.* (1999) apontam que a retratação é uma tática usada na publicidade corporativa e em contratos para deixar claras as limitações dos produtos ou serviços de uma empresa e amenizar sua responsabilidade caso estes falhem em satisfazer as expectativas dos clientes.

Outra técnica geencial é o *handicapping*. O *handicapping* organizacional tem o condão

de descrever ações empreendidas pela organização no sentido de criar a imagem de que o sucesso na realização de uma determinada atividade é improvável, ou talvez impossível de ser atingido. Assim, na eventualidade do fracasso, a organização já tem à sua disposição uma "desculpa pronta" e ainda diminui a expectativa de sucesso sobre a ação de determinado projeto (MENDONÇA; AMANTINO-DE-ANDRADE, 2003).

3.2.2 Dar ênfase em boas notícias da informação verbal

Para Beattie, Dhanani e Jones (2008), o gerenciamento de impressões relacionado a demonstrações contábeis pode ser dividido em gerenciamento dos números e gerenciamento da apresentação. O gerenciamento dos números envolve a manipulação e evidenciação de números específicos. O gerenciamento da apresentação diz respeito à manipulação do conteúdo ou sintaxe das narrativas contábeis ou de formatos de apresentação, como fotografias, figuras e gráficos.

Para Rutherford (2003), o personagem das narrativas contábeis pode apresentar a informação de modo diferente aos reguladores, do que seria oferecido por números contábeis, devido à oportunidade de ofuscação que as narrativas oferecem. Por exemplo, se a entidade não for obrigada a divulgar o valor das vendas do período, inúmeras questões de definição e medição serão detalhadas para minar a possibilidade de alcançar uma representação confiável, por outro lado, na obrigatoriedade de dar esclarecimentos, um texto banal pode ser publicado ou oferecer pouca informação às partes interessadas (RUTHERFORD,2003).

Com respeito a manipulação visual e estrutural está apresenta como principal finalidade esconder as más notícias relacionadas a organização. Para atender esse propósito, os gerentes utilizam-se da ênfase visual, para essa técnica ser eficaz pode-se utilizar algumas ferramentas, como: repetição de informações, reforço de ideias, ordenação e localização estratégica de informações, tudo isso contribui para criar ruídos e enfatizar o que pretende se transmitir (DE ANDRADE; LUCENA, 2020).

Para Mendonça, Vieira e Espírito Santo (1999), a manipulação simbólica faz uso do processo de comunicação para traduzir as ideias do emissor em símbolos a serem veiculados para o receptor. Os autores alertam para o fato de que não somente a mensagem está sujeita à manipulação, mas também, o contexto que a envolve.

3.3 Estudos Anteriores sobre Gerenciamento de Impressão

Cho, Roberts e Patten (2010) investigaram a linguagem tendenciosa e o tom verbal presente em divulgações ambientais corporativas de empresas dos US 10-K, no ano de 2002. Os resultados mostraram que empresas com piores desempenhos ambientais usam linguagem e tom verbal mais otimista, com atribuições de desempenho positivo para os esforços internos da empresa. Encontraram relação negativa entre a medida de desempenho ambiental e pontuações de certeza para as divulgações, ou seja, empresas com menor desempenho ambiental usaram linguagem complexa e menos correta. Concluíram que empresas com baixo desempenho ambiental enfatizam boas notícias, ofuscam más notícias e atribuem desempenho direcionado para as suas vantagens.

Beelitz e Merkl-Davies (2012) investigaram o discurso utilizado pelo *Chief Executive Officer* (CEO) após incidente na usina nuclear da empresa Vattenfall, situada na Alemanha. A análise do caso baseou-se nos relatórios anuais após a crise, por meio de análise de discurso. A apresentação narrativa corporativa foi usada como meio de consolidar os interesses privados de corporações, em vez de aumentar a transparência e a responsabilidade. O CEO usou o discurso para fabricar o consentimento para os públicos-alvo da organização em relação ao funcionamento contínuo da empresa.

Leung, Parker e Curtis (2015) examinaram o comportamento de ocultação de divulgação narrativa mínima em relatórios anuais, no contexto de gerenciamento de impressão.

Os resultados indicaram que as empresas com mau desempenho e maior risco de dificuldades financeiras são mais propensas a se envolver em comportamentos de divulgação narrativa mínima. Tal evidência pode ser considerada uma estratégia de gerenciamento de impressão para ocultar informações, com explicações sobre o fraco desempenho da empresa, e apresentar perspectivas futuras para distrair a atenção dos investidores para longe de pontos fracos da empresa ou para notícias negativas.

O estudo de Cavalheiro (2017), identificou as características da produção científica sobre gerenciamento de impressão em periódicos internacionais de contabilidade evidenciaram que o assunto gerenciamento de impressão é investigado há pelo menos 25 anos e que em o ano de 2015 foi o mais prolífico. Sugerem-se, para pesquisas futuras, que sejam analisados concomitantemente estudos internacionais sobre gerenciamento de impressão e gerenciamento de resultados, comparando os resultados encontrados nas pesquisas dos dois tipos de gerenciamento. Também, sugere-se que sejam investigadas as referências mais utilizadas nas pesquisas, de forma que as teorias apresentadas por elas possam ser reforçadas.

Teixeira *et al.* (2017) verificaram se a recessão econômica vivenciada em 2015 foi utilizada nos Relatórios da Administração das companhias brasileiras, como justificativa para o desempenho obtido no ano. Foram analisadas as empresas que compõem o índice IBRX 50 da BM&FBovespa, por meio de análise de conteúdo, para classificar as justificativas do desempenho obtido conforme os fatores externos e internos das empresas. Encontraram evidências de atribuições a fatores externos em 8 casos. Já a atribuição para fatores internos esteve presente em 16 casos, sendo que 82,3% atribuíram esse desempenho a fatores internos.

Cardoso, Leite e Aquino (2018) investigaram a influência das características individuais de analistas financeiros brasileiros sobre os efeitos de gerenciamento de impressão e sua percepção na divulgação gráfica. Com a amostra de 525 analistas financeiros, o experimento exibiu duas condições aleatórias, um gráfico manipulado e outro não manipulado. O primeiro experimento analisou a melhora da apresentação, conforme a manipulação de cores (azul *versus* vermelho). O segundo experimento considerou distorções de mensuração, pelo uso de diferentes escalas. O terceiro teste analisou a seletividade, no qual somente as divulgações de informações positivas foram apresentadas. Os respondentes foram convidados a declarar suas informações demográficas como gênero, idade, local de residência e renda mensal, e responder um teste de reflexão cognitiva, para caracterizar os respondentes como impulsivos ou reflexivos. Os resultados indicaram que o aprimoramento da apresentação (pelo uso de cores) afetou somente analistas totalmente impulsivos. A distorção e seletividade apresentaram efeitos em ambos os grupos de analistas (impulsivos e reflexivos), mostrando que os traços de reflexão cognitiva de analistas financeiros desempenham um papel importante na eficácia do gerenciamento gráfico de impressões.

Os estudos apresentados levam a questões ligadas a imagem positiva da empresa no mercado. O mundo pós-moderno vive conectado, atualmente, as relações se estabelecem de forma rápida e dinâmica, principalmente notícias ruins, dessa forma a adoção de técnicas por parte das organizações que minimizem e que inclusive altere a visão da realidade são muito importantes e pode fazer toda a diferença nesse mundo neocapitalista (ASSAF NETO, 2007).

4 METODOLOGIA

A abordagem deste estudo é descritivo, documental e qualitativo a partir das narrativas contábeis divulgados pela Vale S.A., no período de 2018 a 2019, em detrimento do rompimento da barragem de rejeitos de Brumadinho, ocorrida em 25 de janeiro de 2019. As narrativas examinadas são encontradas em documentos organizacionais disponibilizados no *website* da companhia, advindos de mensagens da presidência em relatórios anuais de sustentabilidade, relatório da administração e formulários de referência, conforme apresenta-se o Quadro 1.

Quadro 1 – Constructo da pesquisa

Categorias de dissimulação	Subcategorias	Forma de análise
Ofusca as más notícias	Manipulação da facilidade de leitura	Através do Índice de Flesch, obtido informações pelo site (<i>webfx.com</i>), onde informa os índices (Facilidade de leitura de Flesch Kincaid, Nível de Flesch Kincaid, Gunning Fog Score e estatísticas de texto) e site <i>www.separasílaba.com</i> , para a identificação da quantidade de sílabas.
Ênfase em boas notícias da informação verbal	Manipulação temática	Análise quantitativa de palavras-chaves reportadas positivas e negativas, obtido pelo site <i>www.semruich.com</i>

Fonte: Adaptado de Merkl Davies; Brennan (2007) e Theiss (2019).

De acordo com o Quadro 1, as estratégias de dissimulação de gerenciamento de impressão abrangem os comportamentos para ofuscar as más notícias, que pode ser, tornar a leitura do relatório mais difícil (menos compreensível) de ler e dar ênfase em boas notícias derivado da informação verbal, enfatizando palavras otimistas e ressaltar apresentação visual. A técnica utilizada para a análise neste trabalho foi análise de conteúdo.

5 DISCUSSÃO

Foi realizado o *download* dos relatórios integrados compostos por (formulários de referências, relatórios de sustentabilidades e relatórios de administração) disponíveis pela entidade, todos emitidos entre os anos de 2018 e 2019 em PDF, aos quais foram convertidos para *Microsoft Word*, sem perda de formatação. A princípio, cogitou-se a exclusão dos cabeçalhos e índices dos relatórios, entretanto, após análise de legibilidade — uma com o texto completo e outra sem índice e sem cabeçalho — foi observado que em nenhum dos casos a análise apresentou alterações significativas nas categorias de Legibilidade.

O índice de facilidade de leitura de Flesch, empregado no estudo para verificar a manipulação da facilidade de leitura, pode ser interpretado utilizando uma escala de sete pontos, conforme apresenta a Tabela 1, sendo que um texto padrão é aquele situado entre 60 e 70, partir da seguinte fórmula.

$$IFLF = 206,835 - ((1,015 \times \text{comprimento médio da frase}) + 0,846 \times (\text{número de sílabas por } 100 \text{ palavras}))$$

Tabela 1 - Interpretação do índice de facilidade de leitura de Flesch.

Valor do Índice	Leitura do texto
90-100	muito fácil
80-90	fácil
70-80	razoavelmente fácil
60-70	padrão
50-60	razoavelmente difícil
40-50	difícil
0-30	muito difícil

Fonte: <https://www.ufrgs.br/bioetica/ilfk.htm> acesso em 14.09.2020

A partir da fórmula e da tabela de interpretação, elaborou-se a análise de legibilidade dos relatórios de formulário de referências, sustentabilidade e de administração.

2.2.1 Manipulação da facilidade de leitura

Para a análise considerou-se as seguintes estatísticas de legibilidade: quantidade de caracteres, quantidade de palavras, quantidade de sentenças, quantidade de parágrafos, média de sentenças por parágrafo, média de palavras por sentença, índice de legibilidade pelo método

Flesch e categoria de legibilidade. Estas estatísticas foram obtidas no *Word*, do *Microsoft Office®*, conforme disposto na Tabela 2.

Tabela 2- Legibilidade dos relatórios analisados

	Formulário de referência		Relatório de Sustentabilidade		Relatório de Administração	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Nº de Palavras	149.288	142.325	45.399	42.239	13.899	8.221
Número de Caracteres	820.866	795.056	253.225	218.852	76.346	43.862
Nº de Parágrafos	3.964	3.571	902	810	1.151	367
Nº de frases	4.042	3.960	1.456	1235	458	226
Nº de palavras complexas	247	205	135	86	121	95
% de palavras complexas	6,1	4,2	6,16	5,2	9,23	4,5
Media de frases por paragrafo	1,8	1,4	2,3	1,9	1,8	1,6
Comprimento médio da frase	31,1	28,9	29,2	25,9	24,8	29,5
Caracteres por palavra	5,2	4,9	5,4	3,9	5,1	5,1
Índice Flesch	27, 2185	35, 3735	73, 199	68, 0285	84,67	80,98

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

De acordo com a Tabela 2, nos formulários de referências, constatou-se que a média do índice Flesch no ano de 2018 é aproximadamente 35,3735 considerado uma leitura difícil, enquanto 2019 o índice foi de 27,2185, provando uma maior dificuldade na leitura. No formulário de referências, composto por informações sobre a Vale, como atividades, fatores de risco, administradores, estrutura de capital, dados financeiros, valores mobiliários emitidos, entre outros. Ao analisar sua legitimidade comparando os anos de 2018 e 2019, foi observado que o ano de 2019 possui mais dificuldade de leitura. Esse resultado sugere uma preocupação com esclarecimentos e detalhamentos das informações.

No relatório de sustentabilidade, a empresa pode apresentar seu desempenho ambiental, mencionando as metas de melhoria contínua para uma operação mais sustentável. Quando a sua legibilidade, pode-se observar que em 2018 o índice foi de 68,0285 enquanto em 2019 foi de 73,139. Com base nos resultados, há indícios que em 2019 existe uma maior preocupação em esclarecimento quanto à disposição dos recursos ambientais. Até mesmo se compararmos o número de páginas, observa-se o aumento de 32 páginas em 2019. Outro fator observado foi o aumento no número de parágrafos no relatório de 2019, no montante de 902, um aumento de 92 parágrafos comparado ao ano de 2018.

O índice Flesch dos relatórios de administração, conforme a Tabela 2, observa-se uma média no ano de 2018 de aproximadamente 80,98, enquanto 2019 o índice foi de 84,67, provando que a classificação média em ambos é considerada fácil. Ainda no relatório de administração, observa-se um aumento de palavras no ano de 2019, assim como pode observar que o grau de palavras complexas no referido ano maior no que o ano de 2018. De modo geral, pode se considerar que os relatórios após o acidente em Brumadinho passaram a trazer mais detalhes das medidas preventivas da companhia, comprovando que a legibilidade no ano de 2019 é maior. Salvo o relatório de referências, que no ano de 2018 possui uma maior legibilidade.

Para analisar se há diferenças entre os anos pesquisados, realizou-se a comparação dos relatórios referências, sustentabilidade e administração, onde foi realizado um teste de médias a partir de testes estatísticos T pareados. Conforme destaca a Tabela 3.

Tabela 3 – Teste de médias (testes estatísticos T pareado)

	2019	2018
Média	294,2567	171,048333
Variância	258908,3	88370,3549
Observações	6	6
Hipótese da diferença de média	0	
gl	8	
Stat t	0,512126	
P(T<=t) uni-caudal	0,311199	
t crítico uni-caudal	1,859548	
P(T<=t) bi-caudal	0,622398	
t crítico bi-caudal	2,306004	
Referências		
P(T<=t) bi-caudal	<0,05 rejeito a hipótese nula	

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

De acordo com a Tabela 3, há a comprovação de que houve uma diferença real entre os relatórios de 2018 e 2019 de modo não aleatório, comprovando o aumento de páginas, palavras e figuras entres os anos.

Como pode observar, a legibilidade dos relatórios da Vale S.A apresenta grau de dificuldade de leitura, o que vai de encontro com os estudos de Silva e Fernandes (2009), onde os autores relatam que somente 10% dos relatórios são considerados fáceis de ler. Assim como os relatórios da Vale, nos estudos de Theiss e Beuren (2018) identificaram que após o rompimento da barragem de Fundão, administrado pela Samarco Mineração S.A, passou a transmitir narrativas com características de autovalorização e autoproteção após o evento.

2.1 Ênfase em boas notícias da informação verbal

Dentre os relatórios pesquisados foram identificadas as palavras-chaves pela ferramenta SemRuch®. Entende-se como palavra-chave, um termo presente na narrativa que implique em um resultado. Para a análise foram separadas as palavras-chaves seguindo o método do *Google Ads*. Entende-se por variações, as expressões que se aproximam da palavras-chaves, e reforço, como sendo os termos usados juntamente com outras palavras chaves.

No relatório de referências, as palavras “segurança” apresentou maior reforço no ano de 2019, pela tentativa da companhia de justificar o evento ocorrido nas barragens administradas por ela. Referente as palavras negativas podem ser observadas que ambas possuem como chave a palavra “perda”. Em 2019, existe um aumento de 105 vezes que a palavra “perda” foi usada em comparação com 2018, o que pode ser explicado, pois no relatório de 2019 existe uma prestação quantitativa do ocorrido em Brumadinho.

Tabela 4 – Palavras Chaves – Formulário de Referências

	2019				2018			
	Positiva	N	Negativa	N	Positiva	N	Negativa	N
Variação	Aumento	31	Perda	329	Ativo	1026	Perda	224
	Garantir	27	Rompimento	230	Desenvolvimento	133	Limite	137
	Aperfeiçoar	10	Redução	153	Força	45	Danos	85
Reforço	Segurança	190	Reparação	87	Maior	264	Diretamente	273
	Melhorar / Melhor	110	Adicionalmente	67	Seguro	138	Reparação	69
	Reforçar	53	Negativamente	30	Muito	37	Negativamente	27

Nota: N = Número de repetições.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Para os relatórios de sustentabilidade, pode observar palavras marcantes como

“segurança” e “desenvolvimento” como elementos positivos, o que pode ser justificado pois ambos os relatórios trazem o acidente em Brumadinho e a necessidade de transmitir conforto e seguridade.

Tabela 5 – Palavras Chaves – Relatório de Sustentabilidade

2019					2018			
Variação	Positiva	N	Negativa	N	Positiva	N	Negativa	N
		Desenvolvimento	102	Aumento	28	Garantir	27	Rompimento
	Contribuir	49	Rompimento	99	Aumento	23	Redução	44
	Fortalecer	42	Perda	13	Aperfeiçoar	10	Danos	16
Reforço	Segurança	125	Reparação	83	Segurança	117	Reparação	30
	Melhor	84	Recuperação	50	Melhorar Melhor	50	Salvamento	10
	Apoio	55	Consideração	48	Reforçar	10	Totalmente	7

Nota: N = Número de repetições.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Nas análises das palavras-chaves do relatório de administração 2019 e 2018 é a presença em ambos das palavras “garantir” e suas variantes, bem como “segurança”, conforme apresentado na Tabela 6.

Tabela 6 – Palavras Chaves – Relatório de administração

2019					2018			
Variação	Positiva	N	Negativa	N	Positiva	N	Negativa	N
		Ativo	19	Redução	23	Ativo	16	Redução
	Garantir	12	Despesas	25	Garantir	10	Despesas	14
	Ação	10	Impacto	30	Construir	13	Impacto	30
Reforço	Segurança	30	Reparação	23	Segurança	27	Atingir	21
	Melhorar	21	Evitar	3	Melhorar	21	Reparação	12
	Aumento	17	Rigorosamente	1	Reforçar	6	Recuperação	10

Nota: N = Número de repetições.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Os resultados aqui empregados, são condizentes com os resultados mencionados por Dornelles e Sauerbronn (2019), ao analisarem os relatórios de empresas como a Unilever que utiliza de uma linguagem emotiva. Assim como, as cartas dos presidentes aos acionistas como sendo as mais utilizadas nos relatórios de administração.

Nos relatórios pesquisados entre os anos de 2018 e 2019, as palavras-chave que houveram maior repetição foram “segurança”, “reparação”, “salvamento”, “apoio” e “ativo”. Ao todo, foram identificadas 38 palavras-chave semelhantes entre os anos, sendo classificadas como palavras positiva ou negativa. Após identificação das palavras-chaves, foi utilizado a ferramenta World Cloud para criação da nuvem de palavras.

Figura 1 - Nuvem de palavras-chaves identificadas nos relatórios



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Com base na nuvem de palavras utilizadas pela empresa, há uma tentativa de demonstrar compreensão e consideração pelos eventos ocorridos em Mariana em 2015 e em Brumadinho em 2019. Narrativas que buscam amenizar o problema ocorrido.

3 CONCLUSÃO

Este estudo objetivou investigar como estão representadas as estratégias de gerenciamento de impressão de dissimulação, pela manipulação da facilidade de leitura e manipulação temática, nas narrativas contábeis na comunicação corporativa, quando do rompimento da barragem de Brumadinho, pertencente a empresa Vale S.A.

Os resultados da pesquisa apontaram que a manipulação pela facilidade de leitura, medido pelo índice de facilidade de leitura de Flesch, apresenta dificuldade de leitura no formulário de referências. Entretanto, as complexidades dos relatórios são distintas pela necessidade da empresa em emitir informações mais detalhadas. Desta maneira, nos relatórios de sustentabilidade e de administração, a facilidade de leitura estava presente.

O estudo comprovou a utilidade das narrativas para repassar informações econômicas baseadas na maximização da utilidade, bem como explicações comportamentais baseadas no emprego de frases emotivas e na inserção da narrativa na prática social. Os achados são consistentes com a literatura sobre ênfase nas boas notícias, como forma de ocultar informações negativas. A utilização de palavras positivas como “segurança”, “reparação”, “salvamento” reforçam a necessidade da empresa em dar ênfase nas boas notícias por meio de palavras que trazem compreensão, consideração e maior confiança para os *stakeholders*.

O estudo analisou somente os documentos narrativos nomeados, divulgados pela Vale S.A., no período de janeiro de 2018 a 2019. Assim, outros documentos publicados pela empresa poderão ser objeto de estudo futuro.

Os possíveis resultados das análises não podem ser generalizados para outras empresas, devido às particularidades do caso analisado. No entanto, conforme Mantere *et al.* (2013), o estudo de uma única empresa permite desenvolver contribuições teóricas sobre estratégias narrativas mais ricas e em detalhes do que o implícito na literatura.

Recomenda-se o uso das outras estratégias de gerenciamento de impressão não utilizadas nesse estudo. Analisar o desenvolvimento das narrativas contábeis por meio de

pesquisa *in loco*, por meio de entrevistas com os preparadores das narrativas e análise de documentos, inclusive com participação em reuniões até a publicação dos relatórios contábeis.

REFERÊNCIAS

ADELBERG, H. Narrativas divulgadas em relatórios financeiros: Meios de comunicação ou manipulação. **Contabilidade e Pesquisa de Negócios**, v. 2, n. 1, p.179–189, 2001.

AERTS, W.; YAN, B. Rhetorical impression management in the letter to shareholders and institutional setting: A metadiscourse perspective, Accounting, **Auditing & Accountability Journal**, v. 30, n. 2, p. 404-432, 2017.

ARMSTRONG, M; PETTER, R; PETTER, C. Why have so many tailings dams failed in recent years? **Resources Policy**, v. 63, p. 101412, 2019. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S030142071830610X>>. Acesso em: 22 de maio de 2020.

ASSAF NETO, A. A dinâmica das decisões financeiras. **Caderno de estudos**, n. 16, p. 01-17, 1997. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-92511997000300001>. Acesso em: 12 de abril de 2020.

Barragem se rompe e casas são atingidas em Brumadinho, Grande BH. Folha de Saulo 2019; 25 jan. <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/01/barragem-se-rompe-e-casas-sao-atingidas-em-brumadinho-grande-bh.shtml>>.

BEATTIE, V. Accounting narratives and the narrative turn in accounting research: Issues, theory, methodology, methods and a research framework. **British Accounting Review**, v. 46, n. two, p. 111-134, 2014.

BEATTIE, V; DHANANI, A; JONES, M. J. Investigating presentational change in UK annual reports: A longitudinal perspective. **The Journal of Business Communication (1973)**, v. 45, n. 2, p. 181-222, 2008. Disponível em: <http://eprints.gla.ac.uk/4207/1/beattiedhananijones_2008.pdf>. Acesso em: 11-de maio de 2020.

BEELITZ, A.; MERKL-DAVIES, D. M. Using discourse to restore organizational legitimacy: CEO-speak after an incident in a German nuclear power plant. **Journal of Business Ethics**. v. 108, n. 1, p. 101-20, 2012.

BLOOMFIELD, R. The Incomplete revelation hypothesis and financial reporting Account. **Horiz**, v. 16, n. 3, p. 233-243, 2005.

BOLINO, M. C; KACMAR, M; TURNLEY, W. H; GILSTRAP, J. B.A multi-level review of impression management motives and behaviors. **Journal of Management**, v. 34, n. six, p. 1080-1109, 2008. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0149206308324325>>. Acesso em: 14 de maio de 2020.

BONFIM, M. P.; ILKA, G. M. S; SILVA, C. A. T; SERAFIM, A. O. Gerenciamento de impressão gráfica no processo decisório. **Revista Ambiente Contábil**, v. 10, n. 1, p. 71-87,

2018. Disponível em: <<http://www.atena.org.br/revista/ojs-2.2.3-06/index.php/Ambiente/article/view/3242/2503>>. Acesso em: 11 de maio de 2020.

BRENNAN, N. M.; GUILLAMON-SAORIN, E.; PIERCE, A. Impression management: Developing and illustrating a scheme of analysis for narrative disclosures: A methodological note. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 22, n. 5, p. 789-832, 2009.

CARDOSO, R. L.; LEITE, R. O.; AQUINO, A. C. B. The effect of cognitive reflection on the efficacy of impression management: an analysis with financial analysts. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 31, n. 6, p. 1668-1690, 2018.

CAVALHEIRO, M. D. O. **Gerenciamento de impressão: um estudo sobre as publicações em periódicos internacionais de contabilidade**. In: CONGRESSO DE CONTABILIDADE UFRS, 2., 2017, Porto Alegre. **Anais**. Porto Alegre. 2017. v. 1, p. 1-15. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/congressocont/index.php/congresso/congressocont/paper/download/28/2>. Acesso em: 10 maio. 2020.

CHO, C. H.; ROBERTS, R. W.; PATTEN, D. M. The language of US corporate environmental disclosure. **Accounting, Organizations and Society**, v. 35, n. 4, p. 431-443, 2010.

CLATWORTHY, M.; JONES, M. J. The effect of thematic structure on the variability of annual report readability. **Account. Audit. Accountability J**, v. 11, n.3, p. 311-326, 2001.

CORDEIRO M. C, GARCIA G.D, ROCHA A.M et al. Insights on the freshwater microbiomes metabolic changes associated with the world's largest mining disaster. **Science of the Total Environment** v.654, p.1209–1217, 2019

COURTIS, J. K. Variabilidade da legibilidade do relatório anual: testes da hipótese de ofuscação. **Revista de Contabilidade, Auditoria e Prestação de Contas**, v. 3, n. 9, p.459–471, 1998.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Armed, 2007. 248 p.

CZARNIAWSKA, B. **The uses of narrative in organization research**. GRI Report, v. 5, 2000. Disponível em: <<https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/2997/1/GRI-rapport-2000-5.pdf>>. Acesso em: 14 junho. 2020.

DE ANDRADE, Jefferson Pereira; LUCENA, Wenner Glaucio Lopes. Práticas de Gerenciamento de Impressões em empresas de capital aberto do setor elétrico brasileiro. **Cadernos de Contabilidade**, v. 21, p. 1-22, 2020.

DEMO, P. **Metodologia científica em ciências sociais**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

DORNELLES, O. M; SAUERBRONN. F.S. **Revisitando Narrativas em Busca de Definição e Usos em Contabilidade**. Contabilidade e Gestão. Rio de Janeiro, v. 14, n. 4, 2019. DOI: https://doi.org/10.21446/scg_ufrj.v14i4.27082

ERTUGRUL, M. Legibilidade do relatório anual, ambiguidade de tom e custo do empréstimo: **Revista de Análise Financeira e Quantitativa**, v. 52, n. 2, p. 811-836, 2017.

FESTRÉ, Agnes. Incentivos e normas sociais: uma análise econômica baseada em motivação de normas sociais **Journal of Economic Surveys**, v. 12, n. 3, p. 389 – 592, 2010.

FREITAS, Carlos Machado de et al. Da Samarco em Mariana à Vale em Brumadinho: desastres em barragens de mineração e Saúde Coletiva. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 35, n. 5, p. 1-7, 2019.

GARDNER, W. L., PAOLILLO, Joseph G. P. A taxonomy of organizational impression management tactics. **Advances in competitiveness research**, Indiana, 2009.

GIBBS, Graham. **Análise de dados qualitativos: coleção pesquisa qualitativa**. Bookman Editora, 2009.

GOFFMAN, Erving. **Encounters: Two Studies in the Sociology of Interaction**. Indianapolis, 1961.

HATJE, Vanessa et al. The environmental impacts of one of the largest tailing dam failures worldwide. **Scientific reports**, v. 7, n. 1, p. 1-13, 2017.

HEALY, Paul M.; PALEPU, Krishna G. Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: a review of the empirical disclosure literature. **Journal of Accounting and Economics**, 31, p. 405–440, 2001.

HELLMANN, A.; ANG, L.; SOOD, S. Rumo a uma estrutura conceitual para analisar o gerenciamento de impressões durante a comunicação face a face. **Journal of Behavioral and Experimental Finance**, v.8, n. 3, p. 34 - 45, 2020.

KOHUT, G. F; SEARS, A. H. A carta do presidente aos acionistas: um exame da estratégia de comunicação corporativa. **The Journal of Business Communication**, v.? n.?, p.7–21, 1992.

KPMG. KPMG International Survey of corporate responsibility reporting 2011, 2011. Disponível em: <<http://www.kpmg.com/PT/pt/IssuesAndInsights/Documents/corporate-responsibility2011>>. Acesso em: 11-de maio de 2020.

LEUNG, S.; PARKER, L.; COURTIS, J. Impression management through minimal narrative disclosure in annual reports. **The British Accounting Review**, v. 47, n. 3, p. 275-289, 2015.

LLEWELLYN, S. Narratives in accounting and management research. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 12, n. 2, p. 220-237, 1999.

LOUGHRAN, T.; MCDONALD, B. Measuring readability in financial disclosures. **The Journal of Finance**, v. 69, n. 4, p. 1643-1671, 2014.

MENDONÇA, J. R. C.; VIEIRA, M. M. F.; ESPÍRITO SANTO, T. M. V. Gerenciamento de impressões, comunicações e ações simbólicas como elementos facilitadores na gestão de processos de mudança. In: Encampada, 23, 1999, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu, PR: ANPAD, 1999.

MENDONÇA, J. R.C.; AMANTINO-DE-ANDRADE, J. Gerenciamento de impressões: em busca da legitimidade organizacional. **Revista de Administração de Empresas**, v. 43, n.1, p. 36-48, 2003.

MERKL-DAVIES, D. M.; BRENNAN, N. M. A conceptual framework of impression management: New insights from psychology, sociology, and critical perspectives. **Accounting and Business Research**, v, 41, n. 5, p. 415-437, 2011.

MERKL-DAVIES, D. M.; BRENNAN, N. M. **Discretionary disclosure strategies in corporate narratives: Incremental Information or impression management?** 2007. Disponível em: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1089447>. Acesso em: 19 Abril. 2020.

MERKL-DAVIES, D. M.; BRENNAN, N. M.; MCLEAY, S. J. Impression management and retrospective sense making in corporate narratives. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 24, n. 3, p. 315-344, 2011.

MOHAMED, A. Amin, GARDNER, William, L., PAOLILLO, Joseph, G. H. A taxonomy of organizational impression management tactics. **Advances in Competitiveness Research**. Indiana, 1999.

MOREIRA, A. M. C. **Processos de comunicação interna e seus impactos no clima organizacional: um estudo de caso.** 2002. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/84286/227561.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 12 de maio de 2020.

NEU, D; WARSAME, H; PEDWELL, H. Gerenciamento de impressões públicas: divulgações ambientais em relatórios anuais: subtítulo do artigo. **Ambiente Contábil**, v. 23, n. 3, p. 265–282, 1998.

ONU – Organização das Nações Unidas. **Relatório da comissão mundial sobre meio ambiente e desenvolvimento.** Nosso Futuro Comum. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1991.

PORSANI, J. L; JESUS, F. A.N. de; STANGARI, M. C. GPR Survey on an Iron Mining Area after the Collapse of the Tailings Dam I at the Córrego do Feijão Mine in Brumadinho-MG, Brazil. **Remote Sensing**, v. 11, n. 7, p. 860, 2019.

ROSENFELD, P. Impression management, fairness and the employment interview. **Journal of Business Ethics**. Dordrecht, Jun. 1997.

RUTHERFORD, D. **Raiding the Land of the Foreigners.** Princeton University Press, 2003.

SANTAMARINA, J. Carlos; TORRES-CRUZ, Luis A.; BACHUS, Robert C. Why coal ash and tailings dam disasters occur. **Science**, v. 364, n. 6440, p. 526-528, 2019.

SCHLENKER, B. **Impression management: the self-concept, social identity, and interpersonal relations.** USA: Brooks/Cole, 1980.

SILVA, C. A. T.; FERNANDES, J. Lúcio Tozetti. Legibilidade dos Fatos Relevantes no Brasil.2009 **RAC- Eletrônica**, v. 3, n. 1. Janeiro /abril 2009. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/rac-e>. Acesso em 11/06/2009

SPEAR, S; ROPER, Stuart. Using corporate stories to build the corporate brand: an impression management perspective. **Journal of Product & Brand Management**, v. 22, n. 7, p. 491-501, 2013.

SUBRAMANIAN, R.; INSLEY, R. G; BLACKWELL, R. D. Desempenho e legibilidade: uma comparação dos relatórios anuais de empresas lucrativas e não lucrativas, **The Journal of Business Communication**, v.2, n. 2, p.49–61, 1993.

TEIXEIRA, D. P. Narrativas contábeis das empresas brasileiras: Uma investigação do gerenciamento de impressões nos relatórios da administração. **Revista Capital Científico**, v. 15, n. 2, p. 1- 16, 2017.

THEISS, V. Alinhamento entre as racionalidades da teoria da atribuição e da legitimidade no gerenciamento de impressão: uma análise das narrativas contábeis da Samarco Muniração S.A. 2019. 223p. **Tese** (Doutorado em Contabilidade) – PPGC/UFSC, Florianópolis, 2019.

THEISS, V.; BEUREN, I. M. Análise de artigos publicados em periódicos internacionais sobre narrativas contábeis de empresas. **Enfoque: Reflexão Contábil**, v. 37, n. 4, p. 01-20, 21 dez. 2018.

TIBÚRCIO S. C. A.; RODRIGUES, M. G. Relevância do relatório da administração. **Revista de Informação Contábil**, [S.l.], v. 4, n. 1, p. 41-56, abr. 2010. Disponível em: <<https://periodicos.ufpe.br/revistas/ricontabeis/article/view/7887>>. Acesso em: 21 set. 2020.

VEIGA, J. E. O principal desafio do século XXI. **Revista Ciência e Cultura**, v. 57, n° 2, p. 4 -15, 2005.