

Legitimação Corporativa e a Qualidade da Informação Socioambiental: Um Estudo das Concessionárias Brasileiras de Energia Elétrica

WILLIAM AUGUSTO SOUSA DE OLIVEIRA

Universidade Federal do Pará - UFPA

MARIANA DE PAULA CARDOSO DOS SANTOS

Universidade Federal do Pará - UFPA

PEDRO BORGES JUNIOR

Universidade Federal do Pará - UFPA

Resumo

O estudo tem como objetivo geral identificar estratégias de legitimação corporativa a partir do nível de qualidade da informação contábil de relatórios socioambientais divulgados. Dessa forma, auxiliando os *stakeholders* na identificação de propostas fidedignas de legitimação e em casos de gerenciamento de impressão, a partir da qualidade da evidenciação socioambiental. A população definida para aplicação da pesquisa foram as concessionárias nacionais de energia elétrica, devido a importância do setor elétrico brasileiro em virtude de seus impactos em cenário social e ambiental, além disso esse segmento econômico possui órgão regulador que apresenta padrões de qualidade para a divulgação de informações, assim como de estabelecer a obrigatoriedade de tornar público o acesso aos relatórios anuais de responsabilidade socioambiental das empresas de energia elétrica. Foi empregada pesquisa descritiva de natureza qualitativa com a utilização da técnica de análise de conteúdo (Bardin, 2000), para a apreciação dos relatórios socioambientais divulgados durante os anos de 2016 a 2018. A análise dos dados e os resultados da pesquisa, foram observados pelo cenário ambiental e social separadamente para aprofundamento do estudo, diante disso os resultados evidenciaram um destaque no percentual médio de qualidade, para o setor, no ano de 2017 com 69,93% de atendimento em caráter ambiental e de 62,15% em 2018 em caráter social. Nesse sentido, por meio das métricas de estratificação adotadas, foram identificadas tendências de gerenciamento de impressão, como também de informações incrementais nos relatórios socioambientais analisados. Concluiu-se, que o nível de qualidade da informação contida no *disclosure* socioambiental é prenúncio da forma de legitimação adotada.

Palavras chave: Legitimação Corporativa, Governança Socioambiental, Qualidade da Informação Contábil.

1. INTRODUÇÃO

O debate sobre a importância da divulgação de informações socioambientais é assíduo nos últimos anos, pois as práticas de responsabilidade socioambiental adotadas pelas organizações, juntamente com o interesse da sociedade nas questões ambientais aumentaram. Passando a existir, dessa maneira, um crescimento na demanda por informações socioambientais que evidenciem a realidade da empresa e sua influência ao meio em que está inserida (David & Markus, 1996; Cohen et al., 2016; Degenhart, Mazzuco, & Klann, 2017).

Em consonância, para implementação da responsabilidade socioambiental, as empresas se utilizam de metas e estratégias de divulgação, as quais tem a finalidade de atender aos anseios dos usuários da informação, sejam eles internos ou externos. Nesse sentido, as práticas adotadas são categorizadas por este estudo como ferramentas de governança socioambiental (Voss et al., 2013; Erfurth & Bezerra, 2013; Van de Burgwal & Vieira, 2014; Novaes et al., 2018).

No entanto, a importância estabelecida à adoção de práticas de governança socioambiental, na visão das entidades privadas, pode ser explicada pelo processo de legitimação corporativa, fundamentada na teoria da legitimidade (Patten, 1992). Na literatura, as pesquisas acerca da teoria da legitimidade buscaram evidenciar a utilização de divulgação de informações voluntárias como mecanismo para se atingir o processo de legitimidade corporativa (Merkl-Davies & Brennan, 1999; O'Donovan, 2002; Pereira, Bruni, & Filho, 2010; Merkl-Davies, Brennan, & Mcleay, 2011).

Com isso, o entendimento sobre as práticas adotadas para o alcance da legitimação se faz necessário, uma vez que as mesmas podem partir não somente de informações fidedignas, como também de divulgações assimétricas que impossibilitam sua compreensão, prejudicando, dessa forma, a tomada de decisão (Merkl-Davies & Brennan, 1999; Merkl-Davies, Brennan, & Mcleay, 2011). Esse entendimento pode ser alcançado, a partir da observação da qualidade da informação contábil contida na evidenciação socioambiental (Mazzioni & Klann, 2016). Portanto, a pesquisa tem como objetivo central identificar as estratégias de legitimação corporativa a partir do nível de qualidade da informação contábil dos relatórios socioambientais divulgados.

No entanto, os estudos sobre o tema demonstram um direcionamento da abordagem aos acionistas, distanciando o entendimento dos demais *stakeholders* (Pereira, Bruni, & Filho, 2010; Costa et al., 2018). Nesse sentido, visando mitigar a lacuna existente, assim contribuir com os estudos acerca de legitimação corporativa e qualidade da evidenciação socioambiental, a pesquisa busca a utilização de um modelo metodológico qualitativo, que contemple a análise de variáveis comuns aos diversos usuários afetados pelas informações divulgadas. Desse modo, a justificativa da pesquisa é definida em: auxiliar os *stakeholders* na identificação de propostas de legitimação fidedignas e em casos de gerenciamento de impressão, a partir do nível de qualidade da informação dos relatórios socioambientais por meio de uma métrica comum aos diversos usuários afetados pelas informações divulgadas.

Contudo, a aplicação prática do estudo está situada em atender aos diversos usuários da evidenciação socioambiental, identificando se os relatórios socioambientais são capazes de: auxiliá-los no reconhecimento de informações de qualidade, a fim de capacitá-los à melhor tomada de decisão e no julgamento a respeito dos meios utilizados pelas organizações para atendimento da legitimação corporativa.

Assim, em conformidade ao objetivo da pesquisa, foram analisados os relatórios anuais de responsabilidade socioambiental das concessionárias nacionais de energia elétrica. A escolha da população se deu pelo fato dessas empresas possuírem alto grau de importância para a economia nacional, além de destaque na preocupação em relação aos impactos socioambientais. Esse segmento usualmente dispõe de diretrizes de governança socioambiental, como, por exemplo, a utilização de modelos de divulgação socioambiental, e a publicação de seus relatórios a partir da regulamentação do setor por parte Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL).

Com isso, a pesquisa tem o intuito de responder a seguinte problemática: as formas de legitimação corporativa, como o gerenciamento de impressão e a divulgação de informações incrementais, podem ser identificadas a partir do nível de qualidade da informação contábil dos relatórios socioambientais divulgados?

Dentro dessa ótica, para observação dos relatórios foi utilizada a técnica de análise de conteúdo (Bardin, 2000), a qual tem natureza qualitativa na abordagem do problema de pesquisa utilizado (Fernandes, 2012; Correa, Gonçalves, & Moraes, 2015; Machado & Ott, 2015). Além disso, para objetificação e compreensibilidade dos resultados da pesquisa, foi adotado modelo binário para quantificação dos resultados e, com isso, agrupamento da amostra por estratos de legitimidade.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A seguir será apresentado o embasamento teórico desta pesquisa científica, inicialmente com a discussão sobre os conceitos e aplicações do processo de legitimação corporativa, em seguida, são demonstradas as ideias acerca da governança socioambiental e a função da contabilidade ambiental, por fim, são expostos os objetivos da qualidade da informação contábil e suas características aplicáveis ao escopo socioambiental.

2.1. Legitimação Corporativa

O ambiente de coexistência entre empresa, governo e sociedade propõem às entidades privadas uma problemática fundamentada em recursos e direitos limitados por normas sociais inerentes ao meio. Com isso, em resposta ao problema, a empresa passa a ter a missão de convencer seus *stakeholders* de sua importância e legitimidade, garantindo acesso aos recursos dos quais necessita para sua existência, cabendo a sociedade o papel de julgar o processo de legitimação das organizações como bem-sucedido ou não. (O'Donovan, 2002; Pereira, Bruni, & Filho, 2010; Correa, Gonçalves, & Moraes, 2015).

Nesse contexto, o processo de legitimação corporativa pode ser explicado por meio da teoria da legitimidade, a qual tem sua fundamentação na visão da ciência econômica relacionada ao bem-estar social da teoria da economia política, em que a tomada de decisão da organização está ligada aos cenários sociais e políticos. Entretanto, outra vertente da teoria da legitimidade pode ser baseada nas ideias da teoria institucional, em que os três agentes: sociedade, organização e poder público, estão inseridos em um ambiente de fundamentos organizacionais, os quais, ao serem atingidos e respeitados, legitimam a existência e sobrevivência da empresa (Garcia, Peleias, & Peters, 2014; Machado & Ott, 2015).

Nesse sentido, a teoria da legitimidade visa a busca da entidade empresaria em legitimar-se perante a sociedade, corroborando com a manutenção de seu contrato social, prioritariamente por meio de: apresentação de fins almejados pela sociedade; e a elaboração

de propostas que tragam benefícios nos setores políticos, econômicos e sociais para o grupo de indivíduos de onde se originam suas necessidades de recursos e controle (Patten, 1992; O'Donovan, 2002).

Dessa forma, entende-se que a premissa contábil da continuidade está atrelada as ideias da teoria da legitimidade, uma vez que a empresa não legitimada tem a continuidade de suas atividades comprometida, isso pode ocorrer, como exemplo, na circunstância em que a sociedade entende que o contrato social não foi cumprido, em que os fundamentos organizacionais da relação sociedade-empresa não são respeitados, ou caso os benefícios oferecidos pela organização não sejam mais relevantes (Patten, 1992; Reckziegel, Souza, & Diehl, 2007; Eugenio, 2010; Machado & Ott, 2015).

Para tanto, como estratégia do processo de legitimação, as empresas se utilizam da divulgação voluntária de informações, essencialmente narrativas, com a intenção de apresentar a seus *stakeholders* sua visão em consonância com conjunturas sociais. Assim, a divulgação voluntária de informações socioambientais foi foco deste estudo, sendo categorizadas as informações evidenciadas como *disclosure* voluntário e seu objetivo definido na geração de valor à imagem da empresa (Merkl-Davies & Brennan, 1999; O'Donovan, 2002; Merkl-Davies, Brennan, & Mcleay, 2011; Costa et al., 2018).

O *disclosure* voluntário de informações socioambientais, é utilizado como estratégia corporativa para a manutenção de sua figura junto à sociedade, o que promove seu poder de competitividade no mercado e consolida suas práticas socioambientais como positivas. No entanto, há tendências de uma divulgação de informações positivas maior que em relação às informações negativas, esse fenômeno pode ser explicado devido aos custos incorporados a evidenciação de informações negativas ou pela busca, por parte dos gestores, de resultados positivos e aceitação (Verrecchia, 2001; Fernandes, 2012; Santana et al., 2015).

Entretanto, os meios para se atingir a legitimação da empresa junto a sociedade e governo, podem trazer influências negativas para a simetria das informações divulgadas. Nesse sentido, a manipulação da informação socioambiental é interpretada como estratégia tendenciosa de legitimação, levantando a questionamentos sobre a fidedignidade do *disclosure*, sendo que pesquisas anteriores sobre o tema apresentam o conceito de gerenciamento de impressão para explicar as estratégias corporativas de divulgação de informações assimétricas a seus usuários (Merkl-Davies & Brennan, 1999; Merkl-Davies, Brennan, & Mcleay, 2011; Guidry; Patten, 2012).

Em suma, existe a necessidade na visão dos *stakeholders* de possuir condições e ferramentas para poder classificar como válidas as informações voluntárias divulgadas, além de identificar estratégias de gerenciamento de impressão, que mesmo tratadas como formas de atingir a legitimidade corporativa, não propiciam o entendimento real para sociedade sobre as práticas socioeconômicas e socioambientais da organização, que resultam em problemas para a governança empresarial (Merkl-Davies & Brennan, 1999; Conenza, 2003; Merkl-Davies, Brennan, & Mcleay, 2011; Voss et al., 2013).

2.2. Governança Socioambiental e a Contabilidade Ambiental

Durante as últimas décadas, a dinamização do mercado trouxe às empresas a crescente necessidade de buscar estratégias mais vantajosas para o aumento ou manutenção de seus níveis de competitividade, ao passo que também foi crescente o apelo social para a discussão de temas como sustentabilidade e meio ambiente (Reckziegel, Souza, & Diehl, 2007; Voss et al., 2013; Ferreira, Borba, & Rosa, 2014; Oliveira et al., 2016).

Contudo, o impulsionamento de discursos e políticas socioambientais proporcionou um crescimento na divulgação de informações voltadas ao tema, por parte das corporações, tornando os relatórios e demonstrativos contábeis que evidenciam informações ambientais e sociais um mecanismo para o processo de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) das entidades (David & Markus, 1996; Cohen et al., 2016; Degenhart, Mazzuco, & Klann, 2017).

Por seguinte, a disseminação do processo de RSC é feito a partir da adoção de: estratégias de divulgação de informações; e estruturas de controles e processos, que devem atender as diretrizes e metas socioambientais da organização. Em face disso, este estudo utilizou o termo Governança Socioambiental, o qual fundamenta-se nos entendimentos de governança corporativa aplicados as estratégias de boas práticas socioambientais internas e externas da empresa (Voss et al., 2013; Erfurth & Bezerra, 2013; Van de Burgwal & Vieira, 2014; Novaes et al., 2018).

Nesse sentido, a divulgação de relatórios e demonstrativos de caráter socioambiental, como o balanço social e o relatório anual de sustentabilidade, são exemplos de estratégias de consolidação da RSC de uma empresa, enquanto ferramenta da Governança Socioambiental. No entanto, a elaboração de relatórios e demonstrativos empresariais e as informações neles contidas, sejam estas voluntárias ou regulamentadas, são de responsabilidade do setor contábil da entidade, com isso, destaca-se a contabilidade ambiental como instrumento de evidenciação socioambiental (Dias, Soekha, & Souza, 2008; Eugenio, 2010).

Como exemplo, os estudos ilustram as demonstrações de informação de natureza social e ambiental, as quais atuam como as ferramentas utilizadas pela contabilidade para apresentar aos usuários os fatos ocorridos durante o período evidenciado, dentro do meio social e ambiental, de modo a respeitar as características da qualidade da informação divulgada no intuito de atender aos anseios de seus interessados (Nunes & Silva, 2012; Maçambanni et al., 2014; Ribeiro et al., 2017).

Visto isso, o modelo mais adotado nacionalmente para a elaboração do balanço social é do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), o qual contribui com o interesse das empresas em divulgar suas informações socioambientais a partir de um formato mais simplificado de divulgação, que não restrinja a evidenciação por segmento ou tamanho da organização (Nunes & Silva, 2012; Souza & Pimmel, 2013; Maçambanni et al., 2014).

Além disso, outro modelo de elaboração de demonstrativos e relatórios socioambientais, que possui destaque internacional, é o da organização *Global Reporting Initiative* (GRI), o qual ilustra a construção dos relatórios anuais de sustentabilidade, a partir de indicadores socioeconômicos e socioambientais, capazes de medir o nível e a qualidade dos *disclosure* voluntário de caráter socioambiental (Dias, Soekha, & Souza, 2008; Maçambanni et al., 2014; Ribeiro et al., 2017).

2.3. Qualidade da Informação Contábil

O grau de qualidade da informação contábil presente nos relatórios socioambientais é um fator determinante para a tomada de decisão dos usuários externos. Nesse sentido, nota-se que a contabilidade possui a premissa de propiciar informações úteis, compreensíveis, transparentes e íntegras, a fim de torná-las mais qualificadas para a melhor avaliação dos *stakeholders*; uma vez que a ciência contábil é quem responde pelo processamento e organização dos dados das informações divulgadas (Oliveira, Averbál, & Nakamura, 2000; Beatty & Liao, 2014).

Visto isso, com o propósito de elaborar indicadores capazes de medir o nível de qualidade da informação contábil, essa pesquisa avaliará as seguintes características qualitativas das informações presentes nos relatórios socioambientais: relevância, verificabilidade e compreensibilidade. A fim de demonstrar a principal intenção da ciência contábil, que se situa na possibilidade de fornecer informação qualificada aos usuários, capacitando-os a tomarem a melhor decisão a respeito da entidade que possuem interesse (Dias Filho, 2000; Almeida, 2010; Gabriel & Silveira, 2011; Moura et al., 2017).

Dentro dessa ótica, a qualidade da informação contábil está diretamente ligada ao meio econômico, social e político em que a organização está situada. Desse modo, é percebido que, apesar da finalidade das informações contábeis estar situada em atender aos interesses de seus usuários, essas informações podem não ser interpretadas de maneira objetiva por todos, visto que cada leitor possui seu interesse individual. No entanto, ainda que haja subjetividade no entendimento das informações contábeis, é necessário que a verificabilidade destas seja identificada, sendo requerido, nesse sentido, um consenso nas interpretações realizadas, para que assim, seja assegurada a simetria das informações, qualificando-as (Paulo & Martins, 2007; Dechow, Ge, & Schrand, 2010).

Nesse sentido, nota-se que a divulgação de informação contábil qualificada fornece aos usuários a possibilidade de uma tomada de decisão benéfica e auspiciosa. Assim, sendo a contabilidade considerada uma ferramenta capaz de auxiliar os *stakeholders* na tomada de decisão, é primordial que essas informações sejam úteis e relevantes para que sejam dotadas de qualidade. Desse modo, pode-se dizer que a qualidade da informação está relacionada com o grau de clareza e transparência contido nos demonstrativos; logo, a manipulação dos dados praticados intencionalmente para deturpar as informações, faz com que seu nível de qualidade seja considerado baixo, tornando-a irrelevante à tomada de decisão (Dyck & Zingales, 2004; Paulo & Martins, 2007; Mazzioni & Klann, 2016; Moura et al., 2017).

Dentro desse contexto, é necessário que os relatórios socioambientais apresentem informações contábeis relevantes, verificáveis e compreensíveis, a fim de garantir maior confiança aos usuários para quando estes forem avaliar a legitimidade da entidade. Afinal, a entidade se legitima diante da sociedade quando é capaz de transmitir benefícios sociais esperados por estes, atendendo suas prioridades de maneira transparente e fidedigna (Patten, 1992; Mazzioni & Klann, 2016).

Diante disso, observa-se que a manipulação de resultados é identificada em diversos níveis de governança corporativa. Essa prática, definida como gerenciamento de impressão, é comumente utilizada por organizações para alterar ou suavizar resultados capazes de gerar impressões negativas da empresa para seus usuários, a partir da divulgação de narrativas assimétricas, prejudicando, nesse sentido, a compreensibilidade das informações disponibilizadas e afetando a tomada de decisão dos *stakeholders* (Dias Filho, 2000; Brennan, Guillamon-Saorin, & Pierce, 2009; Erfurth & Bezerra, 2013; Consoni, Colauto, & Lima, 2017; Rodrigues & Niyama, 2019).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Atendendo ao objetivo proposto por este estudo, foi utilizada pesquisa descritiva com abordagem qualitativa ao problema adotado. Dessa forma, para elaboração dos procedimentos técnicos é caracterizada como uma pesquisa documental.

A população da pesquisa abrange as empresas do setor elétrico brasileiro, que possuem contrato de concessão junto a Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) para: distribuição; transmissão; ou/e geração de energia elétrica. A escolha deste seguimento se deu devido a influência do setor elétrico brasileiro em cenário socioeconômico além das preocupações a respeito de seus impactos socioambientais. Nesse sentido, justifica-se a adoção da população pelo fato deste setor possuir agente regulador (ANEEL), que estabelece critérios mínimos de governança socioambiental, para a elaboração e divulgação de informações, como os modelos IBASE e GRI que foram apresentados anteriormente. Além disso, as informações socioambientais estão em formato de relatório narrativo e estão à disposição dos diversos usuários da informação para atendimento de suas necessidades individuais, a divulgação dos relatórios é feita a partir da Central de Informações Econômico-Financeiras da ANEEL.

Com isso, para formação de amostra, foram selecionadas as concessionárias de energia elétrica que divulgaram o seu relatório de responsabilidade socioambiental durante os exercícios de 2016 a 2018, junto a Central de Informações Econômico-Financeiras da ANEEL, categorizando a formação da amostra por conveniência. Nesse sentido, após a seleção foi encontrado um campo amostral composto por 64 empresas e 192 relatórios, a formação da amostra é exemplificada conforme a **Tabela 1**.

Tabela 1 – Formação da amostra:

Passo a passo para a formação da amostra		Nº de concessionárias
1	Concessionárias que divulgaram RRS em 2016	79
2	(-) Concessionárias que divulgaram RRS em 2016, mas não divulgaram em 2017	(5)
3	Concessionárias que divulgaram RRS de 2016 a 2017 (1-2)	74
4	(-) Concessionárias que divulgaram RRS de 2016 a 2017, mas não divulgaram em 2018	(10)
5	Concessionárias que divulgaram RRS de 2016 a 2018 (3-4)	64

Fonte: Elaborado pelos autores.

Onde: RRS = Relatório anual responsabilidade socioambiental

Após a coleta dos documentos, para exame dos relatórios socioambientais, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo (Bardin, 2000). Em que, para a construção das categorias de análise, foram levadas em consideração as características de qualidade da informação que possuem capacidade de aplicação aos *stakeholders* da informação contábil, não somente a usuários específicos. Com isso, as características abordadas neste estudo como categorias de análise, foram: relevância, compreensibilidade e verificabilidade.

Em seguida, foi feita a aplicação de 19 subcategorias, sendo 10 subcategorias para análise ambiental e 9 subcategorias para análise social, as quais foram utilizadas como indicadores socioambientais (Silva Neto, 2014) capazes de identificar nos *disclosures* estratégias de legitimidade (Borges Junior, 2015), as mesmas foram agrupadas entre as 3 categorias. Por seguinte, foram elaboradas palavras-chaves para cada subcategoria apresentada, a partir destas, houve a seleção de parágrafos que estivessem de acordo com os indicadores socioambientais desenvolvidos.

Contudo, para responder ao problema de pesquisa adotado, foi realizada a análise de conteúdo das seções identificadas, para isso, ocorreu a decodificação do conteúdo a partir da elaboração de ideias centrais para cada categoria apresentada. Visto isso, as ideias centrais foram desenvolvidas a partir de conceitos presentes na fundamentação teórica deste estudo, sobre as características qualitativas da informação contábil.

Exemplificando o processo metodológico, a análise das estratégias de legitimação a partir do nível de qualidade da informação é exposta na **Tabela 2** e **Tabela 3**.

Tabela 2 – Parâmetros adotados para análise de conteúdo de caráter ambiental:

Categorias	Subcategorias	Palavra-chave	Ideia Central
Relevância	1. Aperfeiçoamento ambiental dos colaboradores (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Educação ambiental; Conscientização ambiental; Treinamento ambiental; Voluntariado ambiental.	As informações apresentadas fornecem uma base profícua à tomada de decisão dos <i>stakeholders</i> ?
	2. Uso sustentável de recursos (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Consumo racional/eficiente de energia; Consumo racional/eficiente de água; Consumo racional de recursos.	
	3. Interações ambientais com a comunidade e proteção ambiental (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Conscientização ambiental; Parcerias ambientais; Educação ambiental; Incentivo à reciclagem; Proteção da biodiversidade/ecossistemas	
	4. Questões ambientais com clientes/fornecedores (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Incentivo ao consumo ambientalmente responsável; Relações ambientais com fornecedores.	
Compreensibilidade	5. Política ambiental empresarial (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Política ambiental; Objetivos ambientais, diretrizes ambientais, metas ambientais; legislações ambientais.	Apresenta narrativa compreensível de forma a evidenciar informações justas, adequadas e plenas a seus <i>stakeholders</i> ?
	6. Gestão e auditoria ambiental (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Gestão ambiental; Investimentos ambientais; Auditoria ambiental; Impacto ambiental; Transporte ou logística ambientalmente sustentável.	
	7. Emissões; efluentes; resíduos; e mudanças climáticas (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Emissões atmosféricas; Efluentes; Reciclagem/ coleta seletiva; Resíduos sólidos; Resíduos perigosos; Créditos de carbono; Mudanças climáticas.	
	8. Interações ambientais negativas (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Desperdícios/perdas na utilização de recursos; Acidentes ambientais; Multas e sanções ambientais.	

Categorias	Subcategorias	Palavra-chave	Ideia Central
	9. Energia (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Discussão sobre a preocupação com possível falta de energia; Desenvolvimento/Exploração de novas fontes de energia.	
Verificabilidade	10. Visibilidade das ações ambientais (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Marca ambiental; Reputação ambiental; Nome/Imagem ambiental.	É possível verificar a simetria das informações relatadas?

Fonte: Elaborado pelos autores.

Tabela 3 – Parâmetros adotados para análise de conteúdo de caráter social:

Categorias	Subcategorias	Palavra-chave	Ideia Central
Relevância	1. Aperfeiçoamento social dos colaboradores (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Educação; Conscientização social; Treinamento; Voluntariado social.	As informações apresentadas fornecem uma base profícua à tomada de decisão dos <i>stakeholders</i> ?
	2. Interações sociais com a comunidade (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Conscientização social; Parcerias sociais; Educação para a comunidade; Geração de emprego; Acesso tecnológico, Inclusão digital; Geração de renda; Inclusão social.	
	3. Questões sociais com clientes/fornecedores (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Marketing justo; Proteção à saúde e à segurança do consumidor; Consumo socialmente responsável; Relações sociais com fornecedores; Canais de comunicação com o público; Qualificação dos <i>stakeholders</i> .	
Compreensibilidade	4. Práticas leais de operação (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Combate à corrupção; Concorrência leal.	Apresenta narrativa compreensível de forma a evidenciar informações justas, adequadas e plenas a seus <i>stakeholders</i> ?
	5. Práticas trabalhistas (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Saúde e segurança no trabalho; Liberdade de associação e negociação coletiva; Oportunidade de carreira e respeito à diversidade.	
	6. Direitos humanos (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Direitos humanos; Garantir a igualdade de gênero; Combate à exploração infantil; Diversidade racial;	

Categorias	Subcategorias	Palavra-chave	Ideia Central
	69–70)	Direitos dos povos indígenas.	
	7. Interações sociais negativas (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Acidentes de trabalho; Corrupção; Violações de direitos.	
	8.1. Política e gestão social empresarial (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Objetivos, Diretrizes ou metas sociais; Investimentos ou gastos sociais.	
Verificabilidade	8.2. Política e gestão social empresarial (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Código de ética ou conduta; Premiações socioambientais.	É possível verificar a simetria das informações relatadas?
	9. Visibilidade das ações sociais (Silva Neto, 2014, p. 69–70)	Marca social; Reputação social; Nome e/ou imagem social.	

Fonte: Elaborado pelos autores.

Desse modo, para o cálculo dos níveis de qualidade da informação dos dados coletados, foi utilizado o modelo binário para quantificação da análise das informações, em que 1 significa atendimento a ideia central da categoria e 0 significa o não atendimento a ideia central. A partir de média aritmética simples, entre a quantidade de seções que atenderam a ideia central e o total de seções selecionadas, foi encontrado os percentuais de cada empresa em caráter ambiental e social; por categorias e em percentual médio do setor.

Com isso, com o objetivo de identificar e classificar as estratégias de legitimação corporativa, realizou-se a elaboração de 3 estratos de legitimação, baseados em tercis *ad hoc*, a partir dos níveis de qualidade da informação obtidos foi realizado a classificação dos relatórios por estrato, sendo:

- a) **Baixo:** Indica que o relatório atendeu minimamente ou a nenhuma das características qualitativas da informação contábil, apontando tendências de gerenciamento de impressão (de 0% a 33%).
- b) **Regular:** Indica que o relatório atendeu regularmente as características qualitativas da informação contábil, apontando tendências de gerenciamento de impressão e de divulgação de informações incrementais (acima de 33% a 67%).
- c) **Alto:** Indica que o relatório atendeu a todas ou muitas das características qualitativas da informação contábil, apontando tendências de divulgação de informações incrementais (acima de 67% a 100%).

Em consequente, serão apresentados os resultados encontrados e a análise dos mesmos, a partir do procedimento metodológico utilizado sobre as concessionárias de energia elétrica nacionais.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1. Níveis de Qualidade da Informação

A partir da quantificação dos resultados, foram encontrados os percentuais de atendimento, por empresa e em cada caráter analisado (ambiental e social). Em seguida, foi utilizada média aritmética para obtenção dos níveis médios de qualidade da informação socioambiental do setor econômico estudado.

Com a obtenção dos resultados por empresa, também foi utilizada média aritmética para evidenciação dos percentuais de qualidade por categoria analisada, sendo estas: relevância, compreensibilidade e verificabilidade. Com isso, foi possível identificar os níveis de qualidade dos relatórios socioambientais por característica qualitativa da informação contábil.

Contudo, vale ressaltar que os resultados obtidos demonstraram variações consideráveis nos níveis médios de qualidade da informação contábil tanto em caráter ambiental como em social durante os três anos analisados. No entanto, o estudo não se deteve a identificar os motivos que resultaram nas variações encontradas, pelo fato dos mesmos estarem relacionados a fatores externos ao setor elétrico, como fatores econômicos e políticos. Desse modo, o artigo buscou identificar a relação entre os níveis de atendimento por categoria e do setor elétrico como um todo, para assim relacionar as informações descobertas com os estudos anteriores. Os resultados encontrados são evidenciados nas **Tabela 4 e 5**, que tratam do caráter ambiental e social respectivamente.

Tabela 4 - Níveis médios de qualidade da informação em caráter ambiental de 2016 a 2018:

Ano	Relevância (%)	Compreensibilidade (%)	Verificabilidade (%)	Setor (%) *
2016	52,57%	49,69%	40,10%	50,00%
2017	76,46%	63,13%	70,83%	69,93%
2018	59,46%	56,25%	35,94%	55,83%

Fonte: Elaborado pelos autores.

*Análise média por total das categorias

Tabela 5 - Níveis médios de qualidade da informação em caráter social de 2016 a 2018:

Ano	Relevância (%)	Compreensibilidade (%)	Verificabilidade (%)	Setor (%) *
2016	50,83%	52,12%	45,00%	57,20%
2017	50,64%	56,03%	44,06%	58,12%
2018	50,64%	62,28%	50,31%	62,15%

Fonte: Elaborado pelos autores.

*Análise média por total das categorias

Analisando os percentuais identificados, observa-se que a categoria relevância apresentou resultados percentuais maiores na seção de caráter ambiental durante o período de análise, com destaque para o percentual médio de 76,46% em 2017, enquanto em caráter social os percentuais apresentaram baixas variações durante os três anos. Nesse sentido, entende-se que as concessionárias nacionais possuem maior capacidade de auxiliar seus usuários na tomada de decisão a partir da divulgação de informações ambientais do que na divulgação de informações sociais. Assim, constata-se que as informações ambientais divulgadas são consideradas úteis e relevantes para os *stakeholders*, por possuírem qualidade e capacidade de influenciá-los na tomada de suas decisões (Dyck & Zingales, 2004; Mazzioni & Klann, 2016; Moura et al., 2017).

Por outro lado, verificou-se que a categoria compreensibilidade demonstrou níveis de qualidade da informação semelhantes nos dois caracteres. No entanto, foram identificadas variações inversas entre os cenários do estudo durante os anos de 2017 e 2018, tendo a categoria ambiental variação negativa entre os 63,13% em 2017 e 56,25% em 2018. Visto isso, os resultados encontrados demonstram uma tendência crescente para a divulgação voltada para narrativas assimétricas ou incompreensíveis aos usuários, dificultando, dessa maneira, a compreensibilidade da informação (Dias Filho, 2000; Rodrigues & Niyama, 2019).

Em consequente, os resultados referentes a categoria verificabilidade sofreram grandes variações nos anos analisados dentro do âmbito ambiental, apresentando baixa qualidade de informação nos anos de 2016 e 2018, e, em 2017 uma alta qualidade da informação, com uma média de 70,83%. Enquanto que em caráter social, foram mantidos percentuais com poucas variações, que demonstram a baixa qualidade de verificabilidade encontrada nos relatórios. Com isso, é observado que os relatórios analisados demonstram pouca capacidade de verificação da simetria das ações ambientais e sociais divulgadas, com uma exceção para os resultados do ano de 2017 no caráter ambiental (Paulo & Martins, 2007; Dechow, Ge, & Schrand, 2010).

Após as análises por categoria, foram observados os resultados do setor econômico estudado, levando em consideração todas as categorias do método adotado. Nesse sentido, foi encontrado um destaque em caráter ambiental de 69,93% em 2017 de qualidade da informação contábil, enquanto que em caráter social os resultados identificados apontaram para um maior nível de qualidade no ano de 2018 com 62,15%. Nesse sentido, é possível constatar que os resultados encontrados, tanto em caráter ambiental quanto em caráter social não demonstram qualidade da informação contábil suficiente para descartar tendências de gerenciamento de impressão no *disclosure* socioambiental analisado, visto que grande parte dos índices contemplam o estrato regular de qualidade (Merkl-Davies & Brennan, 1999).

4.2. Estratos de Legitimação Corporativa

A partir da apresentação e análise dos níveis de qualidade da informação contábil, dos relatórios anuais de responsabilidade socioambiental, foi feita a classificação das empresas pelos estratos de legitimação corporativa apresentados na seção metodológica deste estudo. Com isso, foi exposta a classificação das empresas pelo setor econômico, de mesmo modo, houve a estratificação das empresas por categorias, sendo estas: relevância, compreensibilidade e verificabilidade. A apresentação dos resultados, assim como para apresentação dos níveis de qualidade da informação contábil, foi dividida por caráter de observação (ambiental e social), como pode-se verificar na **Figura 1 e Figura 2**.

4.2.1. Legitimação em caráter ambiental

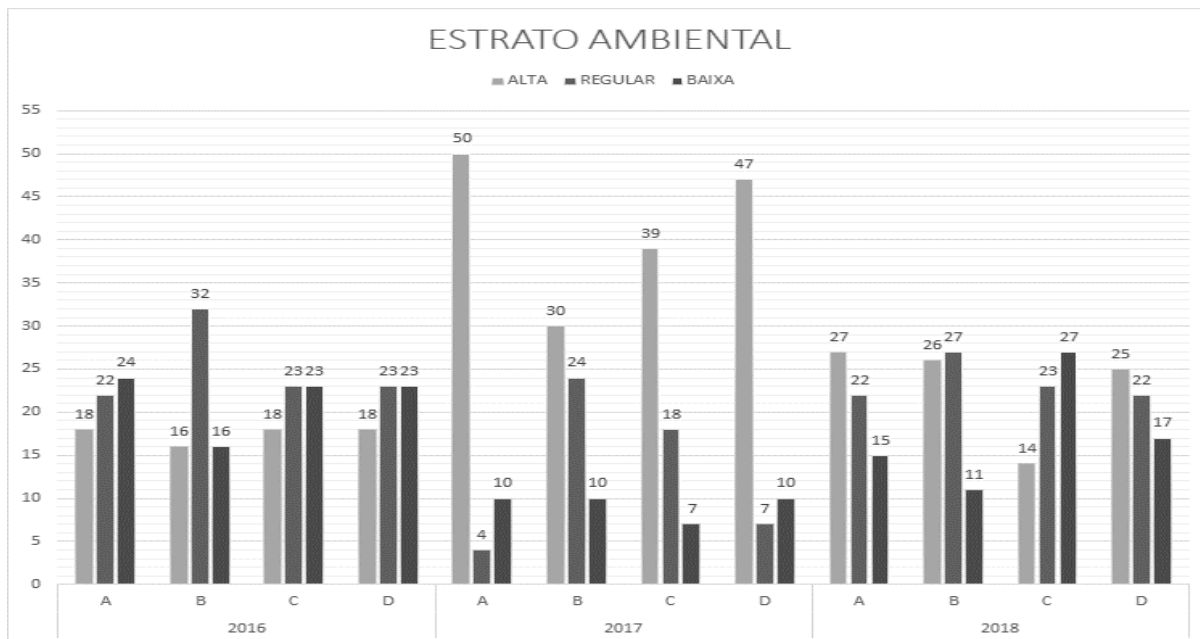


Figura 1 - Número de empresas por estrato de legitimação corporativa em caráter ambiental de 2016 a 2018

Fonte: Elaborado pelos autores.

Onde: A = Categoria Relevância; B = Categoria Compreensibilidade; C = Categoria Verificabilidade; e D = Estratificação por total das categorias.

No que diz respeito ao caráter ambiental, os resultados consolidados do setor elétrico evidenciam maior concentração das concessionárias no alto grau do estrato de legitimação corporativa, com destaque positivo para o ano de 2017 que apresentou 47 empresas das 64 empresas analisadas nesse estrato de legitimação. Nesse cenário, é possível perceber que as companhias estão voltando sua atenção ao atendimento das demandas feitas pelos *stakeholders*, a fim de garantir sua legitimidade diante destes, por meio da divulgação de informações úteis e qualificadas, capazes de influenciá-los positivamente em suas tomadas de decisões. No entanto, vale ressaltar o ano de 2016 pelo baixo número de empresas na escala mais alta do estrato de legitimação, o que evidencia uma estratégia de divulgação distinta em relação aos demais anos. (Patten, 1992; Dyck & Zingales, 2004; Mazzioni & Klann, 2016).

Dentro dessa ótica, constatou-se que durante os três anos houve um número considerável de empresas enquadradas no estrato baixo e regular entre as concessionárias de energia elétrica, principalmente nos anos de 2016 e 2018, em que o somatório das empresas, nesses dois estratos, ultrapassam o número de empresas presentes na categoria de alta legitimação corporativa. Diante disso, observa-se que a divulgação de informações distorcidas e tendenciosas ainda faz parte da realidade dessas concessionárias, esse fato ocasiona a perda de utilidade das informações prestadas, tornando-as desqualificadas para os *stakeholders* (Dyck & Zingales, 2004; Paulo & Martins, 2007; Dechow, Ge, & Schrand, 2010).

Nesse contexto, analisando as companhias de acordo com as características qualitativas contidas nos relatórios socioambientais anuais, é observado que há um número maior de empresas presentes no estrato alto da categoria de relevância nos dois últimos anos, as quais atendem a ideia central, apresentando informações que proporcionam segurança para os *stakeholders* tomarem suas decisões (Moura et al., 2017), sendo destacado o período de 2017, em que haviam 50 empresas das 64 empresas verificadas, com o nível alto de relevância. Nesse sentido, foi identificado que as ações que mais apresentam relevância são:

educação ambiental para os colaboradores e comunidade; conscientização ambiental para os colaboradores e comunidade; e treinamento ambiental.

Além disso, constatou-se que, a compreensibilidade apresentou números menores de empresas listadas no grau alto de legitimação corporativa em comparação a característica de relevância. Nesse sentido, a justificativa para o aparecimento das concessionárias, em sua maioria no nível baixo e regular de legitimação, se dá pelo fato destas não apresentarem em seus relatórios uma narrativa justa, adequada e plena das informações, de forma a serem mais compreensíveis e acessíveis para os usuários (Dias Filho, 2000; Rodrigues & Niyama, 2019), isso é verificado em ações, como: auditoria ambiental; consumo racional e eficiente de água, energia e outros recursos; discussão sobre a preocupação com a falta de energia; e transporte ou logística ambiental sustentável.

Ademais, a respeito da categoria de verificabilidade, é possível constatar que, nos três anos analisados, há um minoritário número de empresas presentes no estrato alto de legitimação corporativa, salvo o ano de 2017, que conteve 39 empresas nesse estrato. Nesse sentido, é entendido que a ausência de ações relativas ao nome e/ou imagem ambiental é o que engrandesse o número de empresas que contemplam o estrato regular e baixo, por exemplo, sendo 2018 o ano que mais apresentou empresas nesses dois estratos. Nesse sentido, entende-se que a maior dificuldade das concessionárias no alcance de sua legitimidade está situada em divulgar informações para que os *stakeholders* consigam estabelecer critérios de verificação, em consonância, esse fato os distancia da ideia de simetria informacional (Paulo & Martins, 2007; Dechow, Ge, & Schrand, 2010), ocasionado pela falta de visibilidade das ações ambientais relatadas como nome e/ou imagem ambiental.

4.2.2. Legitimação em caráter social

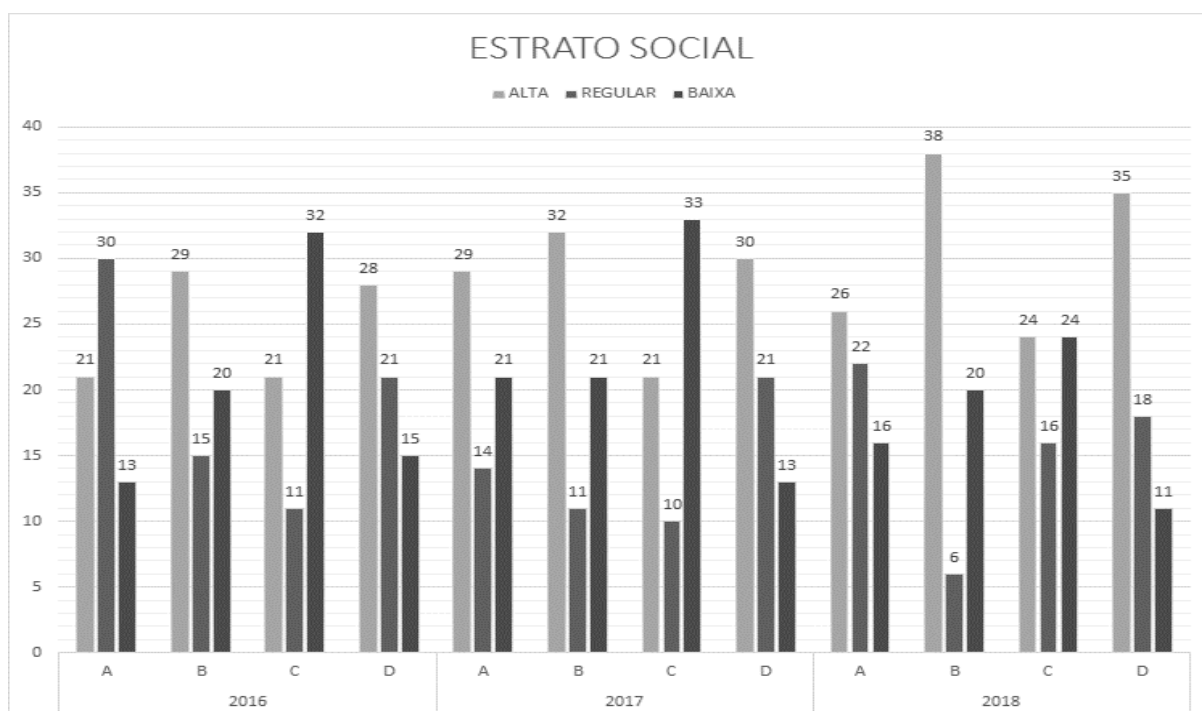


Figura 2 - Número de empresas por estrato de legitimação corporativa em caráter social de 2016 a 2018:

Fonte: Elaborado pelos autores.

Onde: A = Categoria Relevância; B = Categoria Compreensibilidade; C = Categoria Verificabilidade; e D = Estratificação por total das categorias.

Em caráter social, a partir da observação dos resultados consolidados do setor, foram identificados números mais expressivos de concessionárias de energia elétrica no estrato de alta legitimação corporativa nos três anos analisados, evidenciando, dessa maneira, a preocupação das entidades com o cumprimento do processo de legitimação e assim a manutenção de sua imagem perante os *stakeholders* (O'Donovan, 2002; Pereira, Bruni, & Filho, 2010; Correa, Gonçalves, & Moraes, 2015), a partir da divulgação de informações incrementais que agregam valor ao processo de tomada de decisão (Merkl-Davies & Brennan, 1999).

Entretanto, apesar de ser visualizado um crescente aumento de empresas no estrato alto de legitimação, a quantidade de concessionárias que compõem os estratos regular e baixo ainda é considerável, o que é indicativo de que estas ainda fazem uso de informações assimétricas e tendenciosas como ferramentas do processo de legitimação corporativa (Merkl-Davies & Brennan, 1999; Merkl-Davies, Brennan, & Mcleay, 2011; Guidry & Patten, 2012). Dessa forma, esse fato pode evidenciar maiores probabilidades de descumprimento do contrato social, existente entre sociedade e organização, acarretando, assim, o processo de descontinuidade da entidade (Patten, 1992; Reckziegel, Souza, & Diehl, 2007; Eugenio, 2010; Machado & Ott, 2015).

Para além disso, os resultados evidenciados na categoria relevância apresentam a maioria das empresas no estrato alto de legitimação corporativa em todos os anos analisados. Em consonância, destacam-se, como ferramentas para a obtenção deste grau de legitimação, a divulgação de ações e projetos capazes de auxiliar ou modificar a tomada de decisão dos usuários da informação (Dyck & Zingales, 2004; Paulo & Martins, 2007; Mazzioni & Klann, 2016; Moura et al., 2017), visualizado em ações como: educação e conscientização social dos colaboradores; conscientização social para sociedade; e incentivo ao consumo socialmente responsável; assim como, a identificação e qualificação dos *stakeholders*.

Em conformidade, a categoria de compreensibilidade também se destacou, contento a maioria das concessionárias no estrato alto de legitimação corporativa nos três anos, a partir da divulgação de informações simétricas e compreensíveis (Dias Filho, 2000; Rodrigues & Niyama, 2019), em indicadores como: saúde e segurança no trabalho; objetivo diretrizes e metas sociais; e investimento e gastos sociais. No entanto, apesar da presença maior das concessionárias no grau alto de compreensibilidade, observa-se que muitas empresas deixam de divulgar ações como: concorrência leal; fatores negativos, corrupção e violações de direitos; e reconhecimento dos direitos dos povos indígenas, em que a ausência dessas informações leva ao aumento do número de empresas nos estratos regular e baixo. Isto pode acarretar na dificuldade dos *stakeholders* em compreender a narrativa dos relatórios socioambientais, por estes não evidenciarem informações justas, adequadas e plenas (Dias Filho, 2000).

Porém, apesar das informações dos relatórios socioambientais apresentarem considerável relevância e compreensibilidades a respeito dos aspectos sociais das 64 empresas analisadas durante os anos de 2016 a 2018, os resultados apresentados na categoria verificabilidade destacam a incapacidade das concessionárias em atingir sua legitimidade, devido à falta de verificação da simetria e fidedignidade da informação divulgada (Paulo & Martins, 2007; Dechow, Ge, & Schrand, 2010). A análise é exemplificada, a partir do número significativo de empresas que compõem o estrato baixo de legitimação nesses três anos, com isso, alguns pontos de destaque negativo na divulgação das informações foram: nome e imagem social; e premiações socioambientais, em que essas ações demonstram informações

assimétricas divulgadas aos *stakeholders*, desqualificando-as e indo contra a finalidade das informações contábeis (Paulo & Martins, 2007; Dechow, Ge, & Schrand, 2010).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo objetivou-se em identificar as estratégias de legitimação corporativa adotadas pelas empresas do setor elétrico nacional, com base no nível de qualidade da informação contábil presente nos relatórios socioambientais publicados. Para que assim, seja possível auxiliar os *stakeholders* no reconhecimento de alegações reais ou de gerenciamento de impressão nos relatórios apresentados a partir de uma métrica única e comum aos diversos usuários da informação, sendo essas as justificativas da pesquisa.

Dessa maneira, foi apurado a partir da análise média total das categorias, que os níveis de qualidade da característica de relevância são maiores nos três anos em caráter ambiental, o que pode demonstrar maior eficácia das concessionárias em auxiliar os *stakeholders* na tomada de decisão, em caráter ambiental do que em caráter social. No entanto, nesses dois caracteres, foram identificadas tendências crescentes de divulgação de informações assimétricas e incompreensíveis, o que pode diminuir o grau de verificabilidade e compreensibilidade da qualidade da informação.

Além disso, existem mais concessionárias de energia elétrica com alto grau de legitimação corporativa, o que demonstra crescente atendimento as demandas dos *stakeholders*, logo as entidades passaram a se preocupar mais com o cumprimento do processo de legitimação e imagem diante destes. Do mesmo modo que os relatórios socioambientais de grande parte das concessionárias de energia elétrica demonstraram alto grau de relevância nas informações socioambientais. Ademais, apesar das empresas concentrarem-se majoritariamente no estrato alto de legitimação corporativa, no que tange ao âmbito social de compreensibilidade, poucas empresas apresentaram narrativas compreensíveis no âmbito ambiental. Para mais, a característica de verificabilidade foi a que apresentou menos empresas no estrato alto nos dois cenários, o que pode dificultar as empresas em atingir sua legitimidade, devido falta de simetria e verificabilidade das informações.

Nesse contexto, os resultados apurados mostram que o segmento de empresa analisado tanto em caráter ambiental quanto em caráter social, apresentam qualidade na informação divulgada capaz de influenciar as decisões dos usuários. Visto que, apesar de terem sido identificadas tendências de gerenciamento de impressão em maior grau na categoria verificabilidade, em uma percepção geral, as informações incrementais se fazem presentes na maior parte dos dados verificados, principalmente nas categorias relevância e compreensibilidade. Demonstrando dessa maneira, a possibilidade de medir o nível de qualidade dos relatórios socioambientais com base na evidenciação das características qualitativas da informação (relevância, compreensibilidade e verificabilidade). Assim, confirmando o problema central do estudo, de que os meios de legitimação corporativa são capazes de serem identificados mediante o nível de qualidade da informação contábil apresentado nos relatórios anuais de responsabilidade socioambiental.

Desse modo, constatou-se como limitações da pesquisa, o conflito de perspectivas, em que o instrumento publicado pela entidade pode não representar a opinião do *stakeholder*. Além disso, os fatores externos que podem justificar a discrepância dos dados de um ano para o outro é tido como outra limitação da pesquisa, uma vez que a investigação a respeito destes fatores não foi desenvolvida por não ser a abordagem central desse artigo.

Em suma, para estudos futuros, sugere-se a aplicação de uma metodologia capaz de identificar quais procedimentos podem medir as perspectivas dos *stakeholders* em relação aos relatórios socioambientais divulgados pelas concessionárias de energia elétrica. Ademais, recomenda-se uma análise dos aspectos externos capazes de influenciar as variações no cenário do segmento estudado.

6. REFERÊNCIAS

- Almeida, J. E. F. de. (2010). Qualidade da informação contábil em ambientes competitivos. *Tese (Doutorado em Contabilidade) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, Brasil*, 1–174.
- Bardin, L. (2000). *Análise de conteúdo*. Edições 70 Lda.
- Beatty, A., & Liao, S. (2014). Financial accounting in the banking industry: A review of the empirical literature. *Journal of Accounting and Economics*, 58(2–3), 339–383. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2014.08.009>
- Borges Junior, P. (2015). Análise da associação entre desempenho socioambiental e *disclosure* socioambiental de empresas do setor elétrico brasileiro. *Dissertação (Mestrado em Contabilidade) - Programa de Pós-Graduação em contabilidade, Universidade Federal do Espírito Santo, Espírito Santo, Brasil*.
- Brennan, N., Guillamon-saorin, E., & Pierce, A. (2009). Impression management: Developing and illustrating a scheme of analysis for narrative disclosures – a methodological note. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 22(5), 789–832.
- Cohen, M., Cavazotte, F. de S. C. N., Costa, T. M. da, & Ferreira, K. C. S. (2016). Responsabilidade Socioambiental Corporativa como fator de atração e retenção para jovens profissionais. *BBR, Braz. Bus. Rev.*, 14(1), 21–41. <https://doi.org/10.15728/bbr.2017.14.1.2>
- Concenza, J. P. (2003). A eficácia informativa da demonstração do valor adicionado. *Revista Contabilidade e Finanças, Edição Com*, 7–29.
- Consoni, S., Colauto, R. D., & Lima, G. A. S. F. de. (2017). A divulgação voluntária e o gerenciamento de resultados contábeis: Evidências no mercado de capitais brasileiro. *Revista Contabilidade & Finanças*, 28(74), 249–263. <https://doi.org/10.1590/1808-057x201703360>
- Correa, J. C., Gonçalves, M. N., & Moraes, R. de O. (2015). *Disclosure* ambiental das companhias do setor de petróleo, gás e biocombustíveis listadas na BM&FBOVESPA: Uma análise à luz da teoria da legitimidade. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 4(3), 139–154. <https://doi.org/10.5585/geas.v4i3.254>
- Costa, I. L. de S., Correia, T. D. S., Paulo, E., & Lucena, W. G. L. (2018). Impacto do *disclosure* voluntário : Valor da empresa e informações socioambientais nas companhias abertas. *Revista Contabilidade, Gestão e Governança*, 21(2), 271–287. <https://doi.org/10.21714/1984-3925>
- David, H., & Markus, M. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures

- in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(1), 77–108.
- Dechow, P., Ge, W., & Schrand, C. (2010). Understanding earnings quality: A review of the proxies, their determinants and their consequences. *Journal of Accounting and Economics*, 50(2–3), 344–401. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2010.09.001>
- Degenhart, L., Mazzuco, M. S. A., & Klann, R. C. (2017). Relevância das informações contábeis e a responsabilidade social corporativa de empresas brasileiras. *BASE - Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, 14(3), 157–168. <https://doi.org/10.4013/base.2017.143.01>
- Dias Filho, J. M. (2000). A linguagem utilizada na evidenciação contábil: Uma análise de sua compreensibilidade à luz da teoria da comunicação. *Caderno de Estudos, São Paulo, FIECAFI*, 13(24), 36–49. <https://doi.org/10.1590/s1413-92512000000200003>
- Dias, L. N. da S., Soekha, L. D. O., & Souza, E. M. V. de. (2008). Estudo de caso do balanço social da Albrás: De relatórios internos ao modelo GRI. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, 3(1), 83–96. https://doi.org/10.21446/scg_ufrj.v3i1.13147
- Dyck, A., & Zingales, L. (2004). Private benefits of control: An international comparison. *The Journal of Finance*, 59(2), 537–600.
- Erfurth, A. E., & Bezerra, F. A. (2013). Gerenciamento de resultados nos diferentes níveis de governança corporativa. *BASE - Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, 10(1), 32–42. <https://doi.org/10.4013/base.2013.101.03>
- Eugenio, T. P. (2010). Avanços na divulgação de informação social e ambiental pelas empresas e a teoria da legitimidade. *Revista Universo Contábil*, 6(1), 102–118. <https://doi.org/10.4270/ruc.2010106>
- Fernandes, S. M. (2012). Nível do *disclosure* ambiental das empresas brasileiras listadas na BM&FBOVESPA: Uma análise do período de 2006 a 2010. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 6(2), 106–120. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v6i2.531>
- Ferreira, D. D. M., Borba, J. A., & Rosa, C. A. da. (2014). As contingências ambientais das empresas estrangeiras que publicam suas demonstrações financeiras em IFRS no mercado norte americano. *Revista Universo Contábil*, 10(3), 134–154. <https://doi.org/10.4270/ruc.2014323>
- Gabriel, F., & Silveira, A. D. M. da. (2011). Qualidade da informação contábil e análise de sua relação com a estrutura de governança corporativa das firmas no Brasil. *Anais.. São Paulo: EAC/FEA/USP*.
- Garcia, R. L. M., Peleias, I. R., & Peters, M. R. S. (2014). A teoria da legitimidade e as práticas de evidenciação da norma ISO 14001 por empresas brasileiras. *XIV Congresso USP Controladoria e Contabilidade*, 1–16.
- Guidry, R. P., & Patten, D. M. (2012). Voluntary disclosure theory and financial control variables: An assessment of recent environmental disclosure research. *Department of Accounting, Illinois State University*, 36(2), 81–90.

<https://doi.org/10.1016/j.accfor.2012.03.002>

- Maçambanni, T. A., Bellen, H. M. Van, Silva, T. L. da, & Ventura, C. (2014). Evidenciação socioambiental: Uma análise do balanço social de empresas do setor elétrico que atuam nas regiões sul e nordeste do Brasil. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 2(1), 123–142. <https://doi.org/10.5585/geas.v2i1.43>
- Machado, D., & Ott, E. (2015). Estratégias de legitimação social empregadas na evidenciação ambiental: Um estudo à luz da teoria da legitimidade. *Revista Universo Contábil*, 11(1), 136–156. <https://doi.org/10.4270/ruc.2015107>
- Mazzioni, S., & Klann, R. C. (2016). Determinantes da qualidade da informação contábil no contexto internacional. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, 13(29), 3–32. <https://doi.org/10.5007/2175-8069.2016v13n29p3>
- Merkel-Davies, D. M., & Brennan, N. M. (1999). Discretionary disclosure strategies in corporate narratives: Incremental Information or Impression Management? *Accounting Harmonisation and Standardisation in Europe*, 1–11.
- Merkel-Davies, D. M., Brennan, N. M., & McLeay, S. J. (2011). Impression management and retrospective sense-making in corporate narratives: A social psychology perspective. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 24(3), 315–344. <https://doi.org/10.1108/09513571111124036>
- Moura, G. D. De, Zanchi, M., Mazzioni, S., & Kruger, S. D. (2017). Determinantes da qualidade da informação contábil em grandes companhias abertas listadas na BM&FBOVESPA. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*, 11(3), 329–346.
- Novaes, P. V. G., Borges Junior, P., De Almeida, J. E. F., & Bortolon, P. M. (2018). Accruals discricionários e previsões otimistas dos analistas: Incentivos e consequências. *Contabilidade Vista & Revista*, 29(1), 28–47. <https://doi.org/10.22561/cvr.v29i1.3627>
- Nunes, E. M., & Silva, A. P. F. da. (2012). Aderência do modelo IBASE de balanço social : a norma brasileira de contabilidade voltada para as informações de natureza socioambiental. *Rev. Ciênc. Admin.*, 18(2), 612–634.
- O'Donovan, G. (2002). Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 344–371. <https://doi.org/10.1108/09513570210435870>
- Oliveira, A. G. De, Averbai, N. M., & Nakamura, W. T. (2000). A utilização das informações geradas pelo sistema de informação contábil como subsídio aos processos administrativos nas pequenas empresas. *Rev. FAE, Curitiba*, 3(3), 1–12. <http://www.ufrgs.br/gianti/>
- Oliveira, M. C., Portella, A. R., Demarche Minatti Ferreira, D., & Borba, J. A. (2016). Comunicação de responsabilidade socioambiental na missão, visão e valores de empresas da BM&FBovespa e da Fortune 500. *Contabilidade, Gestão e Governança*, 19(2), 192–210. https://doi.org/10.21714/1984-3925_2016v19n2a2
- Patten, D. M. (1992). Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil

- spill: A note on legitimacy theory. *Accounting Organizations and Society*, 17(5), 471–475.
- Paulo, E., & Martins, E. (2007). Análise da qualidade das informações contábeis nas companhias abertas. *Anais... Rio de Janeiro: ANPAD*, 293–297.
- Pereira, A. G., Bruni, A. L., & Filho, J. M. D. (2010). Legitimidade corporativa em empresas pertencentes a indústrias ambientalmente sensíveis: Um estudo empírico com empresas que negociam ações na Bovespa. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, v. 5(n.2), 1–16.
- Reckziegel, V., Souza, M. A., & Diehl, C. A. (2007). Práticas de gestão de custos adotadas por empresas estabelecidas nas regiões noroeste e oeste do estado do Paraná. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 9(23), 14–27.
- Ribeiro, F., Alves, T. A., Taffarel, M., & Menon, G. (2017). Responsabilidade Social Corporativa e o desempenho financeiro no setor de energia elétrica: Um estudo com modelo de dados em painéis. *Gestão & Regionalidade*, 33(99).
<https://doi.org/10.13037/gr.vol33n99.3987>
- Santana, L. M., Góis, Al. D., Luca, M. M. M., Vasconcelos, Al. C., & Asconcelos. (2015). Relação entre *disclosure* socioambiental, práticas de governança corporativa e desempenho empresarial. *Organizações em contexto*, 11(21), 49–72.
- Silva Neto, E. R. (2014). A relação entre o nível de evidenciação socioambiental e os fatores da sustentabilidade de empresas do setor elétrico brasileiro. *Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Universidade Federal do Espírito Santo, Espírito Santo, Brasil*, 0–112.
- Souza, M. A., & Pimmel, R. M. (2013). Análise de desempenho econômico e social: Estudo do balanço social de empresas brasileiras. *Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA*, 7(1), 52–68.
- Van De Burgwal, D., & Vieira, R. J. O. (2014). Determinantes da divulgação ambiental em companhias abertas holandesas. *Revista de Contabilidade e Finanças*, 25(64), 60–78.
- Verrecchia, R. E. (2001). Essays on disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 32, 97–180. papers3://publication/uuid/BE69A206-2663-48F1-BCB8-46ED22FA6FAF
- Voss, B. de L., Pfitscher, E. D., Rosa, F. S. da, & Ribeiro, M. de S. (2013). Evidenciação ambiental dos resíduos sólidos de companhias abertas no Brasil potencialmente poluidoras. *Revista Contabilidade & Finanças*, 24(62), 125–141.
<https://doi.org/10.1590/s1519-70772013000200004>