

LEGITIMAÇÃO CORPORATIVA DE ACORDO COM O NÍVEL DE QUALIDADE DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL DOS RELATÓRIOS SOCIOAMBIENTAIS: UM ESTUDO DAS CONCESSIONÁRIAS DE ENERGIA ELÉTRICA

William Augusto Sousa de Oliveira (UFPA) - william.oliveira.0727@gmail.com

Mariana de Paula Cardoso dos Santos (UFPA) - marianadpcardoso@gmail.com

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, uma vez que esse segmento de empresas possui órgão regulador (ANEEL) e assim a obrigatoriedade de tornar público seus relatórios anuais de responsabilidade socioambiental. Com isso, foi empregada pesquisa descritiva de natureza quali-quantitativa com a utilização da técnica de análise de conteúdo. Os resultados da pesquisa, evidenciaram um percentual médio de qualidade, para o segmento, de 68% em caráter ambiental e de 58% em caráter social. Nesse sentido, foram identificadas tendências de gerenciamento de impressão, assim como, de informações incrementais nos relatórios socioambientais analisados. Com isso, concluiu-se, que o nível de qualidade da informação contido no disclosure socioambiental é prenúncio da forma de legitimação adotada.

Palavras-chave: *Legitimação Corporativa; Teoria da Legitimidade; Governança Socioambiental; Contabilidade Ambiental; Qualidade da Informação Contábil.*

Área temática: *Contabilidade para Usuários Externos*

LEGITIMAÇÃO CORPORATIVA DE ACORDO COM O NÍVEL DE QUALIDADE DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL DOS RELATÓRIOS SOCIOAMBIENTAIS: UM ESTUDO DAS CONCESSIONÁRIAS DE ENERGIA ELÉTRICA

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 evidencição socioambiental. A população definida para aplicação da pesquisa foram as concessionárias nacionais de energia elétrica, uma vez que esse segmento de empresas possui órgão regulador (ANEEL) e assim a obrigatoriedade de tornar público seus relatórios anuais de responsabilidade socioambiental. Com isso, foi empregada pesquisa descritiva de natureza quali-quantitativa com a utilização da técnica de análise de conteúdo. Os resultados da pesquisa, evidenciaram um percentual médio de qualidade, para o segmento, de 68% em caráter ambiental e de 58% em caráter social. Nesse sentido, foram identificadas tendências de gerenciamento de impressão, assim como, de informações incrementais nos relatórios socioambientais analisados. Com isso, concluiu-se, que o nível de qualidade da informação contido no *disclosure* socioambiental é prenúncio da forma de legitimação adotada.

Palavras-chave: Legitimação Corporativa; Teoria da Legitimidade; Governança Socioambiental; Contabilidade Ambiental; Qualidade da Informação Contábil.

Área temática do evento: Contabilidade para Usuários Externos.

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 evidenciam 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 (O'DONOVAN, 2002; PEREIRA; BRUNI; FILHO, 2010; MERKL-DAVIES; BRENNAN, 1999).

Com isso, o entendimento sobre as práticas adotadas para o alcance da legitimação faz-se necessário, uma vez que as mesmas podem partir não somente de informações fidedignas, como também de divulgações socioambientais assimétricas que impossibilitam o entendimento e a tomada de decisão (MERKL-DAVIES; BRENNAN, 1999). Este 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 identificar as estratégias de legitimação corporativa a partir do nível de qualidade da informação contábil dos relatórios socioambientais divulgados.

Contudo, os estudos sobre o tema, identificam 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, e assim contribuir com os estudos acerca de legitimação corporativa e qualidade da evidenciação socioambiental, o estudo busca contemplar os demais 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.

Desse modo, 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 disporem de diretrizes de governança socioambiental, a partir de modelos de divulgação socioambiental (IBASE e GRI), além de darem publicidade aos seus relatórios socioambientais, a partir da regulamentação do setor por parte Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL).

Com isso, a pesquisa tem o intuito de provar a seguinte hipótese: as formas de legitimação corporativa 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 da hipótese adotada (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 (BORGES JUNIOR, 2015).

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 o objetivo 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; 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 os 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).

Contudo, 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; 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; CONCENZA, 2003; 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 peça fundamental para o processo de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) das entidades (DAVID; MARKUS, 1996; COHEN et al., 2016; DEGENHART; MAZZUCO; KLANN, 2017).

Dessa forma, as ideias de *Triple Bottom Line*, servem de base para a conceituação de RSC, onde a evidenciação de resultados econômico-financeiros positivos passa a ter a companhia de resultados e metas de desenvolvimento social e ambiental. (ELKINGTON, 1994; ADAMS; ZUTSHI, 2004; RIBEIRO et al., 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 da informação 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, afim torná-las mais qualificadas para a melhor avaliação dos *stakeholders*; visto que a ciência contábil é a qual responde pelo processamento e organização dos dados das informações divulgadas (OLIVEIRA; AVERBAL; NAKAMURA, 2000; BEATTY; LIAO, 2014).

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 está 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 dessas 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, afim 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. Esta 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).

Dessa maneira, com o propósito de elaborar indicadores capazes de medir o nível de qualidade da informação contábil, esta 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).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Atendendo ao objetivo proposto por este estudo, foi utilizada pesquisa descritiva com abordagem quali-quantitativa a hipótese adotada. Como também, 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. Uma vez que, este seguimento econômico possui agente regulador que estabelece critérios mínimos de governança socioambiental, para a elaboração e divulgação de informações (IBASE e GRI), as quais, 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 anual responsabilidade socioambiental do exercício 2017, na Central de Informações Econômico-Financeiras, categorizando a amostra por conveniência, após a seleção foi encontrado um campo amostral composto por 74 empresas.

Após a coleta dos documentos, para exame dos relatórios socioambientais, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo (BARDIN, 2000). Onde 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, estas foram utilizadas como indicadores socioambientais (SILVA NETO, 2014) capazes de identificar estratégias de legitimidade (BORGES JUNIOR, 2015), as mesmas foram agrupadas entre as três categorias. Por seguinte, foi feita a elaboração de palavras-chaves para cada subcategoria apresentada, a partir destas, houve a seleção de parágrafos que estivessem de acordo com os indicadores socioambientais desenvolvidos, seguidamente, foi feita a transposição dos parágrafos para arquivo Excel.

Contudo, para teste da hipótese adotada, foi realizada a análise de conteúdo das seções coletadas, 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 exposto no **Quadro 1** e **Quadro 2**, abaixo.

Quadro 1 – 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> ? (MOURA et al., 2017)
	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> (DIAS FILHO, 2000)
	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.	
	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? (PAULO; MARTINS, 2007)

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quadro 2 – 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> ? (MOURA et al., 2017)
	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> (DIAS FILHO, 2000)
	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; 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? (PAULO; MARTINS, 2007)
	9. Visibilidade das ações sociais (SILVA NETO, 2014, p. 69–70)	Marca social; Reputação social; Nome e/ou imagem social.	

Fonte: Elaborado pelos autores.

Contudo, para o cálculo dos níveis de qualidade da informação dos dados coletados, foi utilizado o modelo binário para quantificação da análise dos discursos, onde 1 significa atendimento a ideia central da categoria e 0 significa o não atendimento a ideia central. A partir de média aritmética simples, foi encontrado os percentuais de cada empresa em caráter ambiental e social; por categorias e em percentual médio do setor.

Com isso, a partir de adaptações no estudo de Borges Junior (2015), foram elaborados estratos para as estratégias de legitimação corporativa, a partir dos níveis de qualidade da informação encontrados, sendo:

- a) **Baixo:** Indica que a empresa 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 a empresa 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 a empresa 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 obtidos e análise dos mesmos, a partir do procedimento metodológico utilizado, sobre as concessionárias de energia elétrica nacionais.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção, serão apresentados os níveis de qualidade das informações analisadas nos relatórios anuais de responsabilidade socioambiental. A partir disso, será exposta a classificação das empresas que compõem a amostra estudada, por estrato de legitimação corporativa. Para isso, os resultados serão apresentados por caráter analisado: ambiental e social.

4.1. Níveis de Qualidade da Informação

A partir da quantificação dos resultados, foram encontrados os percentuais de atendimento aos critérios de qualidade da informação utilizados pelo método adotado, por empresa, 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, as concessionárias de energia elétrica.

Com a obtenção dos resultados por empresa, também foi utilizada média aritmética para evidencição 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. Os resultados encontrados são evidenciados na **Tabela 1**.

Tabela 1 - Níveis médio de qualidade da informação por caráter de análise

Caráter de Análise	Relevância (%)	Compreensibilidade (%)	Verificabilidade (%)	Setor (%) *
Ambiental	78%	62%	69%	68%
Social	64%	56%	44%	58%

Fonte: Elaborado pelos autores.

*Análise média por total das categorias

Analisando os percentuais identificados, observa-se que a categoria relevância apresentou uma variação percentual maior na seção de caráter ambiental comparado ao de caráter social, as quais tiveram percentuais médios de 78% e 64% respectivamente. 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*, já que possuem qualidade e capacidade de influenciá-los a tomar suas decisões. (DYCK; ZINGALES, 2004; MAZZIONI; KLANN, 2016; MOURA et al., 2017).

Por outro lado, verificou-se que a categoria compreensibilidade demonstrou baixos níveis de qualidade da informação, com 62% de qualidade média em caráter ambiental e 56% em caráter social. Visto isso, os resultados encontrados demonstram a divulgação de narrativas assimétricas ou incompreensíveis para os usuários em geral da organização, desta forma, dificultando a compreensibilidade da informação (DIAS FILHO, 2000; RODRIGUES; NIYAMA, 2019).

Em consequente, os resultados referentes a categoria verificabilidade seguiram as tendências de baixa qualidade da informação divulgada em caráter social. Porém, é identificada diferença significativa entre os caracteres analisados, onde há um maior percentual de verificabilidade em caráter ambiental, com 69% de qualidade média em relação aos 44% de qualidade média em caráter social. Com isso, os relatórios analisados demonstram maior capacidade de verificação da simetria (PAULO; MARTINS, 2007; DECHOW; GE; SCHRAND, 2010) das ações ambientais divulgadas.

Após as análises por categoria, foi observado os resultados do setor econômico estudado, levando em consideração todas as categorias do método adotado. Nesse sentido, foi encontrado em caráter ambiental 68% de qualidade da informação contábil, o que evidencia um alto nível de qualidade dos *disclosures* observados pelo estudo e justifica-os como tendências de divulgação de informação incremental. Enquanto que em caráter social o resultado encontrado, de 58% de qualidade média, não demonstra qualidade da informação contábil suficiente para descartar tendências de gerenciamento de impressão nas divulgações de informação (MERKL-DAVIES; BRENNAN, 1999; COSTA et al., 2018).

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 apresentada 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 **Tabela 2** e **Tabela 3**.

4.2.1. Legitimação em caráter ambiental

Tabela 2 - Número de empresas por estrato de legitimação corporativa (caráter ambiental)

Estratos de Legitimação	Relevância	Compreensibilidade	Verificabilidade	Setor *
Baixo (de 0% a 33%)	12	12	38	12
Regular (de 34% a 67%)	6	28	12	10
Alto (de 68% a 100%)	56	34	24	52
Total de Empresas	74	74	74	74

Fonte: Elaborado pelos autores.

*Estratificação por total das categorias

No que diz respeito ao caráter ambiental, os resultados consolidados do setor elétrico evidenciam maior concentração das concessionárias no nível alto do estrato de legitimação corporativa, contendo 52 empresas das 74 analisadas. 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 desses, por meio da divulgação de informações úteis e qualificadas, capazes de influenciar positivamente em suas tomadas de decisões (PATTEN, 1992; DYCK; ZINGALES, 2004; MAZZIONI; KLANN, 2016).

Por outro lado, constatou-se que 12 empresas ainda estão enquadradas no estrato de legitimação corporativa baixo e 10 empresas estão inseridas no estrato regular de legitimação corporativa. Diante disso, observa-se que a divulgação de informações distorcidas e tendenciosas ainda faz parte da realidade dessas concessionárias, esse fato ocasiona impacto na 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 anuais socioambientais, são observadas 56 empresas no estrato alto na categoria de relevância, que atendem a ideia central, apresentando informações que proporcionam segurança para os *stakeholders* realizarem suas tomadas de decisões (MOURA et al., 2017). Nesse sentido, identificou-se relevância em ações, como: de aperfeiçoamento ambiental dos colaboradores; uso sustentável de recursos; e questões ambientais com clientes e fornecedores, garantindo, desse modo, o enquadramento nesse grau de legitimação.

Além disso, constatou-se que apesar de 34 empresas apresentarem alto grau de legitimação corporativa na categoria compreensibilidade, esse número é significativamente inferior a quantidade de empresas pertencentes ao mesmo grau na categoria relevância. Isso é justificado pelo fato de muitas concessionárias não apresentarem em seus relatórios uma narrativa das informações de maneira justa, adequada e plena aos usuários de forma a serem compreensíveis e acessíveis (DIAS FILHO, 2000; RODRIGUES; NIYAMA, 2019), isso é verificado em ações, como: interações ambientais negativas; política ambiental empresarial; e assuntos relacionados a energia.

Ademais, a categoria verificabilidade é a que apresenta maior número de empresas no estrato baixo de legitimação corporativa, com um total de 38. Nesse sentido, entende-se que a maior dificuldade das concessionárias no alcance de sua legitimidade está situada em divulgar informações 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), nesse caso, ocasionado pela falta de visibilidade das ações ambientais relatadas.

4.2.2. Legitimação em caráter social

Tabela 3 - Número de empresas por estrato de legitimação corporativa (caráter social)

Estratos de Legitimação	Relevância	Compreensibilidade	Verificabilidade	Setor *
Baixo (de 0% a 33%)	17	23	38	14
Regular (de 34% a 67%)	21	14	12	25
Alto (de 68% a 100%)	36	37	24	35
Total de Empresas	74	74	74	74

Fonte: Elaborado pelos autores.

*Estratificação por total das categorias

Em caráter social, a partir da observação dos resultados consolidados do setor, foi identificado um maior aglomerado de concessionárias de energia elétrica no estrato de alta legitimação corporativa, com 35 empresas de 74, evidenciando 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; COSTA et al., 2018).

Entretanto, os estratos de legitimação regular e baixo apresentaram uma composição de 25 e 14 empresas respectivamente, o que é indicativo de um relevante número de empresas que ainda fazem uso de informações assimétricas e tendenciosas como ferramentas do processo de legitimação corporativa (MERKL-DAVIES; BRENNAN, 1999; GUIDRY; PATTEN, 2012), o que evidencia uma maior probabilidade de descumprimento do contrato social, existente entre sociedade e organização, assim acarretando o processo de descontinuidade da entidade (PATTEN, 1992; RECKZIEGEL; SOUZA; DIEHL, 2007; EUGENIO, 2010; MACHADO; OTT, 2015).

Nesse sentido, os resultados evidenciados na categoria relevância apresentam a maioria das empresas no estrato alto de legitimação corporativa, com 36 empresas. 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), como exemplo: educação e conscientização social dos colaboradores; conscientização social para sociedade; incentivo ao consumo socialmente responsável; assim como, a identificação e qualificação dos *stakeholders*.

Assim como, a categoria compreensibilidade apresentou 37 empresas com alto grau de legitimação, a partir da divulgação de informações simétricas e compreensíveis (DIAS FILHO, 2000; RODRIGUES; NIYAMA, 2019), sobre: saúde e segurança no trabalho; e o combate à exploração infantil e ao trabalho forçado ou análogo ao escravo. Porém, se destaca um aumento do número de empresas no estrato de baixa legitimação na categoria compreensibilidade, em relação a categoria anterior, isso pode ser explicado pelos baixos níveis de qualidade da informação atingido, na evidenciação de: concorrência leal; valorização da diversidade racial; reconhecer direitos dos povos indígenas; como também, fatos negativos, corrupção, e violações de direitos.

No entanto, os resultados apresentados na categoria verificabilidade destacam a incapacidade das concessionárias em atingir sua legitimação, 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 das 38 empresas que compõem o estrato de baixa ou nenhuma legitimação corporativa na categoria. Visto isso, alguns pontos de destaque negativo na divulgação das informações, são: marca social da entidade; e nome ou imagem social da entidade.

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 presentes 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, sendo essa a justificativa da pesquisa.

Nesse sentido, para o cumprimento do objetivo geral, foi realizada aplicação da técnica de análise de conteúdo, para isso, os relatórios socioambientais analisados foram os das concessionárias nacionais de energia elétrica regulamentadas pela Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) que divulgaram os dados requeridos no ano de 2017.

Nesse contexto, os resultados apurados mostram que o segmento de empresa analisado tanto em caráter ambiental quanto em caráter social, apresenta 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 a hipótese do estudo, de que os meios de legitimação corporativa são capazes de serem identificados mediante o grau de qualidade da informação contábil apresentado nos relatórios anuais de responsabilidade socioambiental.

Contudo, apesar da tendência ao gerenciamento de impressão não ter sido um destaque na observação dos relatórios, notou-se que as concessionárias nacionais de energia elétrica são mais eficientes na prestação de informação, no que diz respeito ao caráter ambiental do que em caráter social. Dentro dessa ótica, foi identificado 68% de atendimento as características analisadas de qualidade da informação contábil em caráter ambiental, o que demonstra um alto nível de qualidade dos *disclosures*; ao passo que em caráter social o resultado encontrado foi de 58% de qualidade média, o que evidencia a utilização de gerenciamento de impressão a partir da falta de qualidade das informações divulgadas.

Desse modo, constatou-se como limitações da pesquisa, o fato de a literatura não disponibilizar modelos estatísticos capazes de fundamentar as demais características da qualidade da informação se não a relevância, tornando, dessa maneira, os estudos voltados apenas para um grupo de usuários específico, os acionistas. Em consonância, o estudo buscou suprir essa lacuna direcionando as informações para todos os usuários da informação contábil.

Em suma, para estudos futuros, sugere-se a aplicação da metodologia apresentada nessa pesquisa a um segmento econômico diferente, a fim de realizar um comparativo com as estratégias recorridas pelas entidades, dos diversos setores, para garantir sua legitimação perante seus *stakeholders* e a capacidade dos relatórios socioambientais divulgados em auxiliar na identificação destas estratégias. Além disso, recomenda-se a fundamentação das demais características qualitativas das informações contábeis para que seja aprofundada a análise dos relatórios socioambientais.

6. REFERENCIAS

ADAMS, C.; ZUTSHI, A. Corporate social responsibility: why business should act responsibly and be accountab. **Australian Accounting Review**, v. 14, n. 3, p. 31–39, 2004.

ALMEIDA, J. E. F. **Qualidade da informação contábil em ambientes competitivos**. 2010. Tese (Doutorado em Contabilidade) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, Brasil, p. 1–174, 2010.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70 Lda, 2000.

BEATTY, A.; LIAO, S. Financial accounting in the banking industry: A review of the empirical literature. **Journal of Accounting and Economics**, v. 58, n. 2–3, p. 339–383, 2014.

BORGES JUNIOR, P. **Análise da associação entre desempenho socioambiental e disclosure socioambiental de empresas do setor elétrico brasileiro**. 2015. Dissertação (Mestrado em Contabilidade) - Programa de Pós-Graduação em contabilidade, Universidade Federal do Espírito, Espírito Santo, Brasil, 2015.

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

COHEN, M. et al. Responsabilidade socioambiental corporativa como fator de atração e retenção para jovens profissionais. **BBR, Braz. Bus. Rev.**, v. 14, n. 1, p. 21–41, 2016.

CONCENZA, J. P. A eficácia informativa da demonstração do valor adicionado. **Revista Contabilidade e Finanças**, v. Edição Comemorativa, p. 7–29, 2003.

CONSONI, S.; COLAUTO, R. D.; LIMA, G. A. S. F. A divulgação voluntária e o gerenciamento de resultados contábeis: evidências no mercado de capitais brasileiro. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 28, n. 74, p. 249–263, 2017.

CORREA, J. C.; GONÇALVES, M. N.; MORAES, R. O. 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**, v. 4, n. 3, p. 139–154, 2015.

COSTA, I. L. S. et al. Impacto do disclosure voluntário: Valor da empresa e informações socioambientais nas companhias abertas. **Revista Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 21, n. 2, p. 271–287, 2018.

DAVID, H.; MARKUS, M. Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 9, n. 1, p. 77–108, 1996.

DECHOW, P.; GE, W.; SCHRAND, C. Understanding earnings quality: A review of the proxies, their determinants and their consequences. **Journal of Accounting and Economics**, v. 50, n. 2–3, p. 344–401, 2010.

DEGENHART, L.; MAZZUCO, M. S. A.; KLANN, R. C. Relevância das informações contábeis e a responsabilidade social corporativa de empresas brasileiras. **BASE - Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, v. 14, n. 3, p. 157–168, 2017.

DIAS FILHO, J. M. A linguagem utilizada na evidenciação contábil: Uma análise de sua compreensibilidade à luz da teoria da comunicação. **Caderno de Estudos, São Paulo, FIECAFI**, v. 13, n. 24, p. 36–49, 2000.

DIAS, L. N. S.; SOEKHA, L. D. O.; SOUZA, E. M. V. Estudo de caso do balanço social da

albrás: De relatórios internos ao modelo GRI. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v. 3, n. 1, p. 83–96, 2008.

DYCK, A.; ZINGALES, L. Private benefits of control: An international comparison. **The Journal of Finance**, v. 59, n. 2, p. 537–600, 2004.

ELKINGTON, J. Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. **California Management Review**, v. 36, n. 2, p. 90–100, 1994.

ERFURTH, A. E.; BEZERRA, F. A. Gerenciamento de resultados nos diferentes níveis de governança corporativa. **BASE - Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, v. 10, n. 1, p. 32–42, 2013.

EUGENIO, T. P. Avanços na divulgação de informação social e ambiental pelas empresas e a teoria da legitimidade. **Revista Universo Contábil**, v. 6, n. 1, p. 102–118, 2010.

FERNANDES, S. M. 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**, v. 6, n. 2, p. 106–120, 2012.

FERREIRA, D. D. M.; BORBA, J. A.; ROSA, C. A. As contingências ambientais das empresas estrangeiras que publicam suas demonstrações financeiras em IFRS no mercado norte americano. **Revista Universo Contábil**, v. 10, n. 3, p. 134–154, 2014.

GABRIEL, F.; SILVEIRA, A. D. M. Qualidade da informação contábil e análise de sua relação com a estrutura de governança corporativa das firmas no Brasil. in: Congresso USP de iniciação científica em contabilidade EAC/FEA/USP. **Anais...** São Paulo, SP, Brasil, 2011.

GARCIA, R. L. M.; PELEIAS, I. R.; PETERS, M. R. S. A teoria da legitimidade e as práticas de evidenciação da norma ISO 14001 por empresas brasileiras. In: XIV Congresso USP Controladoria e Contabilidade. **Anais...** São Paulo, SP, Brasil, 2014.

GUIDRY, R. P.; PATTEN, D. M. Voluntary disclosure theory and financial control variables: An assessment of recent environmental disclosure research. **Department of Accounting, Illinois State University**, v. 36, n. 2, p. 81–90, 2012.

MAÇAMBANNI, T. A. et al. 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**, v. 2, n. 1, p. 123–142, 2014.

MACHADO, D.; OTT, E. Estratégias de legitimação social empregadas na evidenciação ambiental: Um estudo à luz da teoria da legitimidade. **Revista Universo Contábil**, v. 11, n. 1, p. 136–156, 2015.

MAZZIONI, S.; KLANN, R. C. Determinantes da qualidade da informação contábil no contexto internacional. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v. 13, n. 29, p. 3–32, 2016.

MERKL-DAVIES, D. M.; BRENNAN, N. M. Discretionary disclosure strategies in corporate narratives: Incremental information or impression management? **Accounting Harmonisation**

and Standardisation in Europe:, p. 1–11, 1999.

MOURA, G. D. et al. Determinantes da qualidade da informação contábil em grandes companhias abertas listadas na BM&FBOVESPA. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, v. 11, n. 3, p. 329–346, 2017.

NOVAES, P. V. G. et al. Accruals discricionários e previsões otimistas dos analistas: Incentivos e consequências. **Contabilidade Vista & Revista**, v. 29, n. 1, p. 28–47, 2018.

NUNES, E. M.; SILVA, A. P. F. Aderência do modelo ibase de balanço social: A norma brasileira de contabilidade voltada para as informações de natureza socioambiental. **Rev. Ciênc. Admin.**, v. 18, n. 2, p. 612–634, 2012.

O'DONOVAN, G. Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 15, n. 3, p. 344–371, 2002.

OLIVEIRA, A. G.; AVERBAL, N. M.; NAKAMURA, W. T. A utilização das informações geradas pelo sistema de informação contábil como subsídio aos processos administrativos nas pequenas empresas. **Rev. FAE, Curitiba**, v. 3, n. 3, p. 1–12, 2000.

OLIVEIRA, M. C. et al. Comunicação de responsabilidade socioambiental na missão, visão e valores de empresas da BM&FBovespa e da Fortune 500. **Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 19, n. 2, p. 192–210, 2016.

PATTEN, D. M. Intra-industry environmental disclosures in response to the alaskan oil spill: A note on legitimacy theory. **Accounting Organizations and Society**, v. 17, n. 5, p. 471–475, 1992.

PAULO, E.; MARTINS, E. Análise da qualidade das informações contábeis nas companhias abertas. In: XXXI Encontro da ANPAD. **Anais...** Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 2007.

PEREIRA, A. G.; BRUNI, A. L.; FILHO, J. M. D. 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, p. 1–16, 2010.

RECKZIEGEL, V.; SOUZA, M. A.; DIEHL, C. A. Práticas de gestão de custos adotadas por empresas estabelecidas nas regiões noroeste e oeste do estado do Paraná. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 9, n. 23, p. 14–27, 2007.

RIBEIRO, F. et al. Responsabilidade social corporativa e o desempenho financeiro no setor de energia elétrica: Um estudo com modelo de dados em painéis. **Gestão & Regionalidade**, v. 33, n. 99, 2017.

RODRIGUES, J. M.; NIYAMA, J. K. Qualidade da informação contábil: Uma análise da adoção dos padrões internacionais de contabilidade pelos países que compõem o G-7 e BRICS. **Revista Contabilidade & Finanças - USP**, v. 30, n. 80, p. 216–233, 2019.

SANTANA, L. M. et al. Relação entre disclosure socioambiental, práticas de governança corporativa e desempenho empresarial. **Organizações em contexto**, v. 11, n. 21, p. 49–72,

2015.

SILVA NETO, E. R. **A relação entre o nível de evidenciação socioambiental e os fatores da sustentabilidade de empresas do setor elétrico brasileiro.** 2014. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Universidade Federal do Espírito Santo, Espírito Santo, Brasil, p. 0–112, 2014.

SOUZA, M. A.; PIMMEL, R. M. Análise de desempenho econômico e social: estudo do balanço social de empresas brasileiras. **Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA**, v. 7, n. 1, p. 52–68, 2013.

VAN DE BURG WAL, D.; VIEIRA, R. J. O. Determinantes da divulgação ambiental em companhias abertas holandesas. **Revista de Contabilidade e Finanças**, v. 25, n. 64, p. 60–78, 2014.

VERRECCHIA, R. E. Essays on disclosure. **Journal of Accounting and Economics**, v. 32, p. 97–180, 2001.

VOSS, B. L. et al. Evidenciação ambiental dos resíduos sólidos de companhias abertas no Brasil potencialmente poluidoras. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 24, n. 62, p. 125–141, 2013.