

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

IMPRESSION MANAGEMENT OF VALE'S ACCOUNTING NARRATIVES REGARDING THE BRUMADINHO DAM DISRUPTION

O artigo foi aprovado e apresentado no XXII ENGEMA - Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente, realizado pela Universidade de São Paulo, nos dias 23 e 24 de novembro de 2020.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo investigar como estão representadas as estratégias de gerenciamento de impressão de dissimulação, pela manipulação da facilidade de leitura e manipulação temática, nas narrativas contábeis na comunicação corporativa, quando do rompimento da barragem de Brumadinho (25 de janeiro de 2019), pertencente à empresa Vale S.A. A metodologia aplicada foi a análise de conteúdo de narrativas contábeis em comunicados divulgados à imprensa e relatórios anuais disponibilizados no *website* da empresa, publicados entre 2018 e 2019. Os resultados da pesquisa apontam que o índice de legibilidade – medido pelo Índice de Leitura de Flesch (FLF) – em todos os relatórios da empresa no período estudado é de fácil leitura. Ficou comprovada, de igual modo, a utilidade das narrativas para repassar informações econômicas baseadas na maximização da utilidade, bem como explicações comportamentais baseadas no emprego de frases emotivas e na inserção da narrativa na prática social. Os resultados são consistentes com a literatura sobre uso da facilidade de leitura e ênfase nas boas notícias, como forma de ocultar informações negativas.

Palavras-chave: Brumadinho. Narrativas Contábeis. Gerenciamento de Impressões.

ABSTRACT

This work aims to investigate how the impression management strategies of dissimulation are represented, by the manipulation of the readability and thematic manipulation, in the accounting narratives in corporate communication, when the Brumadinho dam collapsed (January 25, 2019), belonging to the company Vale S.A. The methodology applied was the content analysis of accounting narratives in press releases and annual reports made available on the company's website, published between 2018 and 2019. The survey results indicate that the readability index - measured by the Flesch Reading Index (FLF) – of all company reports during the analyzed period is easy to read. The usefulness of narratives to pass on economic information based on the maximization of utility, as well as behavioral explanations based on the use of emotional phrases and the insertion of narrative in social practice, was also proven. The results are consistent with the literature on the use of readability and emphasis on good news as a way of hiding negative information.

Keywords: Brumadinho. Accounting Narratives. Impression Management.

Jonas Rosso Cadorin

Graduado em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Atua na área contábil e fiscal desde 2015, com foco em escritórios contábeis. Atualmente é aluno do curso de Especialização em Controladoria e Finanças pela USP- Esalq. E-mail: jonasjrcadorin@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6339334336964127>. ORCID: 0000-0002-8041-155X

Viviane Theiss

Possui graduação em Ciências Contábeis pela Fundação Universidade Regional de Blumenau - FURB (2010), mestrado em Ciências Contábeis pela FURB (2012) e doutorado em Contabilidade pela UFSC (2019). Atua como professora Adjunta - DE no Departamento de Ciências Contábeis da UFSC e também do mestrado profissional do Programa de Pós-Graduação em Controle de Gestão (PPGG). E-mail: theissviviane@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2395046366658515>. ORCID: 0000-0002-2450-9704

1. INTRODUÇÃO

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

Analisar as divulgações narrativas contábeis é importante para esclarecer se informações mais complexas são enviadas pelos gerentes para alterar as percepções dos leitores (Clatworthy & Jones, 2001; Rutherford, 2003). Nesse contexto, o oportunismo gerencial incentivado pela hipótese de ofuscação da administração - onde a complexidade textual é usada para ofuscar resultados negativos - pode culminar em informações mais complexas (Bloomfield, 2002).

O comportamento dos atores humanos pode ser oportunista em ambiente de incerteza em decorrência de um evento negativo para a empresa, pois coexistem múltiplas motivações de natureza econômica e social para a realização do gerenciamento de impressão (Festré, 2009). Os gestores podem usar o gerenciamento de ganhos em narrativas, gráficos e figuras/fotografias para gerenciar a impressão, que também pode transmitir aos usuários algo positivo nos relatórios financeiros publicados (Beattie, Dhanani & Jones, 2008).

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

Para Clatworthy e Jones (2001), o gerenciamento de impressão pode estar relacionado com a tendência de indivíduos ou organizações de usarem a informação de forma seletiva para apresentar-se favoravelmente à sua contabilidade, como se fosse uma fotografia que demonstra a sua situação atual editada para parecer melhor. Isso pode ser motivado pelo desejo dos gerentes de utilizar os relatórios financeiros como agenda e apresentar uma visão positiva de seu desempenho. Essa prática é verificada em todas as empresas, porém, com mais frequência naquelas com baixo desempenho econômico-financeiro. As evidências demonstram uma relação de fraude com o gerenciamento de impressões nos casos de colapso das empresas norte-americanas Enron e Worldcom em 2003, no qual o gerenciamento inadequado de impressões teve conseqüências econômicas danosas aos investidores e para outros interessados (Clatworthy & Jones, 2001).

O gerenciamento de impressões foi introduzido pela primeira vez por Goffman na década de 1950, no qual descreve sobre os esforços de um ator (isto é, uma pessoa envolvida), que usa narrativas para criar, proteger, manter ou alterar uma imagem mantida por uma audiência (ou seja, um indivíduo ou grupo interagindo com o ator). Essas imagens são de qualquer personagem ou comportamento que um ator procura projetar para um público, tendo em mente que o objetivo do ator é controlar a opinião ou impressão de um público por meio do controle de informações durante situações sociais.

Goffman considera que na cultura anglo-americana existem dois tipos de bom senso, dos quais ele formula seu conceito de comportamento: (1) a representação verdadeira, sincera e honesta, e (2) a falsa. Deve-se encarar as representações verdadeiras como algo não organizado e não intencional em relação aos fatos. A identidade é estabelecida e estimulada para melhorar, sustentar ou defender uma imagem (Bolino, Kacmar, Turnley, & Gilstrap, 2008).

Entretanto, dependendo da forma como esse gerenciamento de impressão é usado, pode persuadir os interessados na organização a tomarem decisões conforme a sua necessidade, como um meio de fornecer informação tendenciosa e enganar o investidor (Merkl-Davies, Brennan, & Mcleay, 2011).

O estudo de Leung, Parker e Curtis (2015) examinou o comportamento de ocultação de divulgação narrativa mínima em relatórios anuais no contexto de gerenciamento de impressão. Os resultados indicaram que as empresas com mau desempenho e maior risco de dificuldades financeiras são as mais propensas a se envolver em comportamentos de divulgação de narrativa mínima. Tal evidência pode ser considerada uma estratégia de gerenciamento de impressão para ocultar informações, como explicações sobre o fraco desempenho da empresa, e apresentar perspectivas futuras para distrair a atenção dos investidores para longe de pontos fracos da empresa ou para notícias negativas.

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

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

correta. Os autores concluíram que empresas com baixo desempenho ambiental enfatizam boas notícias, ofuscam más notícias e atribuem desempenho direcionado para as suas vantagens.

Beelitz e Merkl-Davies (2011) investigaram o discurso utilizado pelo Chief Executive Officer (CEO) após o incidente na usina nuclear da empresa Vattenfall, situada na Alemanha. A análise do caso baseou-se nos relatórios anuais após a crise, por meio de análise de discurso. A apresentação narrativa corporativa foi usada como meio de consolidar os interesses privados de corporações, em vez de aumentar a transparência e a responsabilidade. O CEO usou o discurso para fabricar o consentimento para os públicos-alvo da organização em relação ao funcionamento contínuo da empresa.

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

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

Os estudos citados levam a questões ligadas à imagem positiva da empresa no mercado. O mundo pós-moderno vive conectado. Atualmente, as relações se estabelecem de forma rápida e dinâmica, principalmente as notícias ruins. Dessa forma, a adoção de técnicas por parte das organizações que minimize e que inclusive altere a visão da realidade é muito importante e pode fazer toda a diferença nesse mundo neocapitalista (Assaf, 1997).

Diante do cenário apresentado, bem como a partir dos resultados de estudos anteriores, tem-se a seguinte problemática da pesquisa: como estão representadas as estratégias de gerenciamento de impressão de dissimulação, considerando a manipulação da facilidade de leitura e manipulação temática nas narrativas contábeis na comunicação corporativa, quando do rompimento da barragem de Brumadinho pertencente à empresa Vale S.A.?

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Gerenciamento de Impressão da Comunicação Corporativa

O gerenciamento de impressões envolve os processos pelos quais as pessoas controlam como são percebidas pelos outros. Segundo Mendonça, Vieira e Espírito Santo (1999), se refere ao controle das impressões por meio de seus comportamentos, motivações, moralidade e atributos. Isso demonstra a amplitude dos gerenciamentos de impressões, pois podem ser controlados por grupos e organizações como um todo. Entretanto, não há um consenso quanto à intenção por trás desse gerenciamento. Esse ato deve ser deliberado, pois o processo de comunicação apenas se consuma quando é pretendido pelos autores.

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

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

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

É importante mencionar duas características distintas: as técnicas de gerenciamento de impressão e os comportamentos de gerenciamento estratégico de impressões. De acordo com Rosenfeld (1997), as técnicas de gerenciamento de impressões têm como objetivo criar no alvo uma impressão positiva fugaz de curto prazo. Por outro lado, comportamentos de gerenciamento estratégicos de impressões têm objetivos de mais longo prazo, a partir do qual procuram estabelecer identidades de longo prazo envolvendo credibilidade, competência e confiabilidade de uma pessoa ou de algo.

Stanton, Stanton e Pires (2004) mencionam a possibilidade de usar o gerenciamento de impressões de forma proativa ou protecionista, sendo que quando usada de forma proativa, tem a intenção de promover imagem da empresa. Nes-

ses casos, o conceito é de construção da imagem que conquiste aos *stakeholders*, bem como que consiga sua aprovação sobre o desempenho da empresa. De outra forma, quando feito de forma protecionista, o gerenciamento é usado para proteger a imagem da empresa frente à ameaça de desempenho ruim. A estratégia pode mudar a forma da narrativa para dissimular as causas de desempenho ruim, apresentando a empresa sob uma ótica positiva futura.

Empresas ligadas ao meio ambiente e com áreas de sustentabilidade chamam a atenção das autoridades públicas e de toda a população em geral. Percebe-se o apelo ao desenvolvimento de uma imagem positiva pela sustentabilidade, por isso essas empresas utilizam-se desse fator para favorecerem o gerenciamento da sua impressão diante da sociedade (Veiga, 2005).

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

Para Mendonça et al. (1999), a manipulação simbólica faz uso do processo de comunicação para traduzir as ideias do emissor em símbolos a serem veiculados para o receptor. Os autores alertam para o fato de que não somente a mensagem está sujeita à manipulação, mas também o contexto que a envolve. Corroborando, Mendonça e Amantino-de-Andrade (2003), mencionam que as organizações desejam obter a legitimidade organizacional e engajam-se no gerenciamento de impressões, buscando criar e enviar a seu público mensagens que retratam estruturas ou ações, reais ou fictícias, congruentes com as demandas do ambiente técnico-institucional.

No relatório corporativo, o gerenciamento de impressões é considerado como fundamental para a empresa e apresenta como um de seus objetivos o controle da opinião que as pessoas apresentam da companhia (externa). Uma das formas de atingir esse objetivo é intervir nas impressões que as pessoas apresentam das informações contábeis. Isso pode ser feito de diversas maneiras, desde com a apresentação de dados e gráficos, bem como por outras alternativas (Clatworthy & Jones, 2001).

2.2 Estratégias de Dissimulação do Gerenciamento de Impressão

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

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

Em relatórios publicados, boas notícias tendem a ter maior legibilidade para os investidores, enquanto más notícias podem ser ofuscadas (Adelberg, 1979; Clatworthy & Jones, 2001; Courtis, 1998; Kohut & Sears, 1992; Subramanian, Insley & Blackwell, 1993). Outras técnicas dentro desse contexto podem ser utilizadas, como por exemplo, os comportamentos tático-defensivos, que incluem as desculpas, a responsabilização e a negação (Mohamed, Gardne & Paolillo, 1999). Nesse âmbito, também surgem as explicações que na maioria das vezes são muito positivas e consistem em esforços mobilizados pelas organizações para explicar e desfazer o embaraço, buscando assim, restaurar sua reputação (Mohamed et al., 1999).

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

Outra técnica gerencial é o *handicapping*. O *handicapping* organizacional descreve sobre ações empreendidas pela organização no sentido de criar a imagem de que o sucesso na realização de uma determinada atividade é improvável, ou talvez impossível de ser atingido. Assim, na eventualidade do fracasso, a organização já tem à sua disposição uma “desculpa pronta” e ainda diminui a expectativa de sucesso sobre a ação de determinado projeto (Mendonça & Amantino-de-Andrade, 2003).

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

Para Rutherford (2003), o personagem das narrativas contábeis pode apresentar a informação de modo diferente aos reguladores do que seria oferecido por números contábeis, devido à oportunidade de ofuscação que as narrativas oferecem. Por exemplo, se a entidade não for obrigada a divulgar o valor das vendas do período, inúmeras questões de

definição e medição serão detalhadas para minar a possibilidade de alcançar uma representação confiável. Por outro lado, na obrigatoriedade de dar esclarecimentos, um texto banal pode ser publicado ou oferecer pouca informação às partes interessadas.

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

3. METODOLOGIA

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

Quadro 1 – Constructo da pesquisa

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

Fonte: adaptado de Merkl-Davies & Brennan (2007) e Theiss (2019).

De acordo com o Quadro 1, as estratégias de dissimulação de gerenciamento de impressão abrangem os comportamentos para ofuscar as más notícias, o que pode tornar a leitura do relatório mais difícil (menos compreensível) de ler e dar ênfase em boas notícias derivadas da informação verbal, enfatizando palavras otimistas que ressaltam a apresentação visual. A técnica utilizada para a análise neste trabalho foi a análise de conteúdo proposta por Bardin (2010), no qual se estabelece primeiramente a pré-análise dos relatórios (leitura, separação dos documentos e formulação das hipóteses). Na sequência, há uma exploração do material estabelecendo unidades de registro (palavras-chaves) e categorização.

Para aplicação dos testes de médias, foi utilizado o *software Minitab* (teste t pareado), para identificar diferenças entre os relatórios de 2018 e 2019.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para a análise dos resultados da pesquisa, foi realizado o download dos relatórios integrados compostos por formulários de referências, relatórios de sustentabilidade e relatórios de administração disponibilizados pela entidade, todos emitidos entre os anos de 2018 e 2019 e disponibilizados em PDF, os quais foram convertidos para *Microsoft Word*®, sem perda de formatação, para que se pudesse realizar a contagem das palavras, frases e caracteres. A princípio, cogitou-se a exclusão dos cabeçalhos dos relatórios. Entretanto, após análise de legibilidade – uma com o texto completo e outra sem o índice e cabeçalho – foi observado que em nenhum dos casos a análise apresentou alterações significativas nas categorias de legibilidade. Assim, foi utilizado os relatórios em sua totalidade.

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

$$IFLF = 206,835 - ((1,015 \times \text{Comprimento médio das frases}) + 0,846 \times (\text{número de sílabas por 100 palavras}))''$$

Tabela 1 – Interpretação do índice de facilidade de leitura de Flesch

Valor do Índice	Leitura do texto
90-100	Muito fácil
80-90	Fácil
70-80	Razoavelmente fácil
60-70	Padrão
50-60	Razoavelmente difícil
40-50	Difícil
0-30	Muito difícil

Fonte: Goldim (2003).

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

4.1 Manipulação da facilidade de leitura

Para a análise, considerou-se as seguintes estatísticas de legibilidade: quantidade de caracteres, quantidade de palavras, quantidade de sentenças, quantidade de parágrafos, média de sentenças por parágrafo, média de palavras por sentença, índice de legibilidade pelo método Flesch e categoria de legibilidade. Estas estatísticas foram obtidas no *Word*, do *Microsoft Office®*, conforme disposto na Tabela 2.

Tabela 2 – Legibilidade dos relatórios analisados

	Formulário de Referência		Relatório de Sustentabilidade		Relatório de Administração	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Nº de palavras	149.288	142.325	45.399	42.239	13.899	8.221
Número de caracteres	820.866	795.056	253.225	218.852	76.346	43.862
Nº de parágrafos	3.964	3.571	902	810	1.151	367
Nº de frases	4.042	3.960	1.456	1.235	458	226
Nº de palavras complexas	247	205	135	86	121	95
% de palavras complexas	6,1	4,2	6,16	5,2	9,23	4,5
Média de frases por parágrafo	1,8	1,4	2,3	1,9	1,8	1,6
Comprimento médio da frase	31,1	28,9	29,2	25,9	24,8	29,5
Caracteres por palavra	5,2	4,9	5,4	3,9	5,1	5,1
Índice Flesch	27, 2185	35, 3735	73, 199	68, 0285	84,67	80,98

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

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

No relatório de sustentabilidade, a empresa pode apresentar seu desempenho ambiental, ao mencionar as metas de melhoria contínua para a operação mais sustentável. Quanto a sua legibilidade, pode-se observar que em 2018 o índice foi de 68,0285, enquanto que em 2019 foi de 73,139. Com base nos resultados, há indícios que em 2019 existiu maior preocupação com o esclarecimento quanto à disposição dos recursos ambientais. Até mesmo se compararmos o número

de páginas, observa-se o aumento de 32 páginas em 2019. Outro fator observado foi o aumento no número de parágrafos no relatório de 2019, no montante de 902, aumento este de 92 parágrafos se comparado ao ano de 2018.

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

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

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

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

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

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

Como se pode observar, a legibilidade dos relatórios da Vale S.A. apresenta grau de dificuldade de leitura, o que vai de encontro com os estudos de Silva e Fernandes (2009), no qual os autores relatam que somente 10% dos relatórios são considerados fáceis de ler. Assim como os relatórios da Vale, nos estudos de Theiss e Beuren (2018), que identificaram que após o rompimento da barragem de Fundão, administrada pela Samarco Mineração S.A., passou-se a transmitir narrativas com características de autovalorização e autoproteção após o evento.

4.2 Ênfase em boas notícias da informação verbal

Dentre os relatórios pesquisados, foram identificadas as palavras-chaves pela ferramenta *SemRuch*®. Entende-se como palavra-chave um termo presente na narrativa, que implique em um resultado. Para a análise foram separadas as palavras-chaves seguindo o método do *Google Ads*®, no qual se estabelece as palavras pela sua correspondência e variações. Entende-se por variações as expressões que se aproximam da palavras-chaves, e reforço como sendo os termos usados juntamente com outras palavras-chaves.

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

Tabela 4 – Palavras-Chaves – Formulário de Referências

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

Nota: N = Número de repetições. Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Para os relatórios de sustentabilidade, pode-se observar palavras marcantes como “segurança” e “desenvolvimento”, que indicam elementos positivos, o que pode ser justificado pois ambos os relatórios trazem o acidente em Brumadinho e a necessidade de transmitir conforto e seguridade.

Tabela 5 – Palavras-Chaves – Relatório de Sustentabilidade

2019					2018			
	Positiva	N	Negativa	N	Positiva	N	Negativa	N
Variação	Desenvolvimento	102	Aumento Rompimento	28	Garantir	27	Rompimento	70
	Contribuir	49	Perda	99	Aumento	23	Redução	44
	Fortalecer	42		13	Aperfeiçoar	10	Danos	16
Reforço	Segurança	125	Reparação	83	Segurança	117	Reparação	30
	Melhor	84	Recuperação	50	Melhorar Melhor	50	Salvamento	10
	Apoio	55	Consideração	48	Reforçar	10	Totalmente	7

Nota: N = Número de repetições. Fonte: Dados da pesquisa (2020).

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

Tabela 6 – Palavras-Chaves – Relatório de administração

2019					2018			
	Positiva	N	Negativa	N	Positiva	N	Negativa	N
Variação	Ativo	19	Redução	23	Ativo	16	Redução Despesas	8
	Garantir	12	Despesas	25	Garantir	10	Impacto	14
	Ação	10	Impacto	30	Construir	13		30
Reforço	Segurança	30	Reparação	23	Segurança Melhorar	27	Atingir Reparação	21
	Melhorar	21	Evitar Rigorosamente	3	Reforçar	21	Recuperação	12
	Aumento	17		1		6		10

Nota: N = Número de repetições. Fonte: Dados da pesquisa (2020).

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

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

Figura 1 - Nuvem de palavras-chaves identificadas nos relatórios



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

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

6. CONCLUSÃO

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

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

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

Como limitação, o presente estudo analisou somente os documentos narrativos nomeados, divulgados pela Vale S.A. no período de janeiro de 2018 a 2019. Assim, outros documentos publicados pela empresa poderão ser objeto de estudos futuros.

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

Recomenda-se o uso das outras estratégias de gerenciamento de impressão não utilizadas nesse estudo, a análise do desenvolvimento das narrativas contábeis por meio de pesquisa *in loco*, entrevistas com os preparadores das narrativas e a análise de documentos, inclusive com participação em reuniões da cúpula administrativa, até a publicação dos relatórios contábeis.

REFERÊNCIAS

- Adelberg, A. H. (1979). Narrative disclosures contained in financial reports: Means of communication or manipulation. *Accounting and Business Research*, 2(1), 179–189.
- Andrade, J. P. de, & Lucena, W. G. L. (2020). Práticas de Gerenciamento de Impressões em empresas de capital aberto do setor elétrico brasileiro. *Cuadernos de Contabilidade*, 21, 1–22. <https://doi.org/10.11144/javeriana.cc21.pgie>.
- Armstrong, M., Petter, R., & Petter, C. (2019). Why have so many tailings dams failed in recent years? *Resources Policy*, 63, 101412. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2019.101412>.
- Assaf, A., Neto (1997). A dinâmica das decisões financeiras. *Caderno de Estudos*, 16, 01–17. <https://doi.org/10.1590/s1413-92511997000300001>.
- Bardin, L. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2010.
- Beattie, V. (2014). Accounting narratives and the narrative turn in accounting research: Issues, theory, methodology, methods and a research framework. *British Accounting Review*, 46, 111–134.
- Beattie, V., Dhanani, A., & Jones, M. J. (2008). Investigating presentational change in U.K. annual reports: A longitudinal perspective. *Journal of Business Communication*, 45(2), 181–222. <https://doi.org/10.1177/0021943607313993>.
- Beelitz, A., & Merkl-Davies, D. M. (2011). Using discourse to restore organisational legitimacy: ‘CEO-speak’ after an incident in a german nuclear power plant. *Journal of Business Ethics*, 108(1), 101–120. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1065-9>.
- Bloomfield, R. J. (2002). The “incomplete revelation hypothesis” and financial reporting. *SSRN Electronic Journal*. Published. <https://doi.org/10.2139/ssrn.312671>.
- Bolino, M. C., Kacmar, K. M., Turnley, W. H., & Gilstrap, J. B. (2008). A Multi-Level review of impression management motives and behaviors. *Journal of Management*, 34(6), 1080–1109. <https://doi.org/10.1177/0149206308324325>.
- Bonfim, M. P., Souza, I. G. D. M., Silva, C. A. T., & Serafim, A. D. O. (2018). Gerenciamento de impressão gráfica no processo decisório. *Revista Ambiente Contábil - Universidade Federal Do Rio Grande Do Norte - ISSN 2176-9036*, 10(1), 71–87. <https://doi.org/10.21680/2176-9036.2018v10n1id10878>.
- 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 & Accountability Journal*, 22(5), 789–832. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1284904>.
- Cavalheiro, M. D. O. (2017). Gerenciamento de impressão: Um estudo sobre as publicações em periódicos internacionais de contabilidade. *Anais do Congresso de Contabilidade UFRS*, 1–15.
- Cho, C. H., Roberts, R. W., & Patten, D. M. (2010). The language of US corporate environmental disclosure. *Accounting, Organizations and Society*, 35(4), 431–443. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2009.10.002>.
- Clatworthy, M., & Jones, M. J. (2001). The effect of thematic structure on the variability of annual report readability. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 14(3), 311–326. <https://doi.org/10.1108/09513570110399890>.
- Cordeiro, M. C., Garcia, G. D., Rocha, A. M., Tschoeke, D. A., Campeão, M. E., Appolinario, L. R., Soares, A. C., Leomil, L., Froes, A., Bahiense, L., Rezende, C. E., de Almeida, M. G., Rangel, T. P., Oliveira, B. C. V. de, Almeida, D. Q. de, Thompson, M. C., Thompson, C. C., & Thompson, F. L. (2019). Insights on the freshwater microbiomes metabolic changes associated with the world's largest mining disaster. *Science of The Total Environment*, 654, 1209–1217. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.11.112>.
- Courtis, J. K. (1998). Annual report readability variability: tests of the obfuscation hypothesis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 11(4), 459–472. <https://doi.org/10.1108/09513579810231457>.
- Dornelles, O. M., & Sauerbronn, F. F. (2019). Revisitando narrativas em busca de definição e usos em contabilidade. *Contabilidade e Gestão*, 14(4). https://doi.org/10.21446/scg_ufrj.v14i4.27082.
- Festré, A. (2009). Incentives and social norms: a motivation-based economic analysis of social norms. *Journal of Economic Surveys*, 24(3), 511–538. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6419.2009.00594.x>.
- Freitas, C. M. D., Barcellos, C., Asmus, C. I. R. F., Silva, M. A. D., & Xavier, D. R. (2019). Da Samarco em Mariana à Vale em Brumadinho: Desastres em barragens de mineração e saúde coletiva. *Cadernos de Saúde Pública*, 35(5). <https://doi.org/10.1590/0102-311x00052519>.
- Goldim, J. R. (2003, March 16). *Índices de legibilidade de Flesch-Kincaid e de facilidade de leitura de Flesch*. UFRS. <https://www.ufrgs.br/bioetica/ilfk.htm>.
- Healy, P. M., & Palepu, K. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *SSRN Electronic Journal*, 405–440. <https://doi.org/10.2139/ssrn.258514>.
- Hellmann, A., Ang, L., & Sood, S. (2020). Towards a conceptual framework for analysing impression management during face-to-face communication. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 25. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2020.100265>.
- Kohut, G. F., & Segars, A. H. (1992). The President's Letter to Stockholders: An Examination of Corporate Communication Strategy. *Journal of Business Communication*, 29(1), 7–21. <https://doi.org/10.1177/002194369202900101>.
- KPMG. (2011). *The KPMG international survey of corporate responsibility reporting 2011*. KPMG. <http://www.kpmg.com/PT/pt/IssuesAndInsights/Documents/corporate-responsibility2011>.

- Leung, S., Parker, L., & Courtis, J. (2015). Impression management through minimal narrative disclosure in annual reports. *The British Accounting Review*, 47(3), 275–289. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2015.04.002>.
- Mantere, S., Aula, P., Schildt, H., & Vaara, E. (2013). Narrative attributions of entrepreneurial failure. *Journal of Business Venturing*, 28(4), 459–473. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.12.001>.
- Mendonça, J. R. C., Vieira, M. M. F., & Espírito Santo, T. M. V. (1999). Gerenciamento de impressões, comunicações e ações simbólicas como elementos facilitadores na gestão de processos de mudança. *Anais Do Encampada*. XXIII Encampada, Foz do Iguaçu.
- Mendonça, J. R. C., & Amantino-de-Andrade, J. (2003). Gerenciamento de impressões: em busca de legitimidade organizacional. *Revista de Administração de Empresas*, 43(1), 36–48. <https://doi.org/10.1590/s0034-75902003000100005>.
- Merkel-Davies, Doris & Brennan, Niamh. (2007). Discretionary Disclosure Strategies in Corporate Narratives: Incremental Information or Impression Management?. *Journal of Accounting Literature*. 26. 116-196. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1089447.
- Merkel-Davies, D. M., Brennan, N. M., & McLeay, S. J. (2011). Impression management and retrospective sense-making in corporate narratives. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 24(3), 315–344. <https://doi.org/10.1108/09513571111124036>.
- Mohamed, A. A., Gardner, W. L., & Paolillo, J. (1999). A Taxonomy of Organizational Impression Management Tactics. *Advances in Competitiveness Research*, 7, 108.
- Moreira, A. M. C. (2002). *Processos de comunicação interna e seus impactos no clima organizacional: Um estudo de caso*. Universidade Federal de Santa Catarina. <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/84286/227561.pdf?sequence=%201&isAllowed=y>.
- Neu, D., Warsame, H., & Pedwell, K. (1998). Managing Public Impressions: Environmental Disclosures in Annual Reports. *Accounting, Organizations and Society*, 23(3), 265–282. [https://doi.org/10.1016/s0361-3682\(97\)00008-1](https://doi.org/10.1016/s0361-3682(97)00008-1).
- Rosenfeld, P. (1997). Impression management, fairness and the employment interview. *Journal of Business Ethics*, 16(8), 801–808. <https://doi.org/10.1023/a:1017972627516>.
- Rutherford, D. (2003). *Raiding the Land of the Foreigners*. Princeton University Press.
- Schlenker, B. R. (1980). *Impression Management: The Self-Concept, Social Identity, and Interpersonal Relations*. Brooks/Cole.
- Silva, C. A. T., & Fernandes, J. L. T. (2009). Legibilidade dos fatos relevantes no Brasil. *RAC-Eletrônica*, 3(1), 142–158. http://www.anpad.org.br/periodicos/arq_pdf/a_818.pdf.
- Spear, S., & Roper, S. (2013). Using corporate stories to build the corporate brand: an impression management perspective. *Journal of Product & Brand Management*, 22(7), 491–501. <https://doi.org/10.1108/jpbm-09-2013-0387>.
- Stanton, P., Stanton, J., & Pires, G. (2004). Impressions of an annual report: an experimental study. *Corporate Communications: an International Journal*, 9(1), 57–69. <https://doi.org/10.1108/13563280410516500>.
- Subramanian, R., Insley, R. G., & Blackwell, R. D. (1993). Performance and readability: A comparison of annual reports of profitable and unprofitable corporations. *Journal of Business Communication*, 30(1), 49–61. <https://doi.org/10.1177/002194369303000103>.
- Teixeira, D. P., Silva, M. M., Durso, S. D. O., & Cunha, J. V. A. D. (2017). The economic crises of 2015 in the accounting narratives of Brazilian companies: an investigation of impression management in the management report. *Revista Capital Científico - Eletrônica*, 15(2). <https://doi.org/10.5935/2177-4153.20170012>.
- Theiss, V. (2019). *Alinhamento entre as racionalidades da teoria da atribuição e da legitimidade no gerenciamento de impressão: Uma análise das narrativas contábeis da Samarco Mineração S.A.* Universidade Federal de Santa Catarina. <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/211466/PPGC0185-T.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>.
- Theiss, V., & Beuren, I. M. (2018). Análise de artigos publicados em periódicos internacionais sobre narrativas contábeis de empresas. *Enfoque: Reflexão Contábil*, 37(4), 01–20. <https://doi.org/10.4025/enfoque.v37i4.33585>.
- Veiga, J. E. (2005). O principal desafio do século XXI. *Ciência e Cultura*, 57(2), 4-5. Retrieved May 31, 2021, from http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252005000200002&lng=en&tlng=pt.