

Disponível em:  
<http://revistas.unicentro.br/index.php/capitalcientifico/index>  
ISSN: 2177 - 4153



# A CRISE ECONÔMICA DE 2015 NAS NARRATIVAS CONTÁBEIS DAS EMPRESAS BRASILEIRAS: UMA INVESTIGAÇÃO DO GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES NOS RELATÓRIOS DA ADMINISTRAÇÃO

## *THE ECONOMIC CRISES OF 2015 IN THE ACCOUNTING NARRATIVES OF BRAZILIAN COMPANIES: AN INVESTIGATION OF IMPRESSION MANAGEMENT IN THE MANAGEMENT REPORT*

**Danielle Penido Teixeira**<sup>1</sup>

**Marlon Mendes Silva**<sup>2</sup>

**Samuel de Oliveira Durso**<sup>3</sup>

**Jacqueline Veneroso Alves da Cunha**<sup>4</sup>

### **Resumo**

O objetivo do presente artigo foi identificar se a recessão econômica vivenciada em 2015 foi utilizada nos Relatórios da Administração das companhias brasileiras como justificativa para o desempenho obtido no ano. A plataforma teórica que norteou o estudo baseia-se, principalmente, na teoria do gerenciamento impressões. Nesse contexto, para atingir o objetivo proposto, foram analisados os Relatórios da Administração das empresas que compõem o índice IBRX 50 da BM&FBOVESPA, ou seja, das 50 companhias com maior

<sup>1</sup> Bacharel em Ciências Contábeis pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais/PUC/MG, Especialização em Gestão Fiscal e Tributária pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Especialização em Direito Tributário pelo Instituto Brasileiro de Estudos Tributários, Possui experiência na área de consultoria tributária, contabilidade e docência, Brasil. Contato: [daniellepenido@gmail.com](mailto:daniellepenido@gmail.com)

<sup>2</sup> Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, Mestrando em Controladoria e Contabilidade na Universidade Federal de Minas Gerais-UFMG, Assistente editorial no periódico Contabilidade Vista e Revista, Brasil. Contato: [marlon.kmendes@hotmail.com](mailto:marlon.kmendes@hotmail.com)

<sup>3</sup> Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Minas Gerais-UFMG, Mestrado em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Minas Gerais-UFMG, Doutorado em Controladoria e Contabilidade na Universidade de São Paulo-USP, Professor tutor na Faculdade FIPECAFI, Brasil. Contato: [sodurso@gmail.com](mailto:sodurso@gmail.com)

<sup>4</sup> Bacharel em Ciências Contábeis pelo Centro Universitário Newton Paiva, Mestrado em Ciências Contábeis pela Universidade de São Paulo-USP, Doutorado em Ciências Contábeis pela Universidade de São Paulo-USP, Professora adjunto IV do Departamento de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, Brasil. Contato: [jvacbr@yahoo.com.br](mailto:jvacbr@yahoo.com.br)

negociação no mercado de capitais brasileiro. A técnica utilizada foi a análise de conteúdo aplicada à comunicação existente no Relatório da Administração das empresas da amostra. Para isso utilizou-se o software Atlas TI. Assim, a partir das informações apresentadas nos Relatórios da Administração dessas instituições para os anos de 2014 e 2015 foi possível classificar as justificativas para o desempenho obtido em: i) fatores externos à entidade e ii) fatores internos à entidade. Como principais resultados do estudo, foi possível identificar que a atribuição a fatores internos esteve presente no discurso de 19 entidades em 2014 e em 16 entidades em 2015. Já os fatores externos foram atribuídos como causas exclusivas dos desempenhos das entidades apenas no exercício social de 2015 e em 8 dos casos analisados. Pôde-se observar, ainda, que das empresas que obtiveram um resultado maior em 2015 quando comparado a 2014, 82,3% atribuíram esse desempenho a fatores internos, enquanto que das empresas que obtiveram um resultado inferior em 2015, quando comparado a 2014, 40% atribuíram esse desempenho a fatores externos.

**Palavras-chave:** Crise Econômica; Gerenciamento de Impressões; Relatório da Administração.

### **Abstract**

*The aim of this article was to identify if the economic recession experienced in 2015 was used in Management Report of Brazilian companies as a justification to the performance obtained in this year. This study utilized, mainly, the impression management theory. To achieve the proposed objective, the study analyzed the Management Report of companies that compose the IBRX 50 of BM&FBOVESPA, that is the 50 companies most negotiated in Brazilian capital market. This paper used the content analysis to investigate the communication in the Management Report of companies of this sample. The software Atlas TI was used to this purpose. In this sense, from the information shown on Management Report of this companies for the year 2014 and 2015 this paper classified the justification of corporate performance obtained in these years in: i) external factors of entity and ii) internal factors of entity. As a results this study identify that 19 companies in 2014 and 16 entities in 2015 attributed the performance obtained to internal factors. In the other hand, only for the year of 2015 was perceived justification related to external factor and for 8 companies. The paper show still that for the context of companies that had better result in 2015, when compared with 2014, 82,3% attributed this bigger performance to internal factors. Additionally, for the context of companies that had worst performance in 2015, when compared with 2014, 40% attributed this smaller performance to external factors.*

**Key words:** Economic crises; Impression Management; Management Report.

## **1 INTRODUÇÃO**

A Contabilidade, enquanto redutora da assimetria informacional entre os agentes econômicos, atua como um instrumento de comunicação entre codificadores e usuários dos números contábeis, interessando-se pelos eventos econômico-financeiros que venham alterar o patrimônio das instituições (HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999; SZUSTER; CARDOSO;

SZUSTER; SZUSTER; SZUSTER, 2011). Nesse sentido, Iudícibus, Martins e Gelbcke (2007, p. 29), definem que “a contabilidade é, objetivamente, um sistema de informação e avaliação destinado a prover seus usuários com demonstrações e análises de natureza econômica, financeira, física e de produtividade, com relação à entidade objeto de contabilização”. Tal processo tem como objetivo primeiro gerar informações úteis para a tomada de decisões estratégicas e gerenciais por parte daqueles que utilizam os informativos contábeis. Sendo assim, pode-se dizer que é justamente a informação contábil que informa aos diferentes agentes a utilidade/relevância dos eventos que impactam as instituições (HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999).

Sendo assim, o Relatório da Administração representa, de forma complementar às demonstrações contábeis, um demonstrativo importante e, muitas vezes, necessário à tomada de decisões, na medida em que fornece, de forma tanto qualitativa como quantitativa, informações adicionais, que podem ser úteis aos usuários em seu julgamento. Ademais, por dispor de um menor rigor técnico, tendo em vista que não há normatizações específicas que definam a sua forma de apresentação, o Relatório da Administração tem o potencial de alcançar um maior número de usuários. A *Securities and Exchange Commission* (SEC), por exemplo, já reconheceu a necessidade da explicação narrativa dos relatórios contábeis, em virtude de a apresentação numérica e as sínteses feitas nas notas de rodapé ser, às vezes, insuficientes para um investidor julgar sobre dividendos e sobre a probabilidade do desempenho passado ser um bom indicador de desempenho futuro (BRYAN, 1997).

Não obstante, apesar dos benefícios, o Relatório da Administração tem gerado alguns questionamentos. Por se tratar de um relatório não submetido à avaliação da auditoria externa e, portanto, sujeito à manipulação dos gestores que os elaboram, algumas pesquisas identificaram que as empresas utilizam o Relatório da Administração como instrumento de marketing e, muitas vezes, apresentam os desempenhos econômicos de forma a ludibriar os usuários das demonstrações financeiras (TSANG, 2002; AERTS, 2005; CLATWORTHY; JONES, 2006; BACHMANN; TONIN; COLAUTO; SCHERER, 2014; VARGAS; ALMEIDA; JÚNIOR, 2014). Assim, a utilização do Relatório da Administração com o intuito de manipular a opinião dos usuários das demonstrações atribuirá os desempenhos favoráveis a fatores internos à empresa enquanto desempenhos desfavoráveis serão dados às causas externas, como o cenário econômico (BETTMAN; WEITZ, 1983; STAW; MCKECHNIE; PUFFER, 1983; YUTHAS; ROGERS; DILLARD, 2002; SILVA; RODRIGUES; ABREU, 2007; RIBEIRO FILHO; LIBONATI; PEREIRA, 2009). Esse fenômeno tem sido chamado de gerenciamento de impressões e, no contexto do presente estudo, implica em uma tentativa de criar uma impressão positiva da empresa nos usuários das informações contábeis, permitindo que os gestores levem crédito pelo sucesso da entidade e evitem a responsabilização pelo seu fracasso (MENDONÇA; ANDRADE, 2003).

No Brasil, o atual cenário econômico vivenciado favorece atitudes nesta direção: deterioração do quadro de emprego e renda, juros e inflação alta, retração do crédito, queda do Produto Interno Bruto (PIB) em 2015 e rebaixamentos sucessivos da nota de crédito do país pelas três maiores agências de risco do mundo. Dessa forma, com base na teoria de gerenciamento de impressões e tendo em vista o resultado de estudos anteriores que sinalizaram que choques externos podem impactar a forma como as empresas se comunicam com os investidores (BEYER; COHEN; LYS; WALTHER, 2010; CHO; ROBERTS; PATTEN, 2010), é de se esperar que a situação vivida internamente no país seja refletida nos Relatórios da Administração das companhias que divulgam os seus demonstrativos contábeis no Brasil.

Nesse contexto, diante do que foi apresentado, propõe-se a seguinte questão de pesquisa: *Como o impacto da crise econômica de 2015 foi evidenciado nas narrativas contábeis das empresas brasileiras?* Objetiva-se com esse estudo, portanto, identificar se a recessão econômica vivenciada em 2015 foi utilizada nos Relatórios da Administração das companhias brasileiras como justificativa para o desempenho obtido no ano. Para alcançar esse objetivo, foram analisados os Relatórios da Administração das empresas que compõem o índice IBRX 50 da BM&FBOVESPA. A justificativa para a amostra utilizada sustenta-se no fato das empresas que compõem o IBRX 50 serem as organizações com maior negociação na bolsa e, portanto, serem aquelas cujo Relatório de Administração se mostra mais relevante, tendo em vista o maior número de interessados e/ou investidores.

Conforme apresentado anteriormente, a literatura nacional e internacional já identificou que o Relatório da Administração pode ser utilizado como um instrumento de manipulação de impressões frente aos choques externos. Contudo, esse estudo inova ao analisar o efeito da recessão econômica vivenciada pelo Brasil em 2015 nas narrativas contábeis de empresas de grande relevância nacional. O evento em questão necessita ser investigado, entre outros fatores, em função de estudos internacionais mostraram que, em ambientes de recessão, a atribuição do desempenho ruim exclusivamente a fatores externos possui relação com a falência posterior das instituições (D'AVENI; MACMILLAN, 1990). Nesse contexto, e tendo em vista a relevância da crise econômica pela qual passa a nação, torna-se necessário averiguar a forma como as empresas atuantes no mercado nacional estão lidando com a situação.

## 2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

### 2.1 Gerenciamento de Impressão

Inicialmente estudado no campo da sociologia, o gerenciamento de impressão foi utilizado em trabalhos que buscavam entender a importância da auto apresentação na definição do lugar dos indivíduos na sociedade. O conceito se firmou mais tarde na psicologia social, referindo-se ao processo pelo qual os indivíduos tentam controlar as suas ações e informações com o objetivo de moldar as impressões que os outros formam a seu respeito, criando, assim, uma imagem socialmente desejada (LEARY; KOWALSKY, 1990, MOHAMED; GARDNER; PAOLILLO, 1999). Conforme lembram Sandal *et al.* (2014), as imagens que os indivíduos visam criar, contudo, podem ser distintas, quando se consideram diferentes contextos. Isso porque, os vários grupos de indivíduos existentes em uma sociedade possuem suas próprias crenças e valores, gerando diferentes comportamentos socialmente desejáveis. Nesse contexto, questões temporais também podem influenciar no processo de gerenciamento de impressões, uma vez que mudanças estruturais em uma determinada sociedade moldam aquilo que é socialmente aceitável.

Posteriormente, os pesquisadores sociais estenderam as análises ao nível organizacional, aplicando o gerenciamento de impressão como um mecanismo para controlar as percepções sobre grupos e organizações como um todo (MOHAMED; GARDNER; PAOLILLO, 1999). Neste sentido, os autores supracitados afirmam que os líderes organizacionais utilizam o gerenciamento de impressão, pois acreditam que esse comportamento vai melhorar o relacionamento da organização com os grupos de interesse.

No contexto empresarial, o gerenciamento de impressão abrange a manipulação estratégica das ações e informações divulgadas pelas organizações de forma a controlar as percepções e decisões de seus diversos *stakeholders* (MERKL-DAVIES; BRENNAN, 2007;

BEATTIE; JONES, 2008). Essas manipulações podem se dar em diferentes frentes de comunicação, que vão desde redes sociais (SCHINIEDERJANS; CAO; SCHINIEDERJANS, 2013, LILLQVIST; LOUHALA-SALMINEN, 2014) até por meio de informações financeiras (LEUNG; PARKER; COURTIS, 2015, DIOUF; BOIRAL, 2017).

Em seu trabalho, Mohamed, Gardner e Paolillo (1999) elaboram um esquema de categorização ao classificarem as táticas do gerenciamento de impressão como assertivas e defensivas conforme encontra-se demonstrado no Quadro 1. Os autores ressaltam, contudo, que uma tática não exclui a outra, sendo possível a utilização pelos agentes de mais de uma ao mesmo tempo. Dessa forma, enquanto as táticas assertivas são utilizadas para criar ou melhorar uma imagem corporativa, as táticas defensivas são utilizadas para proteger ou reparar uma imagem organizacional ameaçada ou danificada.

Quadro 1: Táticas do Gerenciamento de Impressão

Tipo	Tática	Descrição
Assertiva	Insinuação	Comportamentos que são utilizados pelos atores organizacionais para fazer a organização parecer mais atraente para os outros.
	Intimidação	Comportamentos que apresentam a organização como uma entidade poderosa e perigosa que é capaz e disposta a fazer mal àqueles que frustram seus esforços e objetivos.
	Promoção	Comportamentos que apresentam a organização como altamente competente, eficaz e bem-sucedida.
	Exemplificação	Comportamentos que são utilizados pela organização para projetar imagens de integridade, responsabilidade social e dignidade moral; essa tática também pode ter a meta de tornar a organização um exemplo para outras entidades.
	Súplica	Comportamentos da organização que retratam uma imagem de dependência e vulnerabilidade, com o propósito de a organização solicitar ajuda de outros.
Defensiva	Explicação	Declarações criadas sobre um evento que visam a minimizar a gravidade aparente da situação.
	Retratação	Explicações dadas antes de uma ação potencialmente embaraçosa, a fim de evitar repercussões negativas para a imagem do ator.
	<i>Handicapping</i>	Esforços da organização para fazer o sucesso da tarefa parecer improvável, a fim de obter uma desculpa pronta para o fracasso.
	Desculpa	Admissão de um certo grau de culpa, acerca de um evento negativo, que inclui expressões de remorso e pedidos de perdão.
	Restituição	Uma compensação ofertada pela organização para indivíduos que se sintam ofendidos, lesados ou para plateias prejudicadas.
	Comportamento pró-social	Envolvimento em ações pró-sociais para reparar uma transgressão aparente e convencer uma plateia que o ator merece uma identidade positiva.

Fonte: Adaptado de Mohamed, Gardner e Paolillo (1999).

Considerando o exposto, existem incentivos para que os gestores manipulem a impressão dos conteúdos transmitidos pelos relatórios de administração, na medida em que este se constitui como um espaço mais discursivo, sendo que, geralmente, este se destina à criação de uma visão mais favorável do desempenho do que realmente ocorre na empresa (BEATTIE; JONES, 2002). Para Clatworthy e Jones (2006), a base do gerenciamento de impressões está na possibilidade dos gestores ofuscarem as falhas e destacarem os sucessos, utilizando dados de forma seletiva para apresentar sinais favoráveis sobre os dados e uma visão positiva a respeito do desempenho corporativo. Hendriksen e Van Breda (1999)

defendem que quando existe essa tendência prevalecente de apresentar expectativas otimistas sobre a empresa os relatórios de administração perdem o seu objetivo e significância. O mesmo ocorre para as divulgações de cunho voluntário, como os relatórios de sustentabilidade, por exemplo. De acordo com Diouf e Boiral (2017), os próprios *stakeholders* tendem a receber as informações dos relatórios de sustentabilidade sabendo da existência de gerenciamento de impressões que tendem a destacar os aspectos positivos da atuação sustentável da empresa e ofuscar o desempenho negativo.

## 2.2 Relatório da Administração

O Relatório da Administração corresponde a um dos documentos que compõem o rol dos relatórios contábeis divulgados anualmente pelas empresas, cujo objetivo é prover informações úteis para a tomada de decisões, dentre os quais ainda se destacam: as demonstrações contábeis, as notas explicativas e o parecer dos auditores (IUDÍCIBUS, 2006).

No Relatório da Administração as companhias apresentam comentários sobre o desempenho no período, explicando as características principais e os fatores que contribuíram para tal performance (CPC 26 R1). Rogers e Grant (1997) destacam que, conforme evidências de pesquisa empíricas, a divulgação de explicações sobre o desempenho empresarial é de grande importância por fornecer quase duas vezes mais quantidade de informações do que as demonstrações contábeis propriamente ditas. Corroborando com os autores supracitados, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) afirma que:

A divulgação de informações úteis, fidedignas e detalhadas, que possibilitem o conhecimento da companhia e de seus objetivos e políticas, é um direito essencial do acionista. O relatório da administração não pode ser excluído dessa premissa; assim, tanto a falta de informações quanto a inclusão de estudos e fatos genéricos que não dizem respeito à situação particular da companhia constituem desatendimento ao interesse e ao direito do investidor. (CVM, 1987, p. 2).

Há de ressaltar, no entanto, que os Relatórios da Administração não são submetidos à auditoria, o que confere aos gestores a possibilidade de selecionar, discutir e explicar o desempenho da empresa da forma que mais lhes convém, o que pode contrariar os resultados apresentados nas demonstrações contábeis, mostrando uma melhor impressão da empresa (CLATWORTHY; JONES, 2003, YUTHAS; ROGERS; DILLARD, 2002, IUDÍCIBUS, 2006).

Neste contexto, estudos empíricos têm demonstrado a existência de viés nas explicações apresentadas nos Relatórios da Administração acerca do desempenho da empresa. Em geral, estes estudos têm documentado uma tendência dos gestores em atribuir bons desempenhos às causas internas da empresa, enfatizando seus pontos fortes. De forma oposta, maus desempenhos tendem a ser atribuídos aos fatores externos, como o cenário econômico. Tal constatação demonstra o interesse dos gestores de construir uma imagem favorável da empresa por meio das explicações dadas à performance da entidade nos Relatórios da Administração (BETTMAN; WEITZ, 1983, TSANG, 2002, AERTS, 2005; CLATWORTHY; JONES, 2006; SILVA; RODRIGUES; ABREU, 2007; BACHMANN; TONIN; COLAUTO; SCHERER, 2014; VARGAS; ALMEIDA; JÚNIOR, 2014).

Bettman e Weitz (1983), por exemplo, utilizaram a carta do presidente aos acionistas de 181 relatórios anuais publicados nos EUA em 1972 e 1974 para analisar a natureza das atribuições utilizada pelas empresas para o desempenho obtido no período. O estudo utilizou informações de entidades do setor de mineração, aeroespacial, de instrumentos científicos e

telefonía. A metodologia utilizada pelos autores consistiu em análises descritivas, e testes de diferenças de médias e variâncias para os percentuais de atribuições aos fatores externos e internos para os diferentes setores. Como principal resultado, o artigo constata que os resultados desfavoráveis foram mais atribuídos às causas externas, instáveis e não controlados pela entidade, do que os resultados favoráveis para o contexto da amostra utilizada.

Já Staw, McKechnie e Puffer (1983) pesquisaram a carta do presidente aos acionistas dos relatórios anuais de 46 empresas mais lucrativas e 29 empresas menos lucrativas no ano de 1977 e concluíram que quanto mais negativa era a carta aos acionistas, mais atribuições eram feitas a causas externas, como atribuições referentes ao setor industrial e ao ambiente, e menor foram às atribuições a causas internas da empresa quando a notícia era negativa.

Yuthas e Dillard (2002), por sua vez, avaliaram as características dos Relatórios da Administração utilizando os princípios de ação comunicativa de Jürgen Habermas – compreensibilidade, confiabilidade, sinceridade e legitimidade. Os resultados alcançados sugerem que empresas com más notícias tendem a apresentar menos referências a si mesmas nos relatórios, na tentativa de ligar seu desempenho insatisfatório a fatores externos. Por fim, empresas que apresentam boas notícias parecem não tentar distorcer as percepções sobre seu desempenho.

No contexto brasileiro, Silva, Rodrigues e Abreu (2007) analisaram os Relatórios da Administração extraídos da base de dados da CVM do ano de 2002 e verificou a existência de relação entre estes e o desempenho financeiro das companhias. Para a análise dos dados o estudo lançou mão de regressões lineares múltiplas. Como principal resultado ficou evidenciado que a administração parece apresentar o cenário econômico de forma pessimista, assim como quem culpa o ambiente econômico por seu desempenho inferior ao esperado. Além disso, os autores mencionam que os relatórios classificados como pessimistas são de entidades que possui um ativo e um patrimônio líquido menor do que no passado.

Oliveira, Azevedo e Borges (2016) buscaram avaliar a forma como os gestores portugueses constroem a narrativa do Relatório da Administração para gerenciar percepções das partes interessadas sobre a imagem corporativa. Para isso, os autores realizam análise de conteúdo de 45 Relatórios de Administração de empresas que reportam suas informações em Portugal. Como resultado principal ficou evidenciado que, para o contexto da amostra do estudo, o resultado organizacional não influenciou a estratégia de gestão da impressão nos Relatórios da Administração. Contudo, os autores identificaram, ainda, que a visibilidade pública e a proximidade da entidade com os seus consumidores foram fatores cruciais para explicar o resultado encontrado.

Finalmente, Guillamon-Saorin, Isidoro e Marques (2017) analisam a reação do mercado de capitais à divulgação de medidas não-GAAP que são combinadas com alto gerenciamento de impressões. A base de dados final das autoras foi formada por 845 observações de empresas europeias para os anos de 2003 a 2009. Por meio de técnicas de regressão múltipla as autoras encontram evidências de que o gerenciamento de impressões potencializa o impacto das medidas não-GAAP na performance das empresas da amostra. Segundo o estudo, essa evidência está em linha com o previsto pela teoria que afirma que os gestores teriam incentivos de distorcer a impressão dos investidores em relação ao desempenho das organizações, por meio de informações contábil-financeiras.

Como é possível perceber, diversas pesquisas têm conseguido identificar que a comunicação empresarial por meio de demonstrações econômico-financeiras e contábeis tem utilizado do gerenciamento de impressões. O próprio sistema de incentivos existente no mercado de capitais estimula os gestores a utilizarem dessa estratégia para distorcer a

impressão dos usuários dessas demonstrações. Dessa forma, o presente contribui com a literatura revisada ao analisar o efeito da crise de 2015 nesse fenômeno.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Foi realizada pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa por meio de pesquisa documental. A técnica utilizada para a coleta de dados foi a análise de conteúdo, que segundo Bardin (2008) é um conjunto de técnicas de análise de comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens. Para o desenvolvimento da referida técnica foi utilizado o software de análise de conteúdo Atlas TI.

Para a composição da amostra da pesquisa foram utilizadas as companhias abertas listadas no IBRX 50 da BM&FBOVESPA. A escolha dessa amostra deve-se ao fato deste índice representar os 50 ativos de maior negociabilidade e representatividade do mercado de ações brasileiro. Nesse contexto, para as empresas que compõe esse índice, a comunicação com o mercado se faz mais significativa, tendo em vista o maior número de investidores e interessados no acompanhamento do desempenho econômico-financeiro dessas entidades. A lista das empresas que compunham o referido índice foi obtida no site da BM&FBOVESPA em junho de 2016. Deve-se destacar, ainda, que, pelo fato do IBRX 50 ser composto pelos 50 ativos com maior negociação, pode-se ter mais de um ativo de uma mesma entidade, o que ocorreu na presente pesquisa. Três empresas apresentavam tanto as ações ordinárias como preferenciais no referido índice. Dessa forma, a amostra do presente estudo foi realizada para 47 empresas, conforme evidencia a Tabela 1.

Assim, a partir dos dados contidos nos Relatórios da Administração das companhias, referentes aos anos de 2014 e 2015 (coletados no site da CVM) buscou-se a existência de referências, contidas nas narrativas, que explicassem o resultado líquido do exercício identificado na Demonstração do Resultado do Exercício (DRE). Realizou-se, portanto, a análise das atribuições dadas pela Administração ao resultado econômico-financeiro da própria entidade. Para viabilizar essa análise, foram estabelecidas quatro categorias passíveis de serem identificadas, as quais foram construídas com base nos resultados da pesquisa de Aerts (2005):

- i. Narrativas que atribuem o desempenho financeiro da companhia a fatores internos à empresa, a exemplo de alteração de gestão; implementação de tecnologias e reestruturação operacional;
- ii. Narrativas que atribuem o desempenho financeiro da companhia a fatores externos à empresa, a exemplo de conjuntura econômica, crise econômica e concorrência internacional;
- iii. Narrativas que atribuem o desempenho da companhia tanto a fatores internos quando a fatores externos;
- iv. Omissão, quando o relatório da administração não oferece razões explicativas para o desempenho da companhia.

A partir dessa análise foi possível comparar as situações de desempenho de cada uma das entidades, identificando a frequência das narrativas atribuídas ao resultado dos exercícios de 2014 e 2015. Adicionalmente, foi possível identificar mudanças na estrutura das narrativas dessas organizações tendo em vista a oscilação de resultado de 2014 para 2015.

### 3.1 Pressupostos de Pesquisa

O pressuposto dessa pesquisa é a de que as empresas com maior negociação na BM&FBOVESPA e que apresentaram desempenho econômico-financeiro desfavorável em 2015 buscaram justificativas para sua performance em fatores externos vivenciados pelo mercado brasileiro, enquanto que aquelas com bom desempenho nesse mesmo período atribuíram os resultados obtidos aos fatores internos à instituição. Conforme apresenta a literatura sobre gerenciamento de impressões, é esperado que as empresas justifiquem o desempenho ruim utilizando os fatores não controlados pela entidade, enquanto que os resultados positivos são explicados pela competência inerentes à organização, dinâmica esta que tende a se intensificar em momentos de recessão econômica (BETTMAN; WEITZ, 1983; D'AVENI; MACMILLAN, 1990, CLATWORTHY; JONES, 2006, BEATTIE; JONES, 2008, RIBEIRO FILHO; LIBONATI; PEREIRA, 2009; BACHMANN; TONIN; COLAUTO; SCHERER, 2014, VARGAS; ALMEIDA; JÚNIOR, 2014).

## 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

O objetivo do presente estudo foi identificar se a recessão econômica vivenciada em 2015 foi utilizada nos Relatórios da Administração das companhias brasileiras, como justificativa para um menor desempenho neste ano. Para isso, utilizou uma amostra formada pelas empresas que compõe o IBRX 50. Adicionalmente, cabe ressaltar que para alcançar o objetivo proposto pela pesquisa, realizaram-se a análise tanto dos relatórios de 2014 quanto de 2015. Isso permitiu com que fosse possível averiguar mudança no discurso das entidades com relação à atribuição do desempenho obtido.

A Tabela 1 apresenta as empresas que compõe o IBRX 50 por setor de atuação. Como é possível perceber, a grande parte das entidades que compõe esse índice pertencem ao setor “financeiro e outros” (26%), “consumo não cíclico” (19%) e “materiais básicos” (19%). Não obstante, quando se analisa por relevância do lucro líquido médio, o setor de “petróleo, gás e biocombustível”, “materiais básicos” e “financeiro e outros” são os de maior peso. A Tabela 1 permite perceber, ainda, que a maioria dos setores das empresas que compõe o IBRX 50 apresentaram uma piora de resultado quando se compara o lucro líquido médio de 2014 com o de 2015. Apenas os setores de “consumo cíclico”, “consumo não cíclico” e “financeiro e outros” obtiveram lucro líquido médio de 2015 superior ao do ano anterior.

Tabela 1: lucro líquido (em R\$ mil) das empresas da amostra por ano e setor

Setor	Número de Empresas	Lucro Líquido Médio de 2014 (R\$ mil)	Lucro Líquido Médio de 2015 (R\$ mil)
Bens industriais	2 (4%)	894.458	723.709
Construção e transporte	2 (4%)	1.050.547	691.113
Consumo cíclico	5 (11%)	507.363	578.808
Consumo não cíclico	9 (19%)	2.322.707	2.606.240
Financeiro e outros	12 (26%)	5.765.975	6.591.388
Materiais básicos	9 (19%)	474.127	-6.290.377
Petróleo, gás e biocombustíveis	1 (2%)	-21.924.000	-35.171.000
Telecomunicações	2 (4%)	3.241.539	2.745.697
Utilidade pública	5 (11%)	1.417.999	1.272.917

A Tabela 2 apresenta as atribuições dos Relatórios da Administração para os resultados obtidos nos exercícios sociais de 2014 e 2015. Como é possível observar, a atribuição

“omissão” apresentou a maior frequência absoluta, tanto para o ano de 2014 (26 casos) quanto para 2015 (20 casos). Essa classificação representa a ausência de um item específico sobre o desempenho da companhia na estrutura básica do relatório da administração, proposta pela CVM por meio do Parecer de Orientação nº 15/87. Já a atribuição “fatores internos” esteve presente no discurso de 19 entidades em 2014 e em 16 entidades em 2015. Os “fatores externos”, por sua vez, foram atribuídos pelos Relatórios da Administração como causas exclusivas dos desempenhos obtidos apenas nos Relatórios da Administração de 2015 e em 8 dos casos analisados. Finalmente, a atribuição “ambos”, que representa os casos em que tanto fatores internos quanto externos são empregados pela Administração como causas para o desempenho obtido, o que é uma prática possível, conforme ressalta Mohamed, Gardner e Paolillo (1999), foi utilizado por 2 empresas em 2014 e por 3 entidades em 2015.

Tabela 2: atribuições do desempenho empresarial de 2014 e 2015 por setor

Setor	Atribuições 2014				Atribuições 2015			
	F.I.	F.E.	Amb.	Omis.	F.I.	F.E.	Amb.	Omis.
Bens industriais	1	-	-	1	1	1	-	-
Construção e transporte	1	-	-	1	1	-	-	1
Consumo cíclico	4	-	-	1	2	-	-	3
Consumo não cíclico	5	-	-	4	4	2	1	2
Financeiro e outros	5	-	-	7	4	-	-	8
Materiais básicos	2	-	1	6	1	4	1	3
Petróleo, gás e biocomb.	-	-	1	-	-	-	1	-
Telecomunicações	-	-	-	2	2	-	-	-
Utilidade pública	1	-	-	4	1	1	-	3
Total	19	-	2	26	16	8	3	20

F.I.: fatores internos; F.E.: fatores externos; Amb.: ambos; Omis.: omissão.

De uma forma geral, portanto, pode-se notar que, de 2014 para 2015, houve um movimento de redução tanto do conjunto de empresas que apresentavam omissão em relação a fatores internos ou externos que tiveram impacto no seu desempenho quanto de empresas que faziam tal atribuição aos fatores internos. Adicionalmente ao cruzar as informações presentes na Tabela 1 com as da Tabela 2 é possível notar que o setor que mais apresentou atribuições externas para justificar o desempenho obtido foi o de “matérias básicas”, cujo lucro líquido médio passou de um saldo positivo em 2014 para negativo em 2015. Nesse contexto, tendo em vista grande disparidade entre os resultados dos períodos analisados, pode-se inferir que a atribuição realizada aos fatores externos tenha sido utilizada como uma forma de melhorar a percepção do mercado quanto ao desempenho obtido pelas empresas desse setor, o que está em linha com a evidência identificada pela pesquisa de Silva, Rodrigues e Abreu (2007) de que os relatórios pessimistas que atribuem aos fatores externos a causa do seu desempenho provém de entidades que apresentaram redução de ativo e patrimônio líquido.

Há, portanto, uma evidência de que o gerenciamento de impressões foi utilizado pelas empresas no mercado nacional em suas comunicações com os investidores, o que corrobora com achados de pesquisas anteriores que identificaram tais fatores como justificativa para explicar os desempenhos desfavoráveis das empresas (BETTMAN; WEITZ, 1983, STAW; MCKECHNIE; PUFFER, 1983, YUTHAS; ROGERS; DILLARD, 2002, SILVA; RODRIGUES; ABREU, 2007, GUILLAMON-SAORIN; ISIDORO; MARQUES, 2017).

A Tabela 3 apresenta as atribuições presentes nos Relatórios de Administração das empresas analisadas segregadas por lucro e prejuízo obtido no período. Assim, é possível notar que em 2014, 40,4% das performances são atribuídas às causas internas, em comparação

com 34,0% das performances em 2015. Adicionalmente, no ano de 2014, 43,2% dos resultados favoráveis foram atribuídos às causas internas e nenhum resultado foi atribuído aos fatores externos. Já no ano de 2015, 42,1% dos resultados favoráveis foram atribuídos às causas externas e 7,9% a causas externas. Para desempenhos desfavoráveis, nenhum resultado foi atribuído nem a fatores internos nem a fatores externos em 2014 e 55,5% foram atribuídos às causas externas em 2015. Esses resultados vão ao encontro do que propõe D'aveni, & MacMillan (1990) sobre a atribuição de desempenhos ruins, em contextos de recessão econômica, a fatores exclusivamente externos. Conforme ponderam Guillamon-Saorin, Isidoro e Marques (2017) o gerenciamento de impressões realizado por gestores em relatórios de comunicação ajudam a criar uma falsa impressão sobre a entidade, potencializando o poder de sua performance positiva ou minimizando o seu desempenho ruim. Dessa forma, a visível a movimentação identifica para as empresas com prejuízo em 2015 de uma justificativa pautada em fatores internos para uma pautada em razões externas representa um indício de que, em 2015, os gestores das empresas da amostra utilizam a recessão econômica existente para minimizar os efeitos do desempenho insatisfatório.

Tabela 3: atribuições por lucro ou prejuízo e ano

Narrativas	2014		2015	
	Lucro	Prejuízo	Lucro	Prejuízo
Fatores Internos	19	00	16	00
Fatores Externos	00	00	03	05
Ambos	01	01	01	02
Omissão	24	02	18	02
Total	44	03	38	09

A Tabela 4 apresenta um comparativo do resultado auferido em 2015 frente ao resultado de 2014. A partir dela, pode-se observar que das empresas que obtiveram um resultado maior (incremento) em 2015 quando comparado com o de 2014, 82,3% atribuíram esse desempenho a fatores internos, enquanto que das empresas que obtiveram um resultado inferior (redução) em 2015 quando comparado com o de 2014, 40% atribuíram esse desempenho a fatores externos. Esse resultado demonstra novamente uma tendência à atribuição aos fatores internos em caso de desempenhos favoráveis e aos fatores externos em caso de desempenhos desfavoráveis, conforme já indicado pela literatura (BETTMAN; WEITZ, 1983; STAW; MCKECHNIE; PUFFER, 1983; YUTHAS; ROGERS; DILLARD, 2002; SILVA; RODRIGUES; ABREU, 2007; RIBEIRO FILHO; LIBONATI; PEREIRA, 2009).

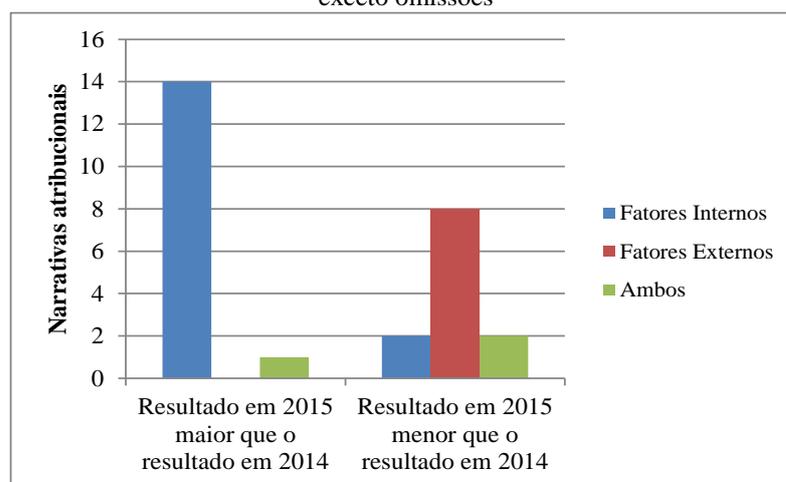
Tabela 4: atribuições por comparativo de resultado de 2015 em relação a 2014

Narrativas	Resultado em 2015 maior que o resultado em 2014	Resultado em 2015 menor que o resultado em 2014
Fatores Internos	14	02
Fatores Externos	00	08
Ambos	01	02
Omissão	12	08
Total	27	20

Considerando o elevado número de omissões, o Gráfico 1 apresenta as mesmas frequências absolutas observadas na Tabela 4 para as narrativas “fatores internos”, “fatores externos” e “ambos”, retirando-se as observações nas quais não ocorre efetivamente uma

discussão sobre as causas que conduziram aos resultados alcançados pela companhia. Dessa forma, é possível observar que os resultados desfavoráveis atribuídos a causas externas, dentre aqueles que tiveram alguma atribuição realizada, somam-se 66,7%. Em um contexto de recessão econômica, é esperado que fatores externos à entidade, de fato, impacte o resultado econômico financeiro das empresas. Contudo, utilizar a crise existente como o único fator que justifique o desempenho (tendo em vista a crescente atribuição aos fatores exclusivamente externos representa um indício de gerenciamento de impressões, o que corrobora com o resultado de outros estudos (SILVA; RODRIGUES; ABREU, 2007).

Gráfico 1: atribuições por comparativo de resultado de 2015 em relação a 2014, exceto omissões



A Tabela 5 apresenta as atribuições presentes nos Relatórios de Administração das empresas que compõe o IBRX 50 quando se considera apenas os casos em que o lucro líquido do período corrente foi inferior ao do período anterior (2015 comparado a 2014 e 2014 comparado a 2013). Nesse contexto, é possível notar que para o ano de 2014, das 13 companhias que obtiveram um desempenho desfavorável, comparado ao ano anterior, nenhuma atribuiu tal desempenho às causas externas. Entretanto, a mesma análise para o ano de 2015 mostra que nas 20 companhias que obtiveram um desempenho desfavorável, comparado ao ano anterior, 40,0% dos resultados foram atribuídos as causas externas. Mais uma vez, é possível perceber indícios de que a crise econômica vivenciada pelo país em 2015 ensejou às companhias a atribuírem o desempenho desfavorável às causas externas e, portanto, não controladas pela empresa. A partir dessa estratégica, retira-se da Administração a responsabilidade pelo desempenho obtido.

Tabela 5: atribuições de empresas apresentaram piora no período corrente em relação ao anterior

Narrativas	Resultado em 2014 menor que o resultado em 2013	Resultado em 2015 menor que o resultado em 2014
Fatores Internos	02	02
Fatores Externos	00	08
Ambos	01	02
Omissão	10	08
Total	13	20

Finalmente, a Tabela 6 apresenta as atribuições dos Relatórios de Administração das empresas que compõe o IBRX 50 por nível de governança corporativa ao qual elas pertencem na BM&FBOVESPA.

Tabela 6: atribuições por ano e nível de governança corporativa

Setor	Atribuições 2014				Atribuições 2015			
	F.I.	F.E.	Amb.	Omis.	F.I.	F.E.	Amb.	Omis.
Novo Mercado	13	-	-	15	12	2	1	13
Nível 1	4	-	-	8	2	6	-	4
Nível 2	1	-	1	-	-	-	1	1
Nenhuma	1	-	1	3	2	-	1	2
Total	19	-	2	26	16	8	3	20

F.I.: fatores internos; F.E.: fatores externos; Amb.: ambos; Omis.: omissão.

Como é possível notar, grande parte das empresas que compõe o IBRX 50 pertencem ao Novo Mercado (60%). Contudo, a Tabela 6 indica que, em 2015, as empresas que mais atribuíram aos fatores externos a causa do seu desempenho (75% do total) foram as registradas no Nível 1 de governança corporativa, nível este que representa 26% do total da amostra. Era esperado que quanto mais complexas fossem as práticas de governanças corporativa menor fossem as práticas de gerenciamento de impressões. Isso porque, as práticas de governança adotadas gerariam maior transparência por parte das organizações. Não obstante, foi possível notar que tanto empresas listadas no Novo Mercado, quanto empresas do Nível 1 da BM&FBOVESPA apresentaram mudança para fatores externos.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do presente trabalho consistiu em identificar se a recessão econômica vivenciada em 2015 foi utilizada nos Relatórios de Administração das companhias brasileiras, como justificativa para o desempenho obtido no ano. A literatura nacional e internacional têm documentado uma tendência dos gestores em atribuir, em diversos relatórios de comunicação ao mercado, bons resultados às causas internas da empresa enquanto os maus resultados são atribuídos aos fatores externos, como o cenário econômico. Conforme apresenta a literatura, a própria estrutura de incentivos existentes no mercado cria estímulos para esse comportamento. Ao gerenciar as impressões do mercado, potencializa o efeito dos resultados positivos obtidos pela entidade e minimiza-se os fatores negativos.

Assim, a partir de uma análise documental realizada nos Relatórios de Administração das companhias registradas no IBRX 50, pôde-se verificar indícios da utilização do gerenciamento de impressões no mercado de capitais brasileiro em função da recessão econômica vivenciada em 2015. Isso ficou evidente na medida em que, em sua maioria, as narrativas analisadas no Relatório de Administração das empresas da amostra atribuíram o lucro líquido positivo aos fatores internos à entidade enquanto que os desempenhos negativos foram atribuídos aos fatores externos e, portanto, não controlados pela empresa. Essa evidência ressalta-se, sobretudo, para as empresas que apresentaram resultado positivo em 2014 e negativo em 2015. Não obstante, os resultados da pesquisa fornecem, ainda, *insights* interessantes quando são observados apenas desempenhos inferiores ao período anterior, não necessariamente prejuízos. Para esses casos, foi possível constatar que, em 2015, uma grande parte das empresas justificou o resultado menor devido a causas externas, enquanto em 2014, nenhum desses resultados foram assim justificados pelas entidades que apresentaram a mesma situação (resultado corrente menor do que o do anterior). Dessa forma, os resultados do

estudo indicam que o fato do país passar por uma recessão pode ter sido utilizado pelas organizações como uma justificativa para o desempenho negativo obtido no momento da crise.

Por fim, ressalta-se que boa parte das empresas da amostra foi omissa em atribuir o resultado a fatores internos ou externos. Tal omissão pode refletir escolhas dos gestores em suprimir tais associações a fim de reduzir custos de divulgação, ou mesmo não refletir as reais expectativas frente a futuros resultados para os usuários da informação.

O presente estudo apresentou como limitação o fato de terem sido analisadas apenas as empresas que compunham o IBRX 50 em junho de 2016. Dessa forma, os resultados obtidos pela pesquisa necessitam ser interpretados no contexto da amostra analisada, não permitindo generalizações. Para futuras pesquisas, portanto, sugere-se ampliar a amostra estudada, a fim de possibilitar comparações com os resultados por este estudo alcançados. Sugere-se, ainda, buscar evidências do ponto de vista da empresa que permitam identificar como o processo de elaboração do Relatório de Administração é construído, ou seja, como a escolha de como e o que apresentar é feita pelos gestores das entidades.

## REFERÊNCIAS

- AERTS, W. Picking up the pieces: impression management in the retrospective attributional framing of accounting outcomes. *Accounting, Organizations and Society*, v. 30, p. 493–517, 2005.
- BACHMANN, R. K. B.; TONIN, J. M. F.; COLAUTO, R. D.; SCHERER, L. M. Reflexos do desempenho financeiro nas boas notícias: análise linguística em companhias brasileiras transparentes. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, v. 11, n. 22, p. 49-72, 2014.
- BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. 4 ed. Lisboa: Edições 70, 2008.
- BEATTIE, V.; JONES, M. J. Measurement comparison of the use of graphs in corporate reports: an experimental study. *Accounting Auditing and Accountability Journal*, v. 15, n. 4, p. 546-564, 2002.
- BEATTIE, V.; JONES, M. J. Investigating presentational change in UK annual reports: a longitudinal study. *Journal of Business Communication*, v. 45, n. 2, p. 181-222, 2008.
- BETTMAN, J. R.; WEITZ, B. A. Attributions in the board room: causal reasoning in corporate annual reports. *Administrative Science Quarterly*, v. 28, n. 2, p. 165–183, 1983.
- BEYER, A.; COHEN, D. A.; LYS, T. Z.; WALTHER, B. R. The financial reporting environment: review of the recent literature. *Journal of Accounting and Economics*, v. 50, n. 2, p. 296-343, 2010.
- BRYAN, S. H. Incremental Information Content of Required Disclosure Contained in Management Discussion and Analysis. *The Accounting Review*, v. 72, n. 2, p. 285-301, 1997.
- CHO, C. H.; ROBERTS, R. W.; PATTEN, D. M. The language of US corporate environmental disclosure. *Accounting, Organizations and Society*, v. 35, n. 5, p. 431-443, 2010.
- CLATWORTH, M. A.; JONES, M. J. Financial reporting of good and bad news: evidence from accounting narratives. *Accounting and Business Research*, v. 33, n. 3, p. 171-85, 2003.

CLATWORTHY, M. A.; JONES, M. J. Differential patterns of textual characteristics and company performance in the chairman's statement. *Accounting, Auditing, & Accountability Journal*, v. 19, n. 4, p. 493-511, 2006.

Comissão de Valores Mobiliários - CVM. Parecer de Orientação CVM nº 15. Disponível em <<http://www.cvm.gov.br/legislacao/pare/pare015.html>>; Acesso em: 13 mai. 2016.

Comitê de Pronunciamentos Contábeis. CPC 26 (R1)- Apresentação das Demonstrações Contábeis. Disponível em: < [http://www.cpc.org.br/pdf/CPC26\\_R1.pdf](http://www.cpc.org.br/pdf/CPC26_R1.pdf)>; Acesso em: 13 mai. 2016.

D'AVENI, R. A.; MACMILLAN, I. C. Crisis and the content of managerial communications: a study of the focus of attention of top managers in surviving and failing firms. *Administrative Science Quarterly*, v. 35, p. 634-57, 1990.

DIOUF, D.; BOIRAL, O. The quality of sustainability reports and impression management: a stakeholder perspective. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, v. 30, n. 3, p. 643-667, 2017.

GUILLAMON-SAORIN, E.; ISIDORO, H.; MARQUES, A. Impression Management and non-gaap disclosure in earnings announcements. *Journal of Business Finance & Accounting*, v. 44, n. 3-4, p. 448-479, 2017.

HENDRIKSEN, E. S.; VAN BREDÁ, M. F. *Teoria da Contabilidade*. São Paulo: Atlas, 1999.

IUDÍCIBUS, S. *Teoria da Contabilidade*. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

IUDÍCIBUS, S.; MARTINS, E.; GELBCKE, E. R. *Manual de contabilidade das sociedades por ações: aplicável às demais sociedades*. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LEARY, M. R.; KOWALSKY, R. M. Impression management: a literature review and two component model. *Psychological Bulletin*, v. 107, n. 1, p. 34-47, 1990.

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

LILLQVIST, E.; LOUHALA-SALMINEN, L. Facing Facebook: impression management strategies in company-consumer interactions. *Journal of Business and Technical Communication*, v. 26, n. 1, p. 3-30, 2014.

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

MERKL-DAVIES, D. M.; BRENNAN, N. Discretionary disclosure strategies in corporate narratives: incremental information or impression management. *Journal of Accounting Literature*, v. 26, p. 116-194, 2007.

MOHAMED, A. A.; GARDNER, W. L.; PAOLILLO, J. G. P. A taxonomy of organizational impression management tactics. *Advances in Competitiveness Research*, v. 7, n. 1, p. 108-130, 1999.

OLIVEIRA, J.; AZEVEDO, G.; BORGES, F. Impression management and self-presentation dissimulation in Portuguese chairman's statements. *Corporate Communication: An International Journal*, v. 21, n. 3, p. 388-408, 2016.

RIBEIRO FILHO, J. F.; LIBONATI, J. J.; PEREIRA, D. M. V. G. A semântica do resultado: uma análise de termos associados ao lucro e ao prejuízo em companhias abertas industriais brasileiras. *Revista Eletrônica de Administração*, v. 15, n. 2, p. 334-348, 2009.

ROGERS, R. K.; GRANT, J. Content analysis of information cited in reports of sell side financial analysts. *Journal of Financial Statement Analysis*, v. 3, n. 1, p. 17-30, 1997.

SANDAL, G. M.; VIJVER, F.; BYE, H. H.; SAM, D. L.; AMPONSAH, B.; CAKAR, N.; FRANKE, G. H.; ISMAIL, R.; KJELLEN, K.; KOSIC, A.; LOENTIEVE, A.; MORTAZAVI, S.; SUN, C. T. Intended self-presentation tactics in job interviews. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, v. 45, n. 6, p. 939-958, 2014.

SCHNIEDERJANS, D.; CAO, E. S.; SCHNIEDERJANS. Enhancing financial performance with social media: an impression management perspective. *Decision Support Systems*, v. 55, n. 4, p. 911-918, 2013.

SILVA, C. A. T.; RODRIGUES, F. F.; ABREU, R. L. Análise dos Relatórios de Administração das Companhias Abertas Brasileiras: um Estudo do Exercício Social de 2002. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 11, n. 2, p. 71-92, 2007.

STAW, B. M.; MCKECHNIE, P. I.; PUFFER, S. M. The justification of organizational Performance. *Administrative Science Quarterly*, v. 28, p. 582-600, 1983.

SZUSTER, N.; CARDOSO, R. L.; SZUSTER, F. R.; SZUSTER, F. R.; SZUSTER, F. R. *Contabilidade geral: introdução à contabilidade societária*. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

TSANG, E. W. K. Self-serving attributions in corporate annual reports: a replicated study. *Journal of Management Studies*, v. 39, n. 1, p. 51-65, 2002.

VARGAS, L. H. F.; ALMEIDA, J. E. F.; JÚNIOR, E. M. Lucro e prejuízo sob a perspectiva da administração: como os resultados são apresentados nos relatórios de administração? *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*, v. 8, n. 4, p. 351-368, 2014.

YUTHAS, K; ROGERS, R.; DILLARD, J. F. Communicative action and corporate annual reports. *Journal of Business Ethics*, v. 41, n. 1, p. 141-157, 2002.