

Gerenciamento de Impressão em Relato Integrado: análise das empresas listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial

Autoria

Carlos Sehnem da Rocha - carlos_sehnem00@hotmail.com

Programa de Pós-Graduação em Contabilidade – PPGC/CSE / UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina

Denize Demarche Minatti Ferreira - dminatti@terra.com.br

Programa de Pós-Graduação em Contabilidade – PPGC/CSE / UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina

VANESSA DE MENESES SILVA - vanessa_m.s@outlook.com

Programa de Pós-Graduação em Contabilidade – PPGC/CSE / UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina

Resumo

O objetivo desse artigo foi analisar os relatos integrados das empresas participantes da 16ª carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) de 2021, investigando possíveis práticas de gerenciamento de impressão em informações relacionadas aos pilares do ESG. A análise contou com uma seleção de 21 empresas e 105 relatórios entre 2017 a 2021. A análise dos dados considerou as impressões transmitidas por meio de fotografias e o do tom (positivo e negativo) do texto, avaliado por meio de uma machine learning. De maneira geral, os resultados indicaram a presença da prática de gerenciamento de impressão nos relatos integrados das empresas, uma vez que se identificou maior quantidade de fotografias destacando aspectos positivos sobre a empresa, na tentativa de construir uma imagem positiva perante os stakeholders, mesmo em meio a períodos com condições adversas, como o período da pandemia do Covid-19. Além disso, o tom do texto dos relatos apresentou possível excesso de otimismo, em que o tom positivo prevaleceu em relação ao tom negativo, nos anos analisados. Diante desses achados, o estudo corrobora sinalizando aos stakeholders sobre a possibilidade de manipulação da sua percepção sobre as empresas do ISE.

Gerenciamento de Impressão em Relato Integrado: análise das empresas listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial

Resumo

O objetivo desse artigo foi analisar os relatos integrados das empresas participantes da 16ª carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) de 2021, investigando possíveis práticas de gerenciamento de impressão em informações relacionadas aos pilares do ESG. A análise contou com uma seleção de 21 empresas e 105 relatórios entre 2017 a 2021. A análise dos dados considerou as impressões transmitidas por meio de fotografias e o do tom (positivo e negativo) do texto, avaliado por meio de uma *machine learning*. De maneira geral, os resultados indicaram a presença da prática de gerenciamento de impressão nos relatos integrados das empresas, uma vez que se identificou maior quantidade de fotografias destacando aspectos positivos sobre a empresa, na tentativa de construir uma imagem positiva perante os *stakeholders*, mesmo em meio a períodos com condições adversas, como o período da pandemia do Covid-19. Além disso, o tom do texto dos relatos apresentou possível excesso de otimismo, em que o tom positivo prevaleceu em relação ao tom negativo, nos anos analisados. Diante desses achados, o estudo corrobora sinalizando aos *stakeholders* sobre a possibilidade de manipulação da sua percepção sobre as empresas do ISE.

Palavras chave: ESG, Gerenciamento de Impressão, Tom do texto, Relato Integrado, Sustentabilidade.

1 INTRODUÇÃO

Ninguém dorme e acorda sustentável (Consiglio, 2022), uma referência a premência da execução da agenda do Pacto Global *Environmental* (Ambiental), *Social* (Social) e *Governance* (Governança) – ESG. Consiglio (2022) relata as mudanças que ocorrem nos modelos de negócios mundiais, a partir das pressões advindas das crises climáticas, sociais, de governança e econômicas e, em decorrência disso, as companhias fazem alterações estruturais pautadas pela sustentabilidade.

Para estimular as empresas listadas na Brasil, Bolsa, Balcão (B3) a adotarem práticas sustentáveis, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) publicou a Resolução 59, que exige a divulgação de informações sobre sustentabilidade e governança (matriz de materialidade, emissões de gases de efeito estufa, riscos sociais, ambientais e climáticos e diversidade). O modelo adotado é o *relate ou explique*, que incentiva as empresas a reportarem suas ações e, caso não o façam, a explicar o motivo (Consiglio, 2022).

Redecker & Trindade (2021) denominam a relevância dessa temática como *novo capitalismo* ou *capitalismo sustentável*, justificando o valor empresarial não mais na desenfreada geração de lucro sem responsabilidades sociais vinculadas, mas sim com pressão social para que as organizações estejam atentas aos riscos sociais inerentes às suas atuações.

Em 2015, a Organização das Nações Unidas (ONU) apresentou a proposta da Agenda 2030 que divulgou os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) a serem adotados por seus países membros, para erradicar a pobreza, proteger o planeta e melhorar a qualidade de vida da população (ONU, 2015).

A preocupação sobre essa temática é emergente, e por conta disso, as empresas publicam dados referentes a sustentabilidade em caráter nacional e mundial. A KPMG (*The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2020*) informa em seu relatório que 96% das 250 maiores empresas do mundo (G250) divulgaram seu desempenho socioambiental. Esse indicador aumentou em 3% desde estudo de 2017, superando em 13% o resultado de 2008 e ampliando em 61%, se comparado a primeira análise realizada em 1999 (KPMG, 2020).

No Brasil, as companhias ao praticarem os objetivos ESG são reconhecidas pelo Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE B3). Tal índice foi criado em 2005 pela B3 e é um indicador do desempenho médio das cotações dos ativos das organizações comprometidas com a sustentabilidade, contribuindo com os investidores na deliberação de seus investimentos (B3, 2019).

Desta forma, um dos critérios para a empresa participar do ISE é a divulgação de informações socioambientais, que pode ser feita por meio do relato integrado. Nagano et al. (2013) apontam que por intermédio do referido relatório, as organizações disseminam informações financeiras e não-financeiras acerca de seu desempenho econômico, ambiental e social. No entanto, ainda são publicações de divulgação voluntária, por isso não são objeto de auditoria independente o que proporciona aos gestores liberdade na sua elaboração e divulgação.

Diante disso, surge a indagação se as informações contidas nesses relatórios de sustentabilidade são realmente idôneas (Nagano, Kassai, Kussaba & Carvalho, 2013). A discricionariedade presente na elaboração do relato integrado considera a possibilidade de as informações publicadas gerarem perspectiva positiva ou desviar a atenção dos aspectos negativos das operações das companhias, ou seja, o relatório pode ser utilizado de forma oportunista para favorecer a empresa, em detrimento de apresentar informação mais realista sobre a presente situação (Cavalheiro, Victor, Lerner & Grando, 2021).

Souza et al. (2020) sugerem que os impactos que a organização ocasiona à sociedade, ao meio ambiente e a economia como parte de sua atividade econômica são determinantes na tomada de decisão. Ainda assim, as entidades tentam influenciar a impressão dos *stakeholders*

evidenciando indicadores de resultados com melhor desempenho (Bonfim, Souza, Silva & Serafim, 2018).

Em busca de aprovações pelo mercado e de legitimação da sua imagem ante à sociedade, as empresas se envolvem com o gerenciamento de impressão em seus relatórios voluntários. Deste modo, utilizam dissimulação, ocultação e atribuição, em seus números, textos, gráficos e imagens, envolvendo a racionalidade humana em meio à contextos sociais para fins de prestação de contas e/ou tomada de decisão guiada a seus interesses (Merkl-Davies & Brennan, 2007; 2017).

Silva et al. (2019) constataram relação significativa, de “melhoria ou realce” no desempenho de 180 empresas brasileiras entre 1997 e 2014. Monteiro & Gonçalves (2022) analisaram os relatórios de sustentabilidade de empresas com capital aberto na B3 e evidenciaram que a assimetria informacional aumenta quando há maior aplicação de gerenciamento de impressão.

Nesse contexto, em que se relacionam a crescente demanda de informações socioambientais e a possibilidade de violação da neutralidade da informação e a representação fidedigna, assim este artigo tem como objetivo **analisar as possíveis evidências do gerenciamento de impressão nos relatos integrados das companhias listadas no ISE 2021 em relação aos pilares do ESG**. Portanto, o estudo se propõe a investigar o tipo de mensagem que as empresas pretendem transmitir aos seus usuários por meio das fotografias e das narrativas empregues em seus relatórios.

O presente artigo tem sua motivação quando detecta, dentre outros fatos, o interesse de busca pelo termo ESG no Brasil, que praticamente triplicou nos últimos 12 meses até fevereiro de 2022 (Bertão, 2022). O autor aponta que as buscas pelo tema cresceram 150% em comparação aos 12 meses anteriores, de acordo com levantamento do *Google Trends* feito a pedido do Jornal Valor Econômico, no qual o Brasil foi o país latino-americano que mais pesquisou pela sigla ESG nos últimos 12 meses e um dos 25 países no mundo que mais buscou pela temática no período.

O estudo também se inspira nos dizeres de Pereira (2020) que afirma que os líderes buscam ajuda para enquadrar sua empresa aos pilares do ESG, preocupados em entender a essência da sigla. Para o mesmo autor, alguns sabem que precisam se adequar dada a pressão do mercado financeiro, pois há uma “avalanche de informações ESG” e uma dificuldade de entendimento, pois a maioria das informações são voltadas ao setor financeiro, quase “um diálogo” entre fundos, gestoras e bancos, o que promoveu correria no mercado brasileiro.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 GERENCIAMENTO DE IMPRESSÃO E ESTUDOS RELACIONADOS

Michelon (2012) pontua que a motivação para os administradores atuarem frente a uma conjuntura da informação em que a moral é instável, é fundamentada na construção de uma boa imagem corporativa e sua legitimação. Assim, surgem estratégias para equilibrar os conflitos entre a organização e os usuários da informação para valorizar suas relações implícitas com a sociedade. Cho et al. (2015) afirmam que a legitimação da entidade se constitui ao adquirir a aprovação de diferentes *stakeholders*, na qual alocam seus recursos financeiros, portanto a gestão desenvolve estratégias que satisfaçam suas intenções.

Merkl-Davies & Brennan (2007) informam que existem dois tipos de comportamentos que são engajados pelos gestores, dissimulação/ocultação e atribuição. Tais comportamentos são alcançados de duas maneiras: (i) ofuscando resultados negativos (más notícias) ou destacando resultados organizacionais positivos (boas notícias) e (ii) aplicando estratégia defensiva para não serem culpados pelos resultados negativos. Logo, no contexto dos relatórios

divulgados, os gerentes atribuem resultados organizacionais favoráveis a fatores internos e desfavoráveis, aos externos.

Os autores ainda identificaram seis estratégias na dissimulação e/ou ocultação de comportamento relacionado ao gerenciamento de impressão. A primeira refere-se à “confusão” de más notícias e a segunda voltada a manipulação de informações verbais com base na dificuldade da leitura, tornando o texto difícil de ler e na manipulação retórica, usando linguagem persuasiva. As demais estratégias enfatizam boas notícias com palavras-chave positivas para obter manipulação temática e a forma como envolve a apresentação das informações, com a intenção de conseguir manipulação visual e estrutural. Nessa perspectiva, há distorções quando comparam os melhores desempenhos operando a seleção de números para se ter resultado econômico-financeiro favorável (Merkl-Davies & Brennan, 2007).

O gerenciamento de impressão é associado à evidenciação voluntária e, segundo Beuren & Theiss (2022), em qualquer evento ocorrido em uma empresa, advém uma reação do mercado. Quando divulgados em suas narrativas, esses eventos proporcionam argumentação e persuasão, maximizando as boas notícias e minimizando os problemas enfrentados.

Nesse contexto, à medida que as informações sustentáveis são cada vez mais disseminadas pelas empresas de forma voluntária, torna-se possível que a elaboração de um relatório pela direção da empresa tenha como objetivo promover uma construção mais positiva da imagem da companhia. O processo de escolha das informações contidas nesses relatórios permite que as entidades gerenciem de forma eficaz o impacto sustentável de suas operações, resultando em benefícios concretos à companhia (Nagano et al., 2013).

O que se nota é que os estudos acadêmicos relacionados ao gerenciamento de impressão, tomada de decisão e sua relação com os pilares do ESG também sofreram aumento, juntamente com a necessidade da mensuração e divulgação de informações para os interessados na informação.

Merkl-Davies & Brennan (2011) apresentam que o gerenciamento de impressão neutraliza possíveis consequências negativas pelo controle da percepção do público antes da divulgação das informações, estabelecendo o viés de informação, ou pela descrição da causalidade das ações e eventos desagradáveis, representando o viés do autosserviço.

Deste modo, surge a vertente da racionalidade econômica que se concentra em encontrar as melhores alternativas para maximizar a oportunidade. Bem como, a racionalidade limitada, considerando que os administradores tomam decisões com base em informações incompletas, explorando alternativas de forma limitada e utilizando aproximações dos resultados. Quanto a combinação dessas racionalidades (racionalidade econômica e racionalidade limitada) surge a racionalidade instrumental, na qual as decisões são tomadas de acordo com os melhores meios possíveis que são considerados irracionais para atingir algum objetivo (Merkl-Davies & Brennan, 2011).

A divulgação de relatórios que trazem informações socioambientais relacionados a geração de resultados das organizações estão em evidência, logo, os temas de evidenciação ambiental ganham espaço. Souza et al. (2020) desenvolveram um estudo com visão teórica matizada, considerando a hipocrisia organizada e fachadas organizacionais para compreender os relatórios de sustentabilidade corporativa. Assim, concluíram que as pressões sociais e institucionais induziram a Samarco a se envolver em uma “espécie de hipocrisia organizada” e consequentemente desenvolveu fachadas organizacionais após um evento de degradação ambiental (rompimento de barragem), limitando as perspectivas de divulgações reais. Ainda, os autores ressaltam que as entidades devem prevenir externalidades negativas de suas atividades, de modo que mapeiem seus riscos, sendo prioridade na tomada de decisão o entendimento dos impactos do negócio perante à sociedade, meio ambiente e a economia.

Pereira & Capellini (2021) estudaram os relatórios de sustentabilidade da Vale e Samarco, utilizando como referência as diretrizes do *Global Reporting Initiative* (GRI), para

compreender como (e se) elas evidenciam seus atos relacionados ao meio ambiente. Os autores afirmam que os discursos propalados por elas tratam de assuntos distintos, mesmo a Vale sendo controladora da Samarco. A primeira relata prosseguir com seu desenvolvimento e busca novos projetos, enquanto a segunda afirma se recuperar e corrigir erros ocasionados pelo incidente após o rompimento da barragem, para construir uma melhor e nova imagem.

Em relação ao uso de palavras, Cavalheiro et al. (2021) investigaram o uso do tom anormal nos Relatórios de Administração de companhia abertas listadas na B3 entre 2010 e 2017. Os autores analisaram 1.576 relatórios e constataram que a única variável explicativa do tom anormal é a relação do gerenciamento de impressão positivo com as perdas. No entanto, indicaram a probabilidade de se observar o uso de tom anormal positivo nos Relatórios de Administração diminuir conforme o desempenho financeiro das empresas.

Tonin & Scherer (2021) exploraram os tons em teleconferências de resultados e sua influência na geração de retornos anormais das ações. Os autores analisaram 1.165 teleconferências de 44 empresas brasileiras listadas na B3 entre 2010 e 2017 e revelaram que o tom transcrito pode prever as reações do mercado.

Com relação à elementos visuais, Nascimento et al. (2013) analisaram a influência dos gráficos na neutralidade das informações apresentadas e identificaram o emprego de recursos visuais (tabelas e fotos) nos Relatórios de Administração de 203 empresas brasileiras, de diferentes setores, entre 1997 e 2009 e constataram aumento desses recursos visuais, desde quantidade, tipos e características.

Bonfim et al. (2018) aplicaram um questionário com estudantes de contabilidade, com gráficos desenvolvidos com seletividade na análise de gerenciamento de impressão, em que se nota melhora na apresentação e distorção de medidas (em empresas hipotéticas). Os autores averiguaram em qual empresa os estudantes preferiam investir, considerando somente os gráficos demonstrados e evidenciaram que o gerenciamento de impressão gráfica influenciou na tomada de decisão dos estudantes, dado que mais da metade escolheram investir em empresas que tiveram seus gráficos melhorados na apresentação e/ou com distorção.

Diante do exposto, percebe-se que as informações divulgadas pelas empresas são importantes para elas alcançarem seus principais objetivos, tais como: promoção da autoimagem, disseminação das suas características e valores e a captação de novos apoiadores (investidores, credores). Assim, considera-se pertinente investigar se existe gerenciamento de impressão por meio das fotografias e do tom dos textos nos relatos integrados.

3 METODOLOGIA

Os relatos integrados divulgados pelas companhias listadas no ISE 2021 da B3, entre 2017 e 2021, foram utilizados neste artigo. A escolha deste documento se sustenta em Santana & Zaro (2022), que afirmam que esse modelo de relatório vem se destacando como “novo método” de divulgação corporativa. Além de disponibilizar informações financeiras, traz aspectos de sustentabilidade das empresas.

As coletas dos documentos foram realizadas por meio das páginas dos *websites* de cada empresa, adotando-se abordagem qualitativa e quantitativa descritiva. A amostra inicial da pesquisa correspondeu a um total de 39 empresas. No entanto, nem todas publicaram o relato integrado e algumas não tiveram publicações durante todo o período pretendido. Por isso, 18 empresas foram descartadas, resultando em uma amostra final de 21 empresas, com um total de 105 relatórios analisados.

Radley (2010) afirma que as imagens não são meras representações, mas sim recursos e mediadores que, em conjunto com as palavras, conferem forma às ideias e nos permitem vislumbrar o mundo real. Em vista disso, no que diz respeito a análise do gerenciamento de

impressão, dois aspectos foram considerados: (i) fotografias apresentadas nos relatórios e (ii) tom da narrativa.

Na análise das fotografias, foi realizado inicialmente um levantamento da frequência da presença ou não de imagens e o número de páginas de cada relatório. Diante desse levantamento, é possível identificar o percentual (Equação 1) da utilização de fotografias quando relacionado com a quantidade de páginas (F.P.).

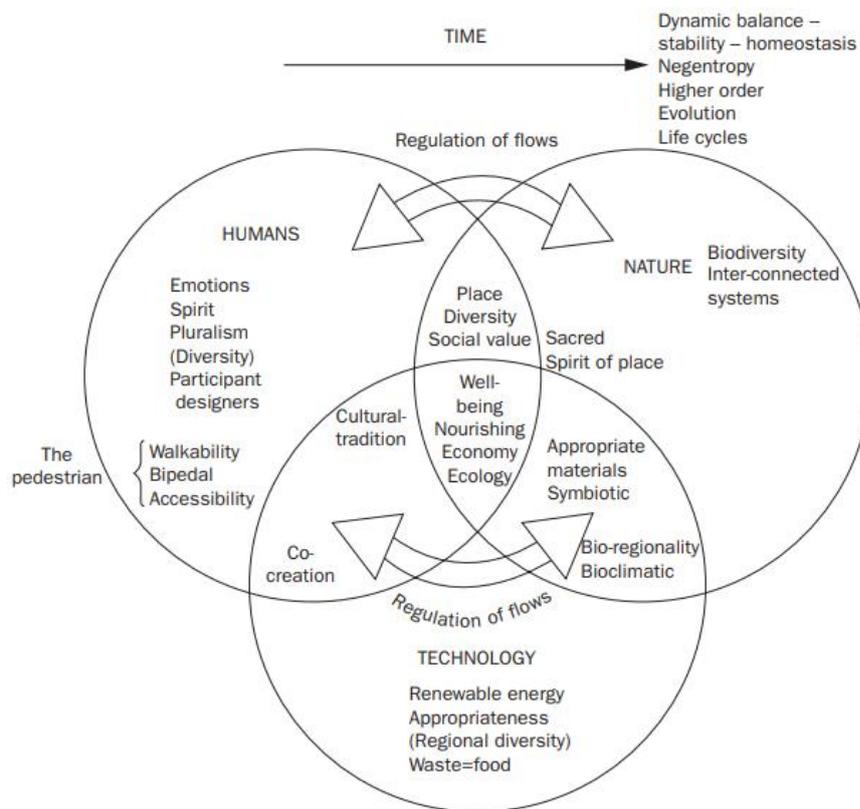
Equação 1:

$$F.P. = \frac{\text{Quantidade de fotografias}}{\text{Total de páginas}} \times 100$$

A partir das fotografias presentes nos relatórios foi efetuada uma análise de conteúdo com o intuito de identificar as informações qualitativas dos relatórios. As fotografias foram analisadas sob a ótica do modelo de “*nourishment and well-being in the new Postmodern eco-economic landscape*” proposto por Fuad-Luke (2009) (Figura 1).

Figura 1

A model of nourishment and well-being in the new Postmodern eco-economic landscape



Fonte: Fuad-Luke (2009).

Esse modelo estabelece uma conexão de bem-estar da nova sociedade pós-moderna sob a perspectiva da eco-economia, em que adota uma abordagem integrada entre humanos, natureza e tecnologia. O primeiro aspecto envolve elementos como diversidade, cultura, acessibilidade, emoção, entre outros. O segundo se relaciona com questões de biodiversidade, bio-regionalidade, bioclima, entre outros. Por fim, o terceiro aspecto tem relação com energias renováveis, sustentabilidade e redução de desperdícios.

A relação entre esse modelo e as fotografias ocorre por meio de suas construções, com o objetivo de transmitir uma mensagem positiva, promovendo sensação de harmonia e equilíbrio visual, levando em conta o bem-estar humano, social e ambiental. Sendo assim, foi possível identificar as fotografias com evidências positivas e são exemplificadas por ilustrações da natureza em seu estado de conservação ambiental, utilização de recursos inesgotáveis para geração de energia sustentável, ações sociais para erradicar a pobreza e a exclusão social, dentre outras perspectivas pertinentes (Figura 2).

Figura 2

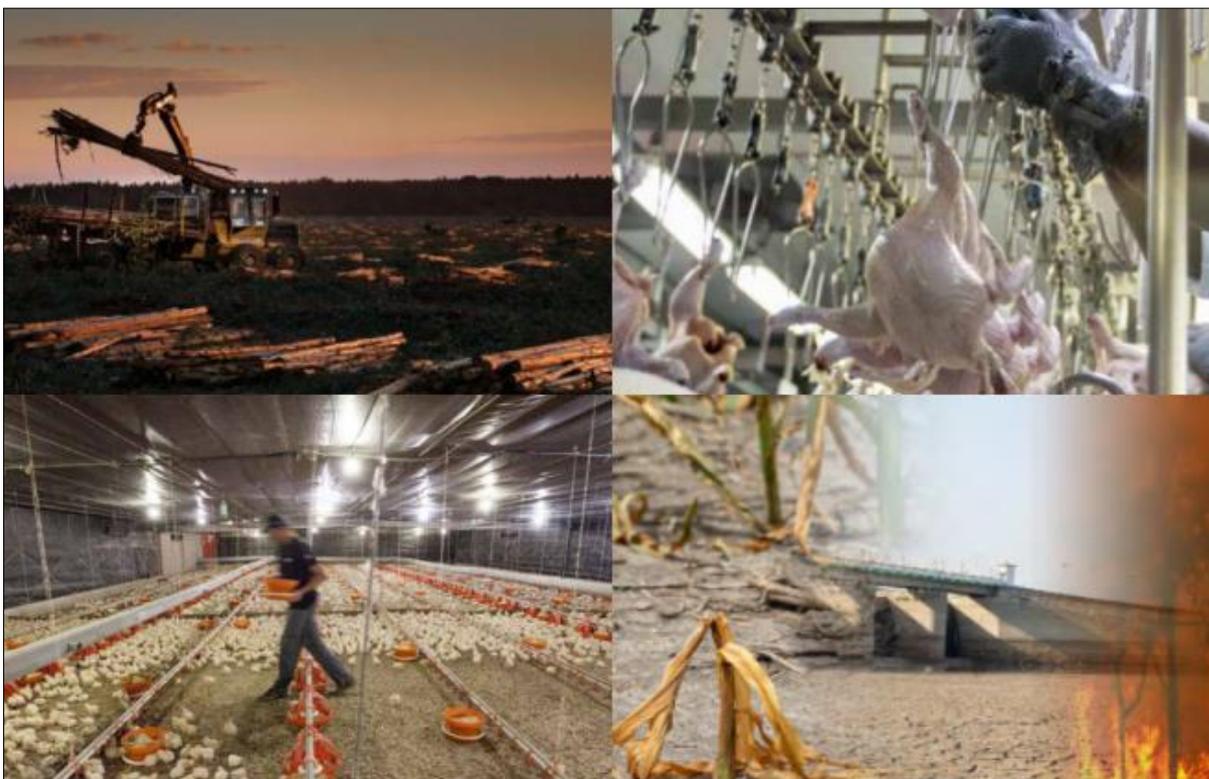
Características positivas retratadas nos relatos integrados das companhias



Fonte: Coletado pelos autores com base nos relatos integrados das empresas (2023).

O inverso sobre o bem-estar humano, social e ambiental, permitiu reconhecer as fotografias com evidências negativas, em que apresentaram ilustrações de degradação ambiental, tais como: desmatamento de florestas, abate de animais e queimadas (Figura 3).

Figura 3
Características negativas retratadas nos relatos integrados das companhias



Fonte: Coletado pelos autores com base nos relatos integrados das empresas (2023).

Após a análise qualitativa dos relatos integrados, realizou-se a categorização dos elementos conceituais de evidências positivas, levando em consideração os pilares do ESG e o tipo de informação presentes nas fotografias, com o objetivo de realizar uma avaliação quantitativa evidenciando o número de companhias que empregaram características positivas em fotografias nos relatórios divulgados.

Deste modo, é possível identificar a predominância dos tipos de informações, e também, qual o pilar apresentou maior incidência para analisar os comportamentos do gerenciamento de impressão. A Tabela 1 apresenta a classificação das características positivas levadas em consideração na coleta e observação, distinguindo os pilares ESG.

Tabela 1
Interpretação do tipo de informação presentes nas fotografias

Tipo de Informação	Ambiental	Características
Energia renovável	Energia solar Energia eólica Energia hídrica	
Reciclar/Reutilizar/Plantar	Descarte correto de resíduos Tratamento de água Produtos da empresa como vaso para plantas Mãos segurando terra e/ou mudas de plantas	
Produção rural	Pessoas plantando mudas de plantas Atividades agrícolas Apicultura Avicultura Pecuárias	
Fachadas com vegetação	Sedes da empresa com vegetação	

Natureza	Fachadas das empresas com jardins verticais Animais e/ou insetos Florestas Rios
Nenhuma informação	Não apresenta características
Social	
Tipo de Informação	Características
Incentivos ao esporte	Maratonas de corridas Esportes aquáticos Vôlei
Incentivos à educação	Futebol Palestras Escolas Ensino infantil
Incentivos à cultura	Teatro e cinema Acesso à leitura Música Arte de Rua
Incentivos à saúde	Campanhas de prevenção Combate à pandemia do Covid-19
Ajudas sociais	Combate à pobreza Combate à exclusão social
Nenhuma informação	Não apresenta características
Governança	
Tipo de Informação	Características
Ambientes agradáveis	Harmônico Funcionários sorrindo União Boas estruturas e tecnologia
Segurança no trabalho	Funcionários utilizando equipamentos de proteção individual Utilização de equipamentos de proteção coletiva Protocolos para impedir a pandemia do Covid-19
Inclusão social	Deficiência física ou mental Cor da pele Gênero Orientação sexual
Nenhuma informação	Não apresenta características

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos relatos integrados das empresas (2023).

A quantidade do tipo de informação em cada fator ESG também foi considerada no presente estudo e para aprimorar a apresentação dos resultados, foram definidas escalas de quatro níveis com valores de 0 a 3 para cada fator ESG, levando em consideração a quantidade de tipo de informação em cada fator. A última escala concentra a quantidade de tipo de informação, variando de 3 a 5. Essa definição de agrupamento foi adotada, pois poucas empresas apresentaram mais do que três informações (Tabela 2).

Tabela 2

Atribuição de escalas por meio do tipo de informação apresentadas pelas fotografias

Atribuição de escalas	
Quantidade do Tipo de Informação	Escalas
Não apresenta	0
Apresenta uma	1
Apresenta duas	2
Apresenta três a cinco	3

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Na análise do tom da narrativa foi verificado o otimismo ou pessimismo das narrativas dos relatos integrados divulgados pelas companhias. As *proxies* foram construídas a partir de

uma leitura automatizada dos textos no *Python*, por meio do qual foi realizada a contagem da frequência das palavras positivas e negativas.

O tom otimista e o pessimista dos textos dos relatos integrados foram avaliados a partir do desenvolvimento de uma *machine learning* (aprendizagem de máquina) que realizou a leitura inteligente dos textos, identificando palavras positivas e negativas tendo como parâmetro o dicionário proposto por Silva & Machado (2019), empregado como referência para a identificação do tom das palavras. Esse dicionário foi construído pelos autores com o intuito de captar o sentimento de comunicações econômico-financeiras realizadas por empresas brasileiras, dentro dessa lógica, considerando que o Relato Integrado é um relatório econômico-financeiro e é um dos meios de comunicação empresarial, entende-se que a proposta do dicionário se enquadra a análise proposta.

A técnica utilizada denomina-se *bag-of-words* e refere-se à transformação de dados não estruturados em formato estruturado. Na abordagem, cada texto é representado como um vetor de palavras que ocorrem no documento ou em representações mais sofisticadas como frases ou sentenças (Martins, Monard & Matsubara, 2003).

Para evitar classificações positivas e negativas equivocadas das palavras, a programação localizou os dois termos que antecediam as palavras e, quando esses faziam referência aos *advérbios de negatividade*: jamais; não; nada, ninguém, nunca, nem, nenhum e tampouco, as palavras não foram classificadas como tais, pois esses advérbios modificam o sentido da palavra que o acompanha.

O propósito de investigar os termos precedentes às palavras é evitar a presença de falso tom positivo e/ou negativo na estimação do peso das palavras positivas e/ou negativas e do tom do texto. Por isso, tem-se essa leitura inteligente que busca o termo dentro do contexto da frase em que ele está inserido.

O tom do texto foi mensurado com a frequência de palavras positivas e/ou negativas utilizadas nos relatos integrados de cada empresa por ano divulgado, dividido pelo total de palavras contidas em cada relato. A proporção de palavras positivas aponta o T.P. (tom positivo) e as palavras negativas, o T.N. (tom negativo), ou seja, a proporção de palavras com tais tons encontrados nos textos dos relatórios (Equações 2 e 3).

Equação 2:

$$T.P. = \frac{\text{Quantidade de palavras positivas}}{\text{Total de palavras}}$$

Equação 3:

$$T.N. = \frac{\text{Quantidade de palavras negativas}}{\text{Total de palavras}}$$

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A média de fotografias e páginas aumentou ao longo dos anos, como revelado pela análise dos dados coletados. Em relação ao resultado por páginas, observou-se um aumento de 54% entre o primeiro e o último ano analisado, o que está de acordo com os achados de Nascimento et al. (2013), que também identificaram uma ampliação dos recursos gráficos ao longo do tempo.

Observou-se um aumento mais significativo na quantidade de fotografias e páginas nos dois últimos anos, período que a população mundial vivenciou a pandemia do Covid-19, e de acordo com Amorim et al. (2022), os administradores dispuseram de comportamento arrojado para reverter os impactos nas perdas de lucratividade das empresas ocasionadas pelas medidas do isolamento social durante o período. Nesse contexto, é possível sugerir a presença de

gerenciamento de impressão, em que a quantidade de fotografias é utilizada como ferramenta para desviar a atenção dos usuários dos resultados negativos provenientes da pandemia.

Tabela 3

Estatística descritiva do uso de fotografias por páginas nos relatórios/ano

Painel A - Quantidade de fotografias nos relatórios por ano					
Ano	Média	Desvio Padrão	Máximo	Mínimo	Mediana
2017	39	28	99	6	39
2018	34	21	78	6	31
2019	38	23	83	2	33
2020	43	24	116	8	41
2021	59	32	135	11	56
Total Geral	43	27	135	2	39
Painel B - Quantidade de páginas nos relatórios por ano					
Ano	Média	Desvio Padrão	Máximo	Mínimo	Mediana
2017	115	39	184	59	122
2018	108	62	263	14	96
2019	122	68	319	23	105
2020	138	66	264	21	138
2021	149	70	299	29	120
Total Geral	127	63	319	14	120
Painel C - Fotografias/páginas (%)					
Ano	Média	Desvio Padrão	Máximo	Mínimo	Mediana
2017	35	29	130	6	29
2018	47	58	271	5	31
2019	47	51	191	2	25
2020	41	32	138	3	30
2021	54	70	345	12	33
Total Geral	45	50	345	2	30

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Uma influência significativa do uso de fotografias com perspectivas positivas relacionadas aos três pilares do ESG foi detectada nos relatos integrados das companhias em todos os anos avaliados (Tabela 4). Em particular, no pilar Ambiental, foram identificadas imagens relacionadas a atributos como energia renovável, reciclagem e/ou reutilização, plantio e natureza, que aparecem em maior número de relatos, o que pode indicar uma preocupação das companhias com os recursos não renováveis, como o correto descarte de resíduos sólidos e a preservação do meio ambiente.

No pilar Social destacam-se imagens que incentivam o esporte, a educação, a cultura, ajudas sociais e a inclusão, o que pode indicar que a empresa procura refletir ao usuário externo uma imagem que se preocupa e se dedica à sociedade, buscando erradicar a pobreza e promover a acessibilidade para aqueles que têm dificuldades em seu ambiente social.

No pilar Governança, a atenção das empresas é manifestada por meio de fotografias que remetem às qualidades de trabalho oferecidas aos seus empregados, além de imagens que destacam a inclusão social dos públicos que historicamente sofreram retaliações da sociedade.

Tabela 4

Quantidade de empresas por pilares do ESG e tipos de informações

Ambiental			Social		
Tipo de Informação	Qtd. Empresa	Ano	Tipo de Informação	Qtd. Empresa	Ano
Energia renovável	5	2017	Incentivos ao esporte	4	2017
	6	2018		1	2018
	6	2019		6	2019
	11	2020		7	2020
	9	2021		9	2021

Reciclar/Reutilizar/Plantar	7	2017	Incentivos a educação	10	2017
	6	2018		9	2018
	5	2019		10	2019
	6	2020		9	2020
	6	2021		10	2021
Produção rural	3	2017	Incentivos a cultura	4	2017
	3	2018		5	2018
	4	2019		8	2019
	5	2020		9	2020
	7	2021		10	2021
Fachadas com vegetação	4	2017	Incentivos a saúde	1	2017
	4	2018		2	2018
	4	2019		2	2019
	4	2020		2	2020
	5	2021		2	2021
Natureza	8	2017	Ajudas sociais	10	2017
	13	2018		10	2018
	14	2019		11	2019
	11	2020		18	2020
	12	2021		12	2021
Nenhuma informação	7	2017	Nenhuma informação	6	2017
	2	2018		8	2018
	4	2019		6	2019
	3	2020		1	2020
	2	2021		5	2021

Governança

Tipo de Informação	Qtd. Empresa	Ano
Ambientes agradáveis	11	2017
	10	2018
	13	2019
	13	2020
	12	2021
Segurança no trabalho	9	2017
	6	2018
	6	2019
	9	2020
	10	2021
Inclusão social	14	2017
	14	2018
	17	2019
	17	2020
	20	2021
Nenhuma informação	4	2017
	4	2018
	3	2019
	3	2020
	1	2021

A análise por pilares do ESG apontou que, no período avaliado (2017 a 2021), a média geral foi de 2 para todos os pilares, indicando que pelo menos dois tipos de informações positivas foram empregados nos relatos integrados das empresas brasileiras. No entanto, os aspectos Ambiental e o Social evidenciaram a escala 3 como a mais frequente, enquanto o Governança indicou escala 2. Isso sugere que as empresas têm uma preocupação maior com a formação positiva de sua imagem em relação a questões ambientais e sociais.

Além disso, os resultados também apontam um alto índice de características positivas em suas fotografias (Tabela 5). É possível que isso ocorra porque as empresas incidem em

fatores ambientais e sociais para a geração de valor, conforme Jaramillo-Arango et al. (2020) que demonstraram um efeito positivo na geração de valor da empresa com uso de informações não financeiras, referentes as questões ambientais e sociais, das organizações dos países membros do Mercado Integrado Latino-Americano (MILA).

Tabela 5

Estatística descritiva das escalas do tipo de informação por pilares ESG/ano

Painel A - Escala Ambiental						
Ano	Média	Desvio Padrão	Máximo	Mínimo	Moda	
2017	1	1	3	0	3	
2018	2	1	3	0	1	
2019	2	1	3	0	3	
2020	2	1	3	0	3	
2021	2	1	3	0	3	
Total Geral	2	1	3	0	3	
Painel B - Escala Social						
Ano	Média	Desvio Padrão	Máximo	Mínimo	Moda	
2017	1	1	3	0	1	
2018	1	1	3	0	0	
2019	2	1	3	0	3	
2020	2	1	3	0	3	
2021	2	1	3	0	3	
Total Geral	2	1	3	0	3	
Painel C - Escala Governança						
Ano	Média	Desvio Padrão	Máximo	Mínimo	Moda	
2017	2	1	3	0	2	
2018	1	1	3	0	2	
2019	2	1	3	0	2	
2020	2	1	3	0	3	
2021	2	1	3	0	3	
Total Geral	2	1	3	0	2	

Durante os anos de pandemia, a média geral apresentou escala 2, mas foi identificada a escala 3 como a mais frequente nos anos de 2020 e 2021. Isso indica que, apesar das companhias terem enfrentado um período de turbulência, principalmente no aspecto social, elas buscaram transmitir uma imagem positiva nos relatórios integrados, especialmente em relação aos aspectos ambientais, sociais e corporativos, por meio das fotografias.

Além disso, observou-se que as fotografias com aspectos positivos das companhias têm uma influência significativa, uma vez que 24% das empresas apresentaram média de escala máxima no uso desse recurso e 38% apresentaram média de escala 2, totalizando 62% de expressividade de fotografias (conforme Tabela 6).

Entre as empresas que se destacaram com média de escala 3 no período avaliado estão o Banco do Brasil, CPFL, Eletrobras, Suzano e Weg. Nota-se que o Banco do Brasil é a única empresa do setor financeiro, enquanto as demais são do setor de energia, papel e celulose e produção de equipamentos eletroeletrônicos, que são setores que geram impactos ambientais negativos, uma vez que utilizam recursos naturais em suas atividades principais.

Dessa forma, percebe-se que as empresas classificadas nos setores com elevado impacto ambiental, como as de energia, papel e celulose, divulgaram mais fotografias positivas sobre os aspectos do ESG, o que pode indicar um “desencontro” entre as fotografias apresentadas nos relatórios e a realidade das companhias.

Tabela 6*Estatística descritiva das escalas totais ESG por empresa e ano (período)*

Empresas	2017	2018	2019	2020	2021	Média Per/Emp	Desv.Pad. Per/Emp	Moda Per/Emp	Máx. Per/Emp	Mín. Per/Emp
Americanas	2	1	2	1	2	1	0	2	2	1
BB	3	2	3	3	3	3	1	3	3	2
Bradesco	2	1	2	3	3	2	1	3	3	1
BRF	1	1	2	2	2	2	1	-	2	1
BTG	0	1	2	2	2	1	1	2	2	0
CCR	2	1	1	2	2	1	0	2	2	1
Cemig	2	1	1	1	3	2	1	1	3	1
Copel	2	2	2	3	3	2	0	2	3	2
CPFL	2	3	3	3	3	3	0	3	3	2
Duratex	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2
EDP	0	1	0	2	1	1	1	-	2	0
Eletrobras	3	3	3	3	3	3	0	3	3	3
Itaú	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Itausa	1	0	1	2	1	1	1	1	2	0
Light	1	2	0	1	1	1	1	1	2	0
M. Dias Branco	2	2	2	2	3	2	0	2	3	2
Natura	0	1	2	2	2	1	1	2	2	0
Renner	1	0	2	2	2	2	1	-	2	0
Santander	1	2	1	2	3	2	1	2	3	1
Suzano	2	3	3	3	3	3	0	3	3	2
Weg	3	2	3	3	3	3	0	3	3	2
Total Geral	1	1	2	2	2	2	0	3	2	1

Nota: Per – Período; Emp – Empresa.

Destaca-se ainda, a quantidade de empresas que publicaram em seus relatos integrados pelo menos uma fotografia que transmitisse algum aspecto negativo (Tabela 7). Com isso, é perceptível uma diferença quando comparado à quantidade de fotos que revelam aspectos positivos sobre a empresa. Isso pode indicar que, apesar de algumas companhias reconhecerem aspectos negativos na sua atividade econômica, procuram, desse modo, ofuscar essas informações, fazendo com que elas sejam alocadas em seus relatos de forma mais tímida, para mostrarem pouca influência na formação da sua imagem ante os seus *stakeholders*.

Tabela 7*Empresas por ano X fotografias retratando aspectos negativos*

Ano	Qtd. empresa
2017	1
2018	1
2019	2
2020	1
2021	3
Total Geral	8

O tom dos relatórios divulgados indicou possíveis evidências de gerenciamento de impressão na preparação dos textos, por meio do excesso de otimismo no relatório. Observou-se que as companhias usaram palavras positivas, em maior proporção. Em alguns relatórios, as palavras positivas representaram 92% do texto, em contrapartida, o uso das palavras negativas foi de 42% (Tabela 8), indicando diferença entre a ocorrência dos tons. Tal fato pode evidenciar excesso de otimismo em alguns relatos, mesmo em meio a períodos de crise, como foram os anos de 2020 e 2021, fortalecendo os resultados de Davis & Tama-Sweet (2012) que encontraram níveis mais baixos de linguagem pessimista e mais elevados de linguagem otimista

nos *press releases* (comunicados sintéticos de resultados das empresas), quando os comparados com os textos dos MD&As (*Management's Discussion and Analysis*).

Tabela 8

Estatística descritiva do tom do texto

Ano	Média (Tom Positivo)	Média (Tom Negativo)	Máx. (Tom Positivo)	Máx. (Tom Negativo)	Mín. (Tom Positivo)	Mín. (Tom Negativo)
2017	72%	28%	81%	42%	58%	19%
2018	75%	25%	90%	41%	59%	10%
2019	76%	24%	88%	39%	61%	12%
2020	73%	27%	85%	41%	59%	15%
2021	74%	26%	92%	36%	64%	8%
Total Geral	74%	26%	92%	42%	58%	8%

De maneira geral, a média de palavras positivas e negativas se apresentaram distintas, em que se observou o ano de 2017, período com menor diferença entre o tom positivo e negativo. No entanto, nos dois anos subsequentes (2018 e 2019), ocorreu elevação do tom positivo em detrimento de uma diminuição do tom negativo. Por fim, nos anos de 2020 e 2021, nos quais as companhias tiveram o impacto da pandemia do Covid-19 em seus resultados, houve queda no tom positivo do texto. A constatação que leva em consideração os efeitos da pandemia Covid-19 corrobora Cavalheiro et al. (2021) que identificaram uma diminuição no uso do tom anormal positivo, a medida em que os desempenhos financeiros das companhias reduziam.

5 CONCLUSÕES

O objetivo do artigo foi o de investigar possíveis práticas de gerenciamento de impressão nos relatos integrados divulgados pelas empresas participantes da 16ª carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial 2021. A amostra foi composta por 21 empresas que publicaram relato integrado durante o período de 2017 a 2021 e percebeu-se que a média de páginas e fotografias aumentaram, principalmente se comparado o primeiro ano com os últimos dois anos da pesquisa. Tal fato pode se relacionar aos impactos nos resultados das empresas advindos da pandemia do Covid-19, o que pode assinalar relação com esse crescimento.

No que diz respeito a análise de gerenciamento de impressão com o emprego de fotografias, encontrou-se evidências de possíveis práticas por meio do uso da ferramenta, para dispersar a atenção dos usuários, bem como para evidenciar imagem corporativa adequada a comportamentos, hábitos e posturas moralmente éticas, em virtude de os aspectos positivos estarem mais evidentes. Deste modo, sugere-se que os *stakeholders* que analisam as informações devem considerar e estar atentos a essas informações.

Ainda em uma análise mais detalhada, a presença de fotografias com características positivas se sobressaiu nos pilares Ambiental e Social, com isso entende-se que os gestores podem utilizar de gerenciamento de impressão em questões ambientais e sociais para gerar valor à empresa influenciando a interpretação dos usuários da informação. A análise deste quesito assinalou também a presença de fotografias negativas, mas com proporção inferior.

O exame de sentimento textual apoiou os achados relacionados às fotografias, pois foram identificados elevados percentuais de palavras positivas nos relatórios em todos os anos analisados, sinalizando possível excesso de otimismo nos textos construídos pelos gestores. Isso revela a possibilidade de as empresas utilizarem práticas de gerenciamento de impressão de forma conjunta, a exemplo de imagens e do sentimento do texto, com o objetivo de construir melhor imagem da companhia ante seus *stakeholders*.

A partir dos resultados, sugere-se que a percepção dos usuários pode ser manipulada por meio de práticas de gerenciamento de impressão, especificamente no que diz respeito aos aspectos do ESG, e isso pode levá-los a construir uma imagem equivocada sobre a empresa, influenciando em suas decisões de investimento.

Diante disso, a partir dos achados nessa pesquisa, espera-se contribuir para os *stakeholders* para deixá-los cientes sobre as práticas de gerenciamento de impressão nos relatos divulgados pelas empresas. No entanto, limitações foram encontradas, entre elas o número de empresas que compuseram a amostra, o modelo de relatório (somente relato integrado) e o corte temporal (2017 a 2021).

Por fim, recomenda-se que pesquisas futuras ampliem o escopo de análise considerando as demais companhias listadas na B3 e ainda, sugere-se que seja analisada a relação entre a informação disposta no relatório e o lucro auferido para entender mais detalhadamente as motivações e os comportamentos dos gestores, no que diz respeito ao gerenciamento de impressão.

REFERÊNCIAS

- Amorim, J. Q., Sales, G. A. W., & Grecco, M. C. P. (2022). Covid-19 and its impacts on financing and investment policies. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 23(RAM, Rev. Adm. Mackenzie, 2022 23(2). <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMF220225.en>
- Bertão, N. (2022, 21 de fevereiro). Entenda o que é ESG e por que a sigla é importante para as empresas. *Valor Econômico*. <https://valor.globo.com/empresas/esg/noticia/2022/02/21/entenda-o-que-e-esg-e-por-que-a-sigla-esta-em-alta-nas-empresas.ghtml>
- Beuren, I. M., & Theiss, V. (2022). Gerenciamento de Impressão em Narrativas Contábeis: um Estudo sob a Perspectiva do Preparador da Informação. *Revista Pensar Contábil – CRCRJ* – 24(83), 30–39. <http://www.atena.org.br/revista/ojs-2.2.3-06/index.php/pensarcontabil/article/view/3764>
- Bonfim, M. P., Souza, I. G. de M., Silva, C. A. T., & Serafim, A. de 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>
- B3. (2019). *O que é o ISE B3*. <http://iseb3.com.br/o-que-e-o-ise>.
- Cavalheiro, M. O., Victor, F. G., Lerner, A. F., & Grando, R. M. (2021). Gerenciamento de Impressão nas Companhias Abertas Listadas na Brasil, Bolsa, Balcão [B]³: O Uso do Tom Anormal nos Relatórios de Administração. *Gestão e Desenvolvimento*, 18(3), 184-211. <https://doi.org/10.25112/rgd.v18i3.2453>
- Cho, C. H., Laine, M., Roberts, R. W., & Rodrigue, M. (2015). Organized hypocrisy, organizational façades, and sustainability reporting. *Accounting, Organizations and Society*, 40, 78–94. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2014.12.003>
- Consiglio, S. (2022, 06 de setembro). Ninguém dorme e acorda sustentável. *Valor Econômico*. <https://valor.globo.com/financas/coluna/ninguem-dorme-e-acorda-sustentavel.ghtml>.
- Davis, A. K., & Tama-Sweet, I. (2012). Managers' use of language across alternative disclosure outlets: Earnings press releases versus MD&A. *Contemporary Accounting Research*, 29(3), 804-837. <https://doi.org/10.1111/j.1911-3846.2011.01125.x>
- Fuad-Luke, A. (2009). Design Activism: Beautiful Strangeness for a Sustainable World. https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/designactivism-beautifulstrangenessforasustainableworld_alastairfuadluke.pdf
- Jaramillo-Arango, M., Ríos-Restrepo, W. A., & Correa-Mejía, D. A. (2020). Incidencia de factores ambientales y sociales en la generación de valor. Evidencia desde las empresas

- MILA. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 28(2), 49-65. <https://doi.org/10.18359/rfce.4033>
- KPMG. (2020). *The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2020*. <https://kpmg.com/xx/en/home/insights/2020/11/the-time-has-come-survey-of-sustainability-reporting.html>.
- Machado de Souza, F., Douglas Colauto, R., & Panhoca, L. (2020). Hipocrisia organizada e fachada organizacional nos relatórios de sustentabilidade corporativa. *Enfoque: Reflexão Contábil*, 39(2), 117-131. <https://doi.org/10.4025/enfoque.v39i2.44339>
- Martins, C. A., Monard, M. C., & Matsubara, E. T. (2003). Reducing the dimensionality of bag-of-words text representation used by learning algorithms. *In Proceedings of the Artificial Intelligence and Applications Conference (AIA 2003)* (pp. 330–336). ACTA Press. https://www.academia.edu/62169481/Reducing_the_Dimensionality_of_Bag_of_Words_Text_Representation_Used_by_Learning_Algorithms
- Merkel-Davies, D. M., & Brennan, N. M. (2007). *Discretionary disclosure strategies in corporate narratives: Incremental information or impression management?*. http://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>
- Merkel-Davies, D. M., & Brennan, N. M. (2017). A theoretical framework of external accounting communication: Research perspectives, traditions, and theories. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 30(2), 433-469. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-04-2015-2039>
- Michelon, G. (2012). "Impression management and legitimacy strategies: The BP case," *FINANCIAL REPORTING, FrancoAngeli Editore*, 4, 35-64. <https://ideas.repec.org/a/fan/frfrfr/vhtml10.3280-fr2012-004004.html>
- Monteiro, A. F., & Gonçalves, R. de Souza. (2022). O gerenciamento da impressão em relatórios de sustentabilidade influencia o nível de assimetria informacional? Estudo em empresas de capital aberto no Brasil. *22º USP International Conference in Accounting*. <https://congressosp.fipecafi.org/anais/22UspInternational/ArtigosDownload/3722.pdf>
- Nagano R. T., Kassai J. R., Kussaba C. T., & Carvalho, L. N. G. (2013). A evolução dos relatórios de sustentabilidade e a necessidade da obrigatoriedade de sua asseguaração por terceiros. *II Singep e I S2Is*, São Paulo, 1-15. <http://repositorio.uninove.br/xmlui/handle/123456789/574>.
- Nascimento, M. D., Rodrigues, F. F., Albuquerque, P. H. M., & Silva, C. A. T. (2013). Gerenciamento da Apresentação: uma Análise da Utilização de Gráficos nos Relatórios da Administração. *Revista Universo Contábil - ISSN 1809- 3337*, 9(1), 46-64. <https://doi.org/10.4270/ruc.2013103>
- Pereira, A. Z., & Capellini, G. de A. (2021). Gerenciamento de Impressão nos Relatórios de Sustentabilidade: uma Análise Comparativa das Gigantes em Mineração. *Revista Conhecimento & Inovação* 2(1). <http://ojs.unimar.br/index.php/conhecimentoeinovacao/article/view/1607>.
- Pereira, C. (2020, 8 de outubro). O ESG é uma preocupação que está tirando seu sono? Calma, nada mudou. *Exame*. <https://exame.com/colunistas/carlo-pereira/esg-o-que-e-como-adotar-e-qual-e-a-relacao-com-a-sustentabilidade/>
- Radley, A. (2010). What people do with pictures. *Visual Studies*, 25(3), 368-379. <https://doi.org/10.1080/1472586X.2010.523279>
- Redecker, A. C., & Trindade, L. M. (2021). Práticas de ESG em Sociedade Anônimas de Capital Aberto: um diálogo entre a função social instituída pela Lei nº 6.404/76 e a geração

- de valor. *Revista Jurídica Luso-Brasileira*, Rio Grande do Sul, 2(7), 59-125. https://www.cidp.pt/revistas/rjlb/2021/2/2021_02_0059_0125.pdf
- Unidas, Nações. (2022). *A Agenda de Desenvolvimento Sustentável*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda>.
- Santana, K. de Moraes, & Zaro, E. S. (2022). Relato Integrado, Performance de Sustentabilidade e qualidade dos lucros: Há mudanças no processo decisório? *19º Congresso USP de Iniciação Científica em Contabilidade*. <https://congressosp.fipecafi.org/anais/22UspInternational/ArtigosDownload/3800.pdf>
- Silva, K. D. C. Da, Rodrigues, F. F., & Silva, C. A. T. (2019) *Impression management using graphical resources in Brazilian company reports*. *International Journal of Accounting and Finance (Online)*, 9, 1-27. <https://doi.org/10.1504/IJAF.2019.101316>
- Silva, M. D. O. P., & Machado, M. A. V. (2019). Índice de Sentimento Textual: Uma Análise Empírica do Impacto das Notícias Sobre Risco Sistemático. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, 16(40), 24-42. <https://dx.doi.org/10.5007/2175-8069.2019v16n40p24>
- Tonin, J. M. da F., & Scherer, L. M. (2021). Reação do Mercado Acionário aos Tons Transcritos das Teleconferências de Resultados. *RAE – Revista de Administração de Empresas - ISSN 2178-938X*, 62(1), 1-19. <https://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020220107>

EnANPAD 2023

XLVII Encontro da ANPAD

São Paulo, 26 a 28 de setembro de 2023

CERTIFICADO DE APRESENTAÇÃO

A ANPAD - Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - confere o presente certificado de Apresentação de Trabalhos no XLVII Encontro da ANPAD a

Gerenciamento de Impressão em Relato Integrado: análise das empresas listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial

Carlos Sehnem da Rocha*
Denize Demarche Minatti Ferreira
VANESSA DE MENESES SILVA



*Autor(es) participante(s) no ato da apresentação do artigo ao evento

Prof.ª Alketa Peci
Diretora-Presidente da ANPAD

Prof. Emilio José Montero Arruda Filho
Diretor Científico da ANPAD