

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

WILLIAM AUGUSTO SOUSA DE OLIVEIRA

**O *DISCLOSURE* DE ESCÂNDALOS SOCIOAMBIENTAIS E A REPUTAÇÃO
CORPORATIVA**

UBERLÂNDIA-MG
2022

WILLIAM AUGUSTO SOUSA DE OLIVEIRA

**O *DISCLOSURE* DE ESCÂNDALOS SOCIOAMBIENTAIS E A REPUTAÇÃO
CORPORATIVA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *stricto sensu* em Ciências Contábeis da Faculdade de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

Área de concentração: Contabilidade Financeira

Orientador: Prof. Dr. Reiner Alves Botinha

**UBERLÂNDIA-MG
2022**

WILLIAM AUGUSTO SOUSA DE OLIVEIRA

**O *DISCLOSURE* DE ESCÂNDALOS SOCIOAMBIENTAIS E A REPUTAÇÃO
CORPORATIVA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *stricto sensu* em Ciências Contábeis da Faculdade de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

Uberlândia, 22 de fevereiro de 2022.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Reiner Alves Botinha (Orientador)
Universidade Federal de Uberlândia (UFU)

Profa. Dra. Neirilaine Silva de Almeida
Universidade Federal de Uberlândia (UFU)

Profa. Dra. Fátima de Souza Freire
Universidade de Brasília (UnB)



ATA DE DEFESA - PÓS-GRADUAÇÃO

| | | | | | |
|------------------------------------|--|-----------------|-------|-----------------------|--------------|
| Programa de Pós-Graduação em: | Ciências Contábeis | | | | |
| Defesa de: | Dissertação de Mestrado Acadêmico, número 105 - PPGCC | | | | |
| Data: | 22 de fevereiro de 2022 | Hora de início: | 14:00 | Hora de encerramento: | 15:30 |
| Matrícula do Discente: | 12012CCT019 | | | | |
| Nome do Discente: | William Augusto Sousa de Oliveira | | | | |
| Título do Trabalho: | O DISCLOSURE DE ESCÂNDALOS SOCIOAMBIENTAIS E A REPUTAÇÃO CORPORATIVA | | | | |
| Área de concentração: | Contabilidade e Controladoria | | | | |
| Linha de pesquisa: | Contabilidade Financeira | | | | |
| Projeto de Pesquisa de vinculação: | PPGCC04 - Contabilidade Internacional e Financeira | | | | |

Reuniu-se virtualmente, a Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis, assim composta: Professores Doutores Neirilaine Silva de Almeida (UFU); Fátima de Souza Freire (Unb) e Reiner Alves Botinha (UFU), orientador do candidato.

Iniciando os trabalhos o presidente da mesa, Reiner Alves Botinha, apresentou a Comissão Examinadora e o candidato, agradeceu a presença do público, e concedeu ao discente a palavra para a exposição do seu trabalho. A duração da apresentação do discente e o tempo de arguição e resposta foram conforme as normas do Programa.

A seguir o presidente concedeu a palavra, pela ordem sucessivamente, aos examinadores, que passaram a arguir o candidato. Ultimada a arguição, que se desenvolveu dentro dos termos regimentais, a Banca, em sessão secreta, atribuiu o resultado final, considerando o candidato:

APROVADO

Esta defesa faz parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre.

O competente diploma será expedido após cumprimento dos demais requisitos, conforme as normas do Programa, a legislação pertinente e a regulamentação interna da UFU.

Nada mais havendo a tratar foram encerrados os trabalhos. Foi lavrada a presente ata que após lida e achada conforme foi assinada pela Banca Examinadora.



Documento assinado eletronicamente por **Reiner Alves Botinha, Presidente**, em 22/02/2022, às 15:39, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Neirilaine Silva de Almeida, Professor(a) do Magistério Superior**, em 22/02/2022, às 15:42, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Fatima de Souza Freire, Usuário Externo**, em 22/02/2022, às 16:55, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3327535** e o código CRC **9B808A14**.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

O48d
2022 Oliveira, William Augusto Sousa de, 1998-
 O disclosure de escândalos socioambientais e a reputação
corporativa [recurso eletrônico] / William Augusto Sousa de Oliveira. -
2022.

 Orientador: Reiner Alves Botinha.
 Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia.
Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis.
 Modo de acesso: Internet.
 Disponível em: <http://doi.org/10.14393/ufu.di.2022.5311>
 Inclui bibliografia.

 1. Contabilidade. I. Botinha, Reiner Alves, 1990-, (Orient.). II.
Universidade Federal de Uberlândia. Programa de Pós-Graduação em
Ciências Contábeis. III. Título.

CDU:657

Glória Aparecida
Bibliotecária - CRB-6/2047

AGRADECIMENTOS

Gostaria primeiramente de agradecer a Deus, pelo dom da vida e pela saúde. Agradeço aos meus pais Alexandre Oliveira e Sheyla Oliveira por todo o esforço, carinho e amor dedicados a mim, sem vocês nada seria possível. Agradeço ainda meu irmão, Kauã Oliveira, por todo o companheirismo e amor.

Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal de Uberlândia, aos professores que fizeram parte de minha caminhada acadêmica durante esses dois anos por todos os ensinamentos, em especial ao meu orientador o Prof. Reiner Botinha.

Agradeço aos membros da banca de qualificação e defesa por todas as contribuições e incentivos, que auxiliaram no andamento do trabalho, em especial a Profa. Neirilaine de Almeida e a Profa. Fátima Freire.

Ainda, agradeço aos amigos, colegas e companheiros dessa trajetória, por toda a parceria e carinho. Por fim, agradeço a mim, por toda a dedicação e persistência. Com a certeza de que nenhum esforço será em vão.

RESUMO

O *disclosure* socioambiental voluntário pode ser um importante fator para os resultados empresariais mais favoráveis, contudo, quando a divulgação carrega informações negativas, como aquelas relacionadas a um escândalo socioambiental, podem ter um custo atrelado maior e até mesmo impactar a imagem reputacional da organização, levando as mesmas a adotarem mecanismos para neutralizar a informação. Nesse sentido, o objetivo principal do estudo foi de investigar a neutralização do *disclosure* de escândalos socioambientais e sua relação com a reputação corporativa. É esperado que a pesquisa contribua com a literatura sobre divulgação voluntária e reputação corporativa, à medida que insere a literatura sobre técnicas de neutralização na relação entre essas duas linhas teóricas. Para a prática é esperado contribuir com os usuários externos em geral, com elaboradores e revisores de relatórios corporativos voluntários para construção de uma visão mais crítica a respeito de fatores que podem vir a desqualificar os *disclosures* socioambientais, como as técnicas de neutralização, e ainda apresentando agrupamentos empresariais de neutralização. Para isso, foi realizado um estudo exploratório e quali-quantitativo, uma vez que foi adotada a análise de conteúdo para interpretação da neutralização sobre a divulgação socioambiental, e também testes estatísticos como o teste de correlação de Spearman, o teste de Mann-Whitney-Wilcoxon, além de análise de Cluster para verificar a relação entre o *disclosure* neutralizado e a reputação corporativa. Como resultados, foi observado o uso das técnicas de neutralização entre os relatórios corporativos, além de perfis distintos de neutralização entre o cenário social e ambiental. Entre os achados estatísticos se verificou uma correlação positiva e moderada entre o *disclosure* neutralizado e a reputação no ano do escândalo e no ano posterior, assim como um aumento do uso das técnicas após o caso socioambiental negativo. As considerações finais da pesquisa apontam para um uso menos eficaz da neutralização em cenário ambiental, e demonstra como as técnicas de neutralização podem não estar presentes entre os mecanismos de gerenciamento do risco reputacional em períodos sem escândalo socioambiental.

Palavras-chave: *Disclosure* Socioambiental; Reputação Corporativa; Técnicas de Neutralização; Escândalos Socioambientais.

ABSTRACT

Voluntary socio-environmental disclosure can be an important factor for more favorable business outcomes, however, when disclosure carries negative information, such as those related to a socio-environmental scandal, they can have a higher tied cost and even impact the organization's reputational image, leading them to adopt mechanisms to neutralize the information. In this sense, the main objective of the study was to investigate the neutralization of disclosure of social and environmental scandals and their relationship with corporate reputation. Furthermore, it is expected that it will contribute to the literature on voluntary dissemination and reputation, as it inserts the literature on neutralization techniques in the relationship between these two theoretical lines, for practice it is expected to contribute to external users in general, with draftsmen and reviewers of voluntary corporate reports to build a more critical view regarding factors that may have disqualified disclosures such as neutralization techniques, and also by presenting neutralization business groupings. For this, an exploratory and quali-quantitative study was carried out, since content analysis was adopted to interpret neutralization on socio-environmental disclosure, as well as statistical tests such as spearman's correlation test, mann-whitney-wilcoxon test, and cluster analysis to verify the relationship between disclosure neutralized and corporate reputation. As results, it was observed the use of neutralization techniques among corporate reports, in addition to distinct neutralization profiles between the social and environmental scenario, also, among the statistical findings there was a positive and moderate correlation between neutralized disclosure and reputation in the year of the scandal and in the following year, as well as an increase in the use of techniques after the negative socio-environmental case. The final considerations of the research point to a less effective use of neutralization in the environmental scenario, and demonstrate how neutralization techniques may not be present among the reputational risk management mechanisms in periods without socio-environmental scandal.

Keywords: Socio-environmental Disclosure; Corporate Reputation; Neutralization Techniques; Social and Environmental Scandals.

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|----|
| Tabela 1 - Estatística descritiva dos níveis de neutralização | 50 |
| Tabela 2 - Estatística descritiva dos <i>scores</i> de reputação..... | 51 |
| Tabela 3 - Matriz de correlação do nível de neutralização e <i>score</i> de reputação | 53 |
| Tabela 4 - Teste de média do nível de neutralização e <i>score</i> de reputação | 54 |
| Tabela 5 - Teste de média do nível de neutralização e <i>score</i> de reputação (Cenário Social) | 55 |
| Tabela 6 - Teste de média do nível de neutralização e <i>score</i> de reputação (Cenário Ambiental)..... | 56 |
| Tabela 7 - Teste pareado do aumento da neutralização pós escândalo | 57 |
| Tabela 8 – Teste F da variância de neutralização entre cenários | 59 |
| Tabela 9 - Frequências de neutralização por grupo | 61 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|-----------|
| Quadro 1 - Técnicas de neutralização | 21 |
| Quadro 2 - Técnicas de neutralização para o cenário corporativo | 22 |
| Quadro 3 - Estudos anteriores..... | 23 |
| Quadro 4 - Escândalos socioambientais | 26 |
| Quadro 5 - Composição da população..... | 28 |
| Quadro 6 - Composição dos relatórios coletados..... | 30 |
| Quadro 7 - Palavras-chaves por caso observado | 31 |
| Quadro 8 - Modelo de análise de conteúdo | 31 |
| Quadro 9 - Matriz de amarração | 37 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 - Desenho da pesquisa | 27 |
| Figura 2 - Frequências de neutralização do <i>disclosure</i> socioambiental..... | 50 |
| Figura 3 - Frequências de <i>scores</i> de reputação corporativa | 52 |
| Figura 4 - Níveis de neutralização do <i>disclosure</i> socioambiental | 54 |
| Figura 5 - Níveis de neutralização entre escândalos sociais | 56 |
| Figura 6 - Níveis de neutralização entre escândalos ambientais..... | 57 |
| Figura 7 - Proporção de neutralização entre o cenário social e ambiental | 58 |
| Figura 8 - Grupos de neutralização do <i>disclosure</i> socioambiental..... | 60 |

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 12 |
| 1.1 Contextualização e problematização | 12 |
| 1.2 Problema de pesquisa | 13 |
| 1.3 Objetivos..... | 13 |
| 1.4 Contribuições | 14 |
| 1.5 Delimitações do estudo | 14 |
| 1.6 Estrutura do estudo | 15 |
| 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA..... | 17 |
| 2.1 Teoria da divulgação e <i>disclosure</i> socioambiental | 17 |
| 2.2 Reputação corporativa | 18 |
| 2.3 Técnicas de neutralização | 21 |
| 2.3.1 Estudos anteriores na área de negócios | 23 |
| 2.4 Casos de escândalo socioambiental..... | 24 |
| 3 METODOLOGIA..... | 27 |
| 3.1 Desenho da pesquisa | 27 |
| 3.2 Apresentação da população | 28 |
| 3.3 Coleta dos dados | 29 |
| 3.4 Técnicas de análise e hipóteses estatísticas de pesquisa | 34 |
| 3.5 Matriz de amarração..... | 37 |
| 4 RESULTADOS | 39 |
| 4.1 As técnicas de neutralização e o <i>disclosure</i> voluntário socioambiental | 39 |
| 4.1.1 Cenário Social | 39 |
| 4.1.2 Cenário Ambiental..... | 44 |
| 4.2 A relação do <i>disclosure</i> neutralizado e a reputação corporativa | 49 |
| 4.2.1 Sumarização dos dados..... | 49 |
| 4.2.2 Análise quantitativa dos dados | 53 |

| | |
|-------------------------------------|-----------|
| 4.2.3 Grupos de neutralização | 59 |
| 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 63 |
| REFERÊNCIAS | 67 |

1 INTRODUÇÃO

A seção de introdução apresenta a contextualização e problematização da pesquisa sobre a reputação corporativa e sua interação com a divulgação voluntária de informações socioambientais (*disclosure* voluntário). Ainda, é levantada a discussão inicial sobre as técnicas de neutralização como uma nova lente teórica entre os estudos em contabilidade. Também, são expostos o problema de pesquisa, o objetivo principal e específicos, suas contribuições práticas e teóricas, assim como as delimitações e estrutura da dissertação.

1.1 Contextualização e problematização

O interesse por temas de cunho social e ambiental é assíduo nas últimas décadas. A exemplo, o número de fundos de investimento sustentáveis norte-americanos que em 1997 marcavam um quantitativo de 114, com uma movimentação de aproximadamente 96 bilhões de dólares no ano, experimentaram um crescimento vertiginoso que chegou ao total de 1.140 fundos no ano de 2018, com um total de 11.632 bilhões de dólares em ativos líquidos (ECCLES; LEE; STROEHLE, 2020). Ainda, o aumento do *disclosure* socioambiental é constatado pelo quantitativo de empresas que divulgam relatórios voluntários socioambientais, abrangendo em escala global mais de quinze mil organizações em 2021 (GRI, 2021).

Isso se deve a uma crescente demanda por parte de investidores, e demais *stakeholders*, em entender não somente as interações empresariais com o meio econômico, como também com o social e ambiental. No entanto, os estudos recentes na área, em sua maioria, voltaram-se a investigar a relação entre o *disclosure* socioambiental voluntário e o desempenho econômico-financeiro corporativo, e essa linha de estudos pode ser observada tanto em cenário nacional como internacional (ALSAIFI; ELNAHASS; SALAMA, 2020; CAHAN *et al.*, 2016; COSTA *et al.*, 2018; DEGENHART; MAZZUCO; KLANN, 2017; LUO *et al.*, 2019).

Alguns trabalhos, por sua vez, pautam-se em entender as motivações e estratégias empresariais por trás da divulgação voluntária. O processo de legitimidade empresarial (TALBOT; BARBAT, 2020), assim como a reputação corporativa e o gerenciamento de risco reputacional aparecem como motivadores (ARDIANA, 2019; HAWN, 2020).

A reputação corporativa pode ser conceituada como o senso positivo, por parte dos *stakeholders*, das atitudes passadas e futuras de uma empresa (CORNEJO; PUENTE; GARCÍA, 2019; SIRLY; LVINA, 2019). Ainda, a reputação pode estar associada a diversos fatores vantajosos para as organizações, como: o aumento do faturamento; fidelização de

clientes e profissionais; e o bom relacionamento com fornecedores (SZWAJCA, 2018). Contudo, estudos também apontam as dificuldades de organizações em recuperar sua reputação após um evento negativo, sendo esse um processo mais trabalhoso do que a própria construção ou manutenção da imagem reputacional (SZWAJCA, 2018).

Nesse sentido, há pesquisas que buscam observar o *disclosure* socioambiental como forma de resposta ou justificativa para situações negativas que possam danificar a reputação organizacional, como: a autorregulação de setores sensíveis (FOOKS *et al.*, 2013); os impactos sobre a biodiversidade (CHASSÉ; BOIRAL, 2017); e acusações de crimes aos direitos humanos (MAHER; NEUMANN; SLOT LYKKE, 2021).

Dessa forma, é evidenciada uma nova lente teórica entre os estudos internacionais da área de negócios, a partir da absorção das técnicas de neutralização, que são conceituadas como dispositivos cognitivos que buscam racionalizar informações negativas, como situações contrárias as normas sociais ou legais (FOOKS *et al.*, 2013). Com isso, uma lacuna identificada na literatura é a observação do *disclosure* voluntário de escândalos socioambientais a partir dessa nova lente, e o papel da divulgação neutralizada na reputação corporativa das empresas.

1.2 Problema de pesquisa

A partir da contextualização e problematização levantada, assim como da lacuna de pesquisa exposta, o presente trabalho tem como questão norteadora: qual o papel da neutralização sobre o *disclosure* voluntário de escândalos socioambientais e sua relação com a reputação corporativa?

1.3 Objetivos

Visando o alinhamento com o problema de pesquisa, foram elaborados um objetivo central além de três objetivos específicos para o estudo. Dessa maneira, o objetivo principal da dissertação é investigar a neutralização do *disclosure* de escândalos socioambientais e sua relação com a reputação corporativa.

Ainda, como objetivos específicos: (i) verificar a neutralização de *disclosures* sobre a reputação de empresas envolvidas em escândalos de corrupção da operação Lava-Jato; (ii) verificar a neutralização de *disclosures* sobre a reputação de empresas envolvidas em acidentes ambientais, como o incêndio no Porto de Santos, e os deslizamentos da barragem de Mariana e

Brumadinho; (iii) e identificar agrupamentos empresariais com base nas técnicas de neutralização do *disclosure* voluntário de informações sociais e ambientais.

1.4 Contribuições

Como contribuições teóricas, foi apresentada uma lente interdisciplinar, dentro da literatura sobre negócios, para investigar o uso de mecanismos de racionalização de informações negativas em divulgações socioambientais e seu papel sobre a reputação empresarial. Assim, busca-se avançar a literatura além do *mainstream*, no tocante aos temas *disclosure* socioambiental, não apenas se pautando na relação entre divulgação e desempenho econômico (ALSAIFI; ELNAHASS; SALAMA, 2020; CAHAN *et al.*, 2016; COSTA *et al.*, 2018; DEGENHART; MAZZUCO; KLANN, 2017; LUO *et al.*, 2019) mas também com as estratégias por trás do *disclosure*. E a reputação corporativa, não observando apenas os benefícios atrelados a mesma (SZWAJCA, 2018) mas também os mecanismos utilizados no gerenciamento reputacional, e ainda auxiliar na introdução da discussão sobre técnicas de neutralização nos estudos em contabilidade.

Além disso, as contribuições práticas buscam dar assistência aos investidores, e demais *stakeholders*, no desenvolvimento de uma visão mais crítica a respeito do *disclosure* socioambiental e o gerenciamento reputacional das empresas. Espera-se ainda, alertar as organizações e elaboradores responsáveis por relatórios de cunho socioambiental sobre fatores que possivelmente possam desqualificar as informações contidas nestes documentos, como mecanismos neutralizadores. Outra contribuição é a apresentação de agrupamentos empresariais das técnicas de neutralização, contidas em informações corporativas voluntárias.

1.5 Delimitações do estudo

Em relação as delimitações da dissertação, quanto ao escopo teórico é abordada a literatura sobre *disclosure* voluntário de informações socioambientais negativas, como aquelas relacionadas a escândalos sociais e ambientais. Essa literatura é fundamentada na teoria da divulgação (VERRECCHIA, 1983), onde a informação negativa carrega um custo atrelado para a organização maior que a positiva, fazendo com que as empresas busquem mecanismos para gerenciar esse custo.

O estudo também aborda a reputação corporativa como um possível fator impactado pela divulgação socioambiental negativa, os trabalhos anteriores sobre o tema destacam a

recuperação reputacional como um processo complexo para as empresas (SZWAJCA, 2018). E assim, uma nova linha literária para os estudos em contabilidade surge como possível mecanismo de gerenciamento reputacional, as técnicas de neutralização buscam racionalizar situações negativas (FOOKS *et al.*, 2013), como aquelas informações contidas no *disclosure* de escândalos socioambientais.

Nas delimitações metodológicas, serão abordados os principais casos de escândalos socioambientais nacionais da última década, sendo esses: a Operação Lava-jato (de 2014 a 2021); o incêndio do Porto de Santos (em 2015); o rompimento de barragem de Mariana (em 2015); e ainda o rompimento de barragem de Brumadinho (em 2019). A escolha dos casos se justifica, por se tratar de escândalos corporativos de repercussão nacional e internacional, bem como envolver problemas relacionados a aspectos econômicos, sociais e ambientais. Além disso, as empresas envolvidas possuem capital aberto, o que demanda interação constante com seus *stakeholders* por meio de canais oficiais, como os Relatórios Anuais Socioambientais.

1.6 Estrutura do estudo

Em relação a estrutura do trabalho, o mesmo será dividido em cinco seções textuais, ainda é composto por referências. Na primeira seção, a atual, encontra-se a introdução do estudo, sendo responsável por apresentar a contextualização do tema abordado e sua problematização quanto aos estudos anteriores recentes, ainda é apresentada a problemática de pesquisa, o objetivo principal e os secundários, as contribuições para a literatura e para a prática, delimitações quanto ao escopo teórico como também quanto à metodologia, e ainda a estrutura da dissertação.

Em seguida, é exposto o capítulo teórico, a seção de fundamentação teórica apresenta conceituações e discussões a respeito dos temas centrais da pesquisa, como: o *disclosure* voluntário de informações socioambientais e sua base na teoria da divulgação; a literatura sobre a reputação corporativa; os estudos basilares sobre técnicas de neutralização e os artigos aplicados na área de negócios; e ainda a definição teórica dos casos de escândalos socioambientais observados.

A terceira seção é composta pelos aspectos metodológicos do estudo, como os métodos de investigação adotados, a caracterização da população observada, os procedimentos de coleta e construção dos dados, e definições quanto a análise dos dados e hipóteses estatísticas levantadas. Ainda, no capítulo de resultados são expostos os achados da pesquisa e suas

interpretações. Como última seção, as considerações finais do trabalho destacam as implicações, limitações do estudo e sugestões para pesquisas futuras.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica do trabalho aprofunda a discussão a respeito do *disclosure* voluntário de cunho social e ambiental, além de apresentar seu embasamento na teoria da divulgação. Além disso, são expostas as conceituações sobre reputação corporativa, sua relação com o *disclosure* informacional, e ainda, a literatura sobre técnicas de neutralização. Por seguinte, são apresentados os casos de escândalos socioambientais adotados no estudo e suas bases na literatura anterior.

2.1 Teoria da divulgação e *disclosure* socioambiental

A investigação da divulgação de informações socioambientais voluntárias não é recente na área contábil, ainda durante a década de 90 estudos como o de Gray, Kouhy e Lavers (1995) já identificavam uma tendência no aumento do volume de *disclosures* socioambientais não compulsórios entre os relatórios financeiros. Com o tempo as informações de caráter social e ambiental passaram a ganhar maior destaque em relatórios corporativos, como observado em Relatórios Integrados, onde a interação entre informações financeiras e não financeiras pode auxiliar seus usuários com uma redução da assimetria informacional (GARCÍA-SÁNCHEZ; NOGUERA-GÁMEZ, 2017).

Ainda, estudos anteriores identificaram o potencial da divulgação socioambiental voluntária para as organizações, seja refletido no resultado operacional, no mercado acionário ou na geração de reputação (DEGENHART; MAZZUCO; KLANN, 2017; LUO *et al.*, 2019). Porém, com ressalvas, para essa relação positiva, quando o *disclosure* está pautado em temas socioambientais negativos, como a emissão de gases poluentes (ALSAIFI; ELNAHASS; SALAMA, 2020).

Desse modo, o *disclosure* voluntário se diferencia do obrigatório por sua essência não compulsória, e pode ser conceituado como o conjunto de informações divulgadas de modo a buscar favorecer a operação da empresa (COSTA *et al.*, 2018). No entanto, a evidenciação informacional exige custos para organização, sendo por conta da elaboração ou por potenciais efeitos negativos consequentes de sua divulgação, pensando nisso, o *disclosure* voluntário necessita de equilíbrio com os possíveis custos associados (CAHAN *et al.*, 2016).

A teoria da divulgação explica que um *disclosure* corporativo precisa de certo nível de simetria informacional, para que seja capaz de gerar valor ao seu usuário de destino (VERRECCHIA, 1983). Contudo, essa mesma teoria alerta para um aumento no “custo de

propriedade” associado à divulgação voluntária de informações negativas, quando comparado com informações positivas (VERRECCHIA, 1983).

A exemplo do que é observado na teoria da divulgação, estudos destacam como empresas internacionais que possuem um desempenho socioambiental negativo investem mais em *disclosures* voluntários, e assim possuem um maior custo associado a divulgação (ARAGÓN-CORREA; MARCUS; HURTADO-TORRES, 2016). Com isso, observa-se como as organizações começam a intensificar os esforços para qualificar suas informações sociais de ambientais, com o intuito de gerar maior credibilidade com seus *stakeholders* de modo a gerenciar sua imagem reputacional (BENLEMLIH *et al.*, 2018; ODRIOZOLA; BARAIBAR-DIEZ, 2017).

A partir disso, a literatura sobre o *disclosure* voluntário buscou entender a visão dos investidores e acionistas a respeito de informações negativas, e de que forma as empresas poderiam gerenciar o “custo de propriedade” associado, por exemplo: como a interação de CEOs em mídias sociais pode amenizar *disclosures* negativos (ELLIOTT; GRANT; HODGE, 2018); a divulgação de informações moderadamente negativas relacionadas a sustentabilidade podem gerar um efeito positivo no mercado (JAHN; BRÜHL, 2019); e como informações socioambientais transparentes e simétricas podem diminuir os riscos de investimento (TZOUVANAS *et al.*, 2020).

Alguns estudos também destacam como práticas socioambientais mais atuais, a exemplo dos princípios ESG, podem auxiliar na redução dos efeitos de informações negativas e ainda amplificar informações positivas (FATEMI; GLAUM; KAISER, 2018). Ainda, outras pesquisas investigam a atenuação dos malefícios associados ao *disclosure* negativo a partir do gerenciamento de impressão, e as técnicas de neutralização como ferramentas desse gerenciamento (TALBOT; BOIRAL, 2018). Desse modo, faz-se necessário a observação das possíveis decorrências que as informações socioambientais negativas podem ter sobre a reputação corporativa, e ainda os mecanismos utilizados para o gerenciamento dessa associação.

2.2 Reputação corporativa

A influência da divulgação voluntária sobre a reputação corporativa já é objeto de estudo na área contábil, sobretudo a criação de uma boa imagem corporativa a partir da qualificação do *disclosure* voluntário (SARKAR; BHATTACHARJEE, 2017). Nesse sentido, mudanças no comportamento corporativo são observadas, uma vez que as empresas passam a se preocupar

mais com sua imagem reputacional, assim visando benefícios de longo prazo em detrimento a resultados mais imediatos (ALLOZA-LOSANA; CARRERAS-ROMERO, 2021).

A reputação corporativa funciona como uma espécie de ativo intangível para as organizações, ela pode ser desenvolvida a partir de interações favoráveis com o meio social, ambiental, econômico e político. Assim, a boa imagem reputacional está associada a diversos fatores positivos, como os relacionados ao desempenho financeiro, mas também pode auxiliar na manutenção do valor econômico das empresas em situações críticas, prevenindo possíveis perdas por casos negativos (GODFREY, 2005; PATTEN, 2008).

Porém, apesar dos benefícios identificados na reputação corporativa, estudos como o de Muller e Kräussl (2011) destacam a complexidade em contornar históricos de más ações no processo de construção ou reparação reputacional, ainda, aponta como empresas com imagem de irresponsabilidade social tendem a ser mais ativas em suas interações com o meio socioambiental em períodos de crise. Desse modo, destaca-se a capacidade do ativo reputacional no gerenciamento de riscos, funcionando não somente como um seguro para o valor econômico, como também na recuperação econômica de empresas afetadas por eventos danosos (XIA; TENG; GU, 2019).

Além disso, assim como os benefícios atrelados a reputação, a literatura também investigou fatores que podem estar associados a sua criação/manutenção em uma organização, como suas lideranças, com a imagem do CEO (COTTAN-NIR, 2019). Ainda, o comportamento socioambiental positivo das empresas pode ser um indicativo para qualificação da imagem reputacional (KUMAR, 2018). No entanto, como destacado no trabalho de Ajayi, Mmutle e Chaka (2021), apenas a melhoria de processos (como a prestação de um serviço) não é suficiente para criação de reputação, uma vez que para isso é necessário que os *stakeholders* obtenham uma percepção positiva quanto a mudança.

Em relação a mensuração da reputação corporativa, os estudos anteriores apresentam diversas fontes, porém sem consenso sobre um indicador “ideal”. Alguns artigos apresentam rankings divulgados por revistas especializadas, como *Fortune Magazine* que avalia as maiores empresas norte-americanas (por receita), por meio de entrevista de gestores e analistas de mercado (ECKERT, 2017), ou ainda o ranking Maiores e Melhores da Revista Exame que classifica as melhores empresas brasileiras a partir de critérios financeiros e não financeiros (como os princípios ESG) (LOPES *et al.*, 2017; PINTO; FREIRE, 2020).

Outras formas de quantificar a imagem reputacional são a partir de rankings divulgados por institutos, como o Ranking MERCO que classifica as 100 melhores empresas de capital aberto quanto a reputação corporativa, por meio de entrevistas com gestores, analistas de

mercados, agentes da sociedade (como ONGs) (PINTO; FREIRE, 2020). Ainda, em cenário internacional há o ranking do *Global RepTrak* elaborado pelo *Reputation Institute*, que faz a classificação das 100 empresas com melhor reputação internacionalmente (CARDOSO *et al.*, 2013). Em cenário nacional, outros dois indicadores elencados pela literatura são o Troféu Transparência (GÓIS; SOARES, 2019) e o Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 (ISE B3) (PINTO; FREIRE, 2020).

Visto isso, a mensuração da reputação empresarial, ou do risco reputacional, é algo trabalhoso apesar de importante para as organizações (ECKERT, 2017). Nesse sentido, os estudos anteriores se pautam em investigar formas de qualificar e administrar a imagem corporativa, seja por práticas de responsabilidade social que estão associadas positivamente ao aumento da reputação (SIRLY; LVINA, 2019). Ou ainda pelo gerenciamento de *stakeholders*, por meio de divulgações socioambientais, com o objetivo de evitar possíveis sanções sociais, aumentar a participação de mercado, e controle de possíveis ameaças atreladas a reputação (ARDIANA, 2019).

A literatura aponta uma relação entre o tamanho da empresa e a preocupação com o risco reputacional, além disso são levantadas questões sobre a subjetividade inerente a reputação de uma organização, uma vez que a mesma é construída a partir da percepção de seus *stakeholders*, podendo o quantitativo de usuários da informação variar conforme o tamanho e setor empresarial (SZWAJCA, 2018). Nesse sentido, estudos recentes verificaram a utilização de sistemas de gerenciamento de risco, usuais para outros tipos de riscos operacionais, e a influência do comitê de auditoria independente no processo de preservação reputacional. Os achados se direcionam para uma associação positiva entre os dois fatores e a reputação corporativa, o que corrobora com a ideia de estratégias morais e justas relacionadas ao gerenciamento da imagem empresarial (CORNEJO; PUENTE; GARCÍA, 2019).

Ainda, em relação às informações negativas, como aquelas relacionadas a uma crise (a exemplo de um escândalo socioambiental), achados de estudos anteriores demonstram como a reputação corporativa é menos afetada ou melhor gerenciada quando a organização se pronuncia ou busca justificar suas ações, em contrapartida, a ausência de resposta pode criar uma percepção negativa por parte dos usuários da informação em relação a empresa (NAZIONE; PERRAULT, 2019). Além disso, as respostas empresariais podem ser melhores aceitas quando não buscam negar de forma hostil a responsabilidade, e sim por meio de explicações e desculpas racionais e com base em planos de solução (KOCH *et al.*, 2019). Desse modo, é necessário observar possíveis mecanismos que podem estar associados às estratégias de gerenciamento reputacional, como as técnicas de neutralização.

2.3 Técnicas de neutralização

A literatura sobre técnicas de neutralização é derivada da teoria da delinquência de Sykes e Matza (1957), em seguida ampliada por Minor (1981), que originalmente estudavam como jovens delinquentes justificavam suas ações desviantes da conduta moral e legal. As técnicas levantadas pelos dois trabalhos podem ser apreciadas no Quadro 1. No Brasil, o tema se aproximou das ciências sociais aplicadas, a partir de pesquisas sobre ética profissional (ALBERNAZ, 2010) e comportamento de consumidores (SAUERBRONN *et al.*, 2011).

Quadro 1 - Técnicas de neutralização

| Técnica | Interpretação |
|-----------------------------------|---|
| “A negação de responsabilidade” | O ator social indica que seu comportamento delincente é resultante de fatores dos quais ele não tem controle; |
| “A negação da lesão” | O ator social alega que suas atitudes desviantes não são prejudiciais ou contesta o nível de dano causado; |
| “A negação da vítima” | O ator social indica que as vítimas “merecem”, ou que estão fisicamente ausentes ou são desconhecidas; |
| “A condenação dos condenados” | O ator social altera o foco de suas atitudes delinquentes contestando a moralidade ou motivações dos atores que desaprovam seu comportamento; |
| “O apelo à lealdade mais elevada” | O ator social afirma que o comportamento era necessário para se conformar às normas de outros grupos que têm prioridade sobre as regras da sociedade; |
| “Defesa da necessidade” | O ator social não deve se sentir culpado em seu desvio por entender que o mesmo foi necessário. |

Fonte: Adaptado a partir de Sykes e Matza (1957) e Minor (1981).

Entre os estudos internacionais, a temática também trabalhou com a perspectiva do comportamento do cliente, como o trabalho de Fukukawa, Zaharie e Romonçi-Maniu (2019) que destaca a divergência entre as atitudes que os atores sociais defendem, e as ações que eles de fato praticam são explicadas por uma racionalização da tomada de decisão, utilizando meios convenientes de neutralização. Contudo, estudos também investigam como amenizar o comportamento desviante de consumidores, a partir de táticas de dissuasão que evitem a neutralização de comportamentos imorais ou ilegais, assim mitigando possíveis impactos negativos para empresas, funcionários e outros consumidores (DOOTSON *et al.*, 2018).

No cenário de ética profissional, como o de segurança da informação, não foram identificadas relações positivas entre o uso de táticas de dissuasão e o comportamento desviante

de funcionários, enquanto as técnicas de neutralização apareceram como fator determinante para violações de políticas de segurança da informação (VANCE; SIPONEN; STRAUB, 2020). No entanto, quando relacionado a temas de maior seriedade que possuem maior apelo coletivo, como mudanças climáticas ou consumo sustentável, estudos identificam uma redução no nível de contra argumentação (menor uso de neutralização) por parte dos consumidores (LASAROV *et al.*, 2019).

Já entre os estudos organizacionais, as técnicas foram aprimoradas para investigar as empresas como atores principais da ação delincente, não mais entendendo a neutralização como possíveis dispositivos cognitivos, mas tal qual estratégias corporativas (FOOKS *et al.*, 2013; MEYER; HÖLLERER, 2016; POLDING, 2017), e assim novas técnicas de neutralização surgiram, para o contexto empresarial, a partir do estudo de Fooks *et al.* (2013), podendo ser observado no Quadro 2.

Quadro 2 - Técnicas de neutralização para o cenário corporativo

| Técnica | Interpretação |
|------------------------------------|--|
| “Deturpação/negação da evidência” | O ator corporativo refuta as evidências que justifiquem a intervenção regulatória; |
| “A defesa da legalidade” | Para desculpar seus danos ao bem-estar público, o ator corporativo tenta provar a legitimidade de suas ações/produtos; |
| “Pelo bem da causa/pelo bem maior” | O ator corporativo afirma que suas ações são por um “bem maior”, que produzem consequências a longo prazo que justificam suas ações; |
| “Expressão do direito” | Os atores corporativos justificam seu comportamento a partir dos direitos universais que permeiam a liberdade comercial; |
| “Proteção dos fracos” | O ator corporativo justifica seu comportamento como para defesa de grupos menos poderosos; |
| “Afirmção de racionalidade” | Ao ser questionado por suas ações, o ator corporativo questiona a moralidade de seu acusador; |
| “O mundo seguiu em frente” | O ator corporativo alega que a condenação de seu comportamento é motivada por mudanças no comportamento do público. |

Fonte: Adaptado a partir de Fooks *et. al.* (2013).

Dessa forma, destaca-se a relevância de se estudar o papel dessas técnicas de neutralização sobre o *disclosure* socioambiental negativo, como o relacionado aos escândalos sociais e ambientais, e o papel da informação neutralizada na reputação empresarial.

2.3.1 Estudos anteriores na área de negócios

A adoção das técnicas de neutralização ainda é limitada entre os estudos da área de negócios. Os trabalhos nacionais sobre o tema são escassos, contudo, alguns artigos internacionais foram levantados pelo trabalho. A evidenciação desses estudos auxilia o embasamento do presente trabalho quanto ao papel da neutralização de informações corporativas, além de demonstrar o estado atual da literatura e reafirmar a lacuna de pesquisa identificada. Os estudos anteriores são expostos no Quadro 3.

Quadro 3 - Estudos anteriores

(continua)

| Autor | Apanhado |
|------------------------------|---|
| (FOOKS <i>et al.</i> , 2013) | Em um estudo de caso aplicado em uma empresa britânica do setor de tabaco, foi investigada a utilização das técnicas de neutralização em nível empresarial, mais especificamente em seus programas de responsabilidade social corporativa (PRSC). A intenção foi observar como os PRSC influenciavam resultados políticos que fossem favoráveis aos interesses privados. Sobre os achados da pesquisa, evidencia-se a distinção entre o real engajamento corporativo e o gerenciamento de <i>stakeholders</i> , por meio das técnicas de neutralização, além de demonstrar como as organizações se desviam de questões éticas com o objetivo de autorregulação. |
| (BOIRAL, 2016) | O trabalho buscou evidenciar o uso das técnicas de neutralização no processo de legitimação de ações contra a biodiversidade. Entre os resultados da pesquisa, foram apontadas as estratégias utilizadas pelas empresas do setor de mineração, quando questionadas em relação a sua responsabilidade pelo meio-ambiente, entre essas estratégias estão: alegar um impacto positivo ou neutro sobre a biodiversidade; negação do impacto se afastando do caso e minimização da responsabilidade. |
| (MEYER; HÖLLERER, 2016) | Buscou investigar respostas estratégicas das organizações, sobre geração de valor ao acionista e responsabilidade social, em uma perspectiva “intrainstitucional”, onde demandas conflituosas surgem na mesma organização. Os autores identificaram como a neutralização é utilizada para desenvolver respostas corporativas estrategicamente ambíguas. |
| (POLDING, 2017) | Introduziu, por meio de um ensaio teórico, a utilização das técnicas de neutralização em um cenário corporativo, como forma de racionalizar atitudes empresariais antiéticas, para que assim seja levantada a discussão de como inibir tais práticas em uma organização. O autor entende que os atores sociais estão em um constante aprendizado de comportamentos convencionais, assim tal qual de comportamentos desviantes e, com isso, desenvolvem técnicas específicas de neutralização. |
| (CHASSÉ; BOIRAL, 2017) | Visaram entender a relação entre a falta de comprometimento de gestores, de pequenas e médias empresas (PMEs), com questões sociais e ambientais, e a utilização de racionalização para explicar essa falta de comprometimento. Entre os achados do estudo, destaca-se a relação positiva entre a utilização de técnicas de neutralização e as justificativas por parte dos gestores para explicar o comportamento organizacional frente temas como sustentabilidade, além de levantar questões sobre o uso de estratégias de resistência institucional (<i>institutional resistance</i>). |

(conclusão)

| Autor | Apanhado |
|------------------------------------|--|
| (TALBOT; BOIRAL, 2018) | Os autores almejam investigar os níveis de qualidade das informações climáticas de relatórios padrão GRI, e como as empresas utilizavam ferramentas para gerenciamento de impressão de impactos negativos. O estudo identificou estratégias de gerenciamento de impressão, tanto para esconder os impactos negativos, como para justificá-los, sendo destacadas as técnicas de neutralização como presentes entre as justificativas estratégicas. |
| (TALBOT; BARBAT, 2020) | Investigaram a relação entre as técnicas de neutralização e temas relacionados a Responsabilidade Social Corporativa (RSC). Os autores avaliam a credibilidade de relatórios corporativos, em aspecto de RSC, bem como as justificativas empresariais encontradas para explicar seu desempenho neste aspecto. Os achados apontam uma relação entre o uso de técnicas de neutralização e estratégias de gerenciamento de impressão. |
| (SIEBERT; MARTIN; SIMPSON, 2020) | Observaram as estratégias de retórica de funcionários do setor bancário britânico, quando acusados de conduta imoral ou ilegal, durante a crise financeira de 2007. A partir do estudo, os autores construíram uma tipologia de estratégias de legitimação, identificando o uso de técnicas de neutralização entre a argumentação estratégica. |
| (MAHER; NEUMANN; SLOT LYKKE, 2021) | O estudo se pautou em investigar as técnicas de neutralização presentes em respostas corporativas a acusações de crimes aos Direitos Humanos. A observação é realizada a partir de documentos empresariais presentes na Central de Recursos de Negócios e Direitos Humanos (<i>Business and Human Rights Resource Centre</i>). Entre os resultados da pesquisa, destaca-se a apresentação de novas “sub-técnicas”, emergentes da observação e literatura, como a “evasão” quando o acusado (empresa) se nega a participar da discussão a respeito da acusação. |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os trabalhos correlatos expostos convergem com ideias apresentadas neste estudo, como a presença das técnicas de neutralização na interação entre corporação e *stakeholder*, inclusive na abordagem de temas socioambientais. Contudo, os artigos atuais se norteiam em investigar as técnicas na perspectiva da legitimidade, onde as empresas utilizam a neutralização como forma de promover a legitimação de suas atividades, deixando vago o estudo das técnicas de neutralização como mecanismos estratégicos do gerenciamento reputacional. Assim, a lacuna da dissertação se confirma, em observar o *disclosure* de escândalos socioambientais por meio das técnicas de neutralização, e o papel da divulgação neutralizada na reputação corporativa.

2.4 Casos de escândalo socioambiental

Os escândalos socioambientais nacionais que foram observados possuem características em comum, como sua influência negativa para o meio ambiente, sociedade ou economia (e em alguns casos em mais de um ou em todos os três cenários). Além disso, os quatro casos possuem como envolvidos empresas de capital aberto, listadas na bolsa B3 (com exceção do caso de Mariana, que apesar de envolver uma empresa de capital fechado, a mesma é controlada por

uma empresa listada em bolsa), o que pode se destacar como uma justificativa para manutenção ou recuperação da reputação corporativa. Contudo, entender as singularidades de cada caso, com base em estudos anteriores, pode auxiliar a identificação de possíveis perfis de neutralização.

A Operação Lava-Jato, foi um conjunto de investigações conduzidas pela Polícia Federal (PF) do Brasil, com o intuito de combater crimes como o de corrupção e lavagem de dinheiro. Tendo sua primeira fase datada no mês de março de 2014 e seu término em janeiro de 2021, a operação investigou diversas empresas, mistas e privadas, e até sua 37ª fase um total de oito organizações de capital aberto foram citadas. O evento se comporta como um escândalo público-privado, com impactos negativos no segmento social e econômico, inclusive provocando influência no mercado acionário para as empresas envolvidas (ARAÚJO *et al.*, 2018; CASTRO; ANSARI, 2017; PADULA; ALBUQUERQUE, 2018).

O incêndio na zona portuária de Santos, região litorânea do estado de São Paulo, é classificado como o maior em cenário nacional, segundo a Companhia Ambiental do Estado de São Paulo, com uma duração de oito dias, entre os dias 2 e 10 de abril de 2015. A empresa Ultracargo, controlada do Grupo Ultra, foi denunciada pelo Ministério Público Federal (MPF) por danos ao ecossistema da região, assim como as comunidades de pescadores da cidade. Assim, o caso se categoriza por seu impacto tanto em âmbito social como ambiental (PRETEL; VASCONCELOS; OLIVEIRA, 2020).

O rompimento da barragem de Fundão, no município de Mariana em Minas Gerais, em 5 de novembro de 2015 se apresentou como um dos maiores desastres do gênero em proporção mundial. A barragem possuía como administradora a empresa Samarco Mineração, *joint venture* da empresa Vale S.A. E apesar de seus danos sociais e econômicos serem incalculáveis, as degradações à cadeia hídrica do Rio Doce e consequente repercussão ambiental negativa ganhou destaque (FREITAS *et al.*, 2019; FREITAS; SILVA; MENEZES, 2016).

Na cidade de Brumadinho, Minas Gerais, ocorreu o rompimento da barragem de rejeitos da mina Córrego do Feijão, em 25 de janeiro de 2019. A empresa responsável pela operação era a Vale S.A, e os impactos foram sentidos em todos os cenários, com destaque para o social onde o caso se categoriza como o maior acidente de trabalho em perdas de vidas humanas (FREITAS *et al.*, 2019; FREITAS; SILVA; MENEZES, 2016). Desse modo, o Quadro 4 retrata a sumarização dos escândalos estudados.

Quadro 4 - Escândalos socioambientais

| Caso | Apanhado | Autor |
|--------------------------------------|--|--|
| Operação Lava-jato | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entre os anos de 2014 e 2021; ▪ Investigação sobre crimes de lavagem de dinheiro e corrupção; ▪ Oito empresas de capital aberto envolvidas (privadas e mistas); ▪ Escândalo social e econômico. | (ARAÚJO <i>et al.</i> , 2018; CASTRO; ANSARI, 2017; PADULA; ALBUQUERQUE, 2018) |
| Incêndio no Porto de Santos | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ano de 2015; ▪ Crimes de poluição ao ecossistema e comunidades locais; ▪ Empresa Ultracargo (Grupo Ultra); ▪ Escândalo social e ambiental. | (PRETEL; VASCONCELOS; OLIVEIRA, 2020) |
| Rompimento de barragem em Mariana | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ano de 2015; ▪ Rompimento da barragem de Fundão, com danos severos ao sistema hídrico do Rio Doce; ▪ Empresa Samarco Mineração; ▪ Escândalo com ênfase ambiental. | (FREITAS <i>et al.</i> , 2019; FREITAS; SILVA; MENEZES, 2016) |
| Rompimento de barragem em Brumadinho | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ano de 2019; ▪ Rompimento de barragem na mina Córrego do Feijão, sendo o maior acidente de trabalho em perdas humanas; ▪ Empresa Vale S.A. ▪ Escândalo com ênfase social. | (FREITAS <i>et al.</i> , 2019; FREITAS; SILVA; MENEZES, 2016) |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Com isso, a partir do embasamento teórico levantado na seção de fundamentação teórica, confirma-se a problemática exposta no presente estudo, e a necessidade de se investigar a possível neutralização do *disclosure* socioambiental negativo e sua relação com a reputação corporativa, podendo assim contribuir com a literatura contábil, e também com práticas organizacionais da área.

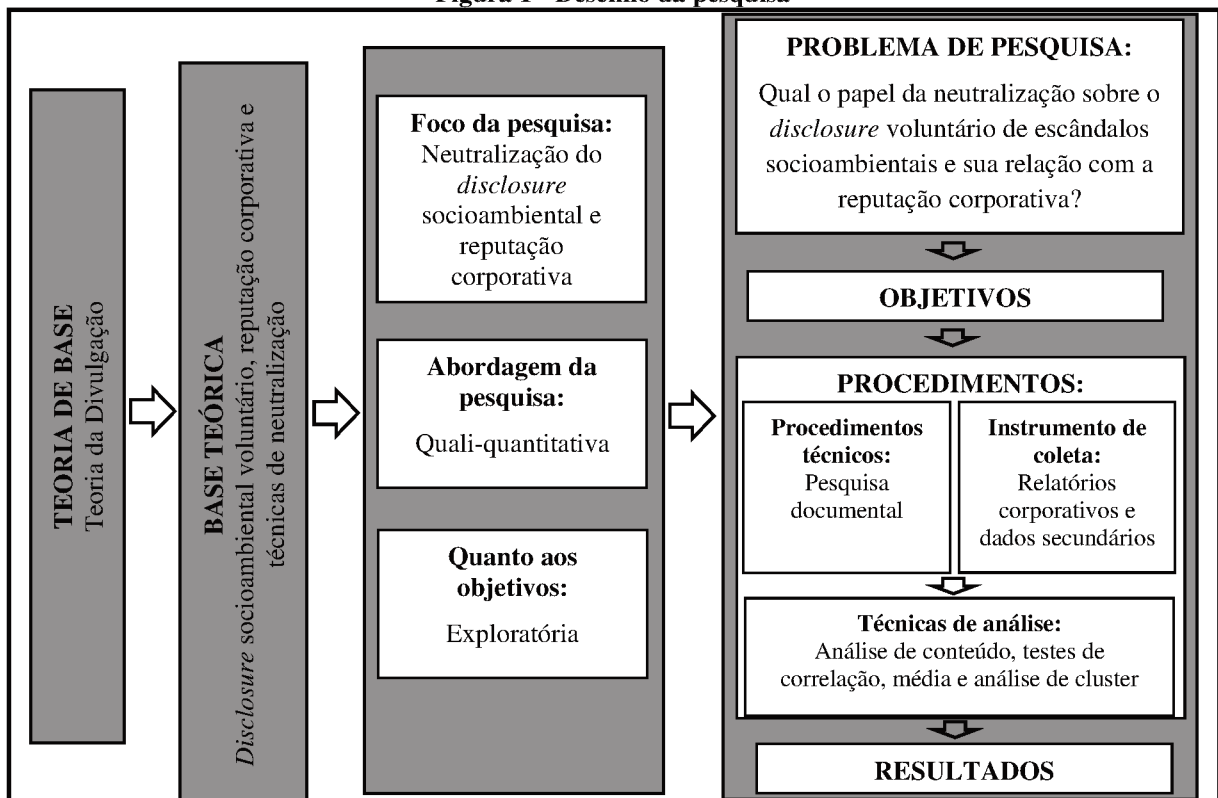
3 METODOLOGIA

Nessa seção são evidenciados os procedimentos metodológicos da dissertação. Inicialmente é exposto o desenho da pesquisa com a caracterização do estudo. Seguindo, é apresentada a população observada, e os dados coletados assim como as técnicas para obtenção desses. Também são exibidas as técnicas de análise que foram utilizadas e as hipóteses levantadas, e ainda a sua matriz de amarração do estudo.

3.1 Desenho da pesquisa

Para atender ao objetivo, de investigar a neutralização do *disclosure* de escândalos socioambientais e sua relação com a reputação corporativa, é adotada uma abordagem dedutiva, além de pesquisa exploratória, visto a escassez de literatura nacional e internacional na área contábil que observem a neutralização informacional e seu papel sobre a reputação corporativa. Ainda, o estudo abarca uma abordagem quali-quantitativa quanto ao problema de pesquisa, uma vez que tanto a análise de conteúdo interpretativa como testes empíricos são necessários. Na Figura 1 é apresentada ilustrativamente o desenho da pesquisa.

Figura 1 - Desenho da pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor.

A partir da sumarização do desenho da pesquisa, pode-se observar a relação entre os procedimentos metodológicos adotados e os objetivos e problema de pesquisa propostos, além da fundamentação teórica como base para os processos científicos.

3.2 Apresentação da população

A população observada são as corporações envolvidas nos principais escândalos socioambientais, nacionais, da última década. Sendo esses escândalos: a Operação Lava-Jato; o Incêndio no Porto de Santos; o Rompimento de Barragem de Mariana; e ainda o Rompimento da Barragem de Brumadinho (ARAÚJO *et al.*, 2018; CASTRO; ANSARI, 2017; FREITAS *et al.*, 2019; FREITAS; SILVA; MENEZES, 2016; PADULA; ALBUQUERQUE, 2018; PRETEL; VASCONCELOS; OLIVEIRA, 2020).

A escolha dos casos se justifica, por se tratar de escândalos corporativos de repercussão nacional e internacional, bem como por envolver problemas relacionados a aspectos econômicos, sociais e ambientais, que ferem os princípios do desenvolvimento sustentável. Além disso, os quatro casos possuem como participantes empresas de capital aberto (com exceção da Samarco Mineração que apesar de possuir capital fechado é uma *joint venture* da Vale S.A), o que demanda interação constante com seus *stakeholders* por meio de canais oficiais, como os Relatórios Anuais Socioambientais. Ainda, pode-se destacar essa interação e o porte das organizações, como justificativas para manutenção ou recuperação da reputação empresarial. Assim, o Quadro 5 apresenta as empresas pertencentes a população observada, e a sumarização de suas características.

Quadro 5 - Composição da população

(continua)

| Caso | Empresa | Ano do escândalo | Setor econômico | Capital aberto | Nível de governança na B3 (em 2021) | Pertence ao ISE B3 (em 2021) | Pertence ao ISE B3 (Ano do escândalo) |
|----------------------------------|-------------|------------------|------------------|----------------|-------------------------------------|------------------------------|---------------------------------------|
| Operação Lava-Jato (2014 – 2021) | Braskem | 2015 | Químico | Sim | Nível 1 | Não | Sim |
| | BTG Pactual | 2015 | Financeiro | Sim | Nível 2 | Sim | Não |
| | Eletrobras | 2015 | Energia Elétrica | Sim | Nível 1 | Sim | Sim |

(conclusão)

| Caso | Empresa | Ano do escândalo | Setor econômico | Capital aberto | Nível de governança na B3 (em 2021) | Pertence ao ISE B3 (em 2021) | Pertence ao ISE B3 (Ano do escândalo) |
|------------------------------------|-------------------|------------------|------------------|----------------|-------------------------------------|------------------------------|---------------------------------------|
| | Gol Linhas Aéreas | 2016 | Transportes | Sim | Nível 2 | Não | Não |
| | Hypera Pharma | 2016 | Saúde | Sim | Novo Mercado | Não | Não |
| | JBS | 2016 | Alimentos e bens | Sim | Novo Mercado | Não | Não |
| | Oi | 2016 | Telecomunicações | Sim | Nível 1 | Não | Não |
| | Petrobras | 2014 | Petróleo e gás | Sim | Nível 2 | Sim | Não |
| Incêndio no Porto de Santos (2015) | Ultracargo | 2015 | Petróleo e gás | Sim | Novo Mercado | Não | Não |
| Barragem de Mariana (2015) | Samarco Mineração | 2015 | Mineração | Não | - | - | - |
| Barragem de Brumadinho (2019) | Vale S.A. | 2019 | Mineração | Sim | Novo Mercado | Não | Não |

Fonte: Economatica.

As empresas que compõem a população do trabalho possuem os escândalos socioambientais em comum. No entanto, a partir de suas características é possível observar suas singularidades, estando os casos dispersos em um intervalo de tempo entre os anos de 2014 e 2019, com uma frequência maior de escândalos em 2015. Além disso, apesar das empresas em sua maioria possuírem capital aberto em bolsa (com exceção da Samarco Mineração), os setores econômicos são variados, assim como os níveis de governança corporativa. Outro ponto de destaque é o baixo número de empresas participantes do Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 (ISE B3) tanto no ano do escândalo quanto no ano de 2021.

3.3 Coleta dos dados

Os dados foram obtidos a partir de relatórios corporativos, como o Relatório Anual de Sustentabilidade, do período atual ao caso, o anterior e o posterior. Esses documentos são coletados via sítio eletrônico da B3, bem como pelo próprio sítio eletrônico oficial de cada empresa. E as escolhas por uma pesquisa documental e com uso da técnica de análise de

conteúdo (BARDIN, 2000) se justificam pela essência textual e discricionária de informações contidas nesses relatórios, além de sua ampla utilização entre os estudos organizacionais, assim como foi realizado nos trabalhos de Fooks *et al.* (2013), Boiral, (2016) e Maher *et al.* (2021). A sumarização dos relatórios coletados pode ser observada no Quadro 6.

Quadro 6 - Composição dos relatórios coletados

| Empresa | Nome do documento | | | Número de Páginas | | |
|--------------------------------|--|--|--|-------------------|------------------|--------|
| | Ano -1 | Ano do Escândalo | Ano +1 | Ano -1 | Ano do Escândalo | Ano +1 |
| Braskem | Relatório Anual 2014 | Relatório Anual 2015 | Relatório Anual 2016 | 204 | 159 | 120 |
| BTG Pactual | Relatório Anual de 2014 | Relatório da Administração | Relatório da Administração | 108 | 14 | 10 |
| Eletrobras | Relatório da Administração 2014 | Relatório da Administração 2015 | Relatório da Administração 2016 | 73 | 134 | 118 |
| Gol Linhas Aéreas | Relatório de Sustentabilidade 2015 | Relatório de Sustentabilidade 2016 | Relatório de Sustentabilidade 2017 | 68 | 56 | 70 |
| Hypera Pharma | Relatório Anual 2015 | Relatório Anual 2016 | Relatório Anual 2017 | 52 | 39 | 66 |
| JBS | Relatório Anual e de Sustentabilidade 2015 | Relatório Anual e de Sustentabilidade 2016 | Relatório Anual e de Sustentabilidade 2017 | 95 | 144 | 210 |
| Oi | Relatório Anual de Sustentabilidade 2015 | Relatório Anual de Sustentabilidade 2016 | Relatório Anual de Sustentabilidade 2017 | 144 | 78 | 98 |
| Petrobras | Relatório de Sustentabilidade 2013 | Relatório de Sustentabilidade 2014 | Relatório da Administração | 73 | 81 | 25 |
| Ultracargo | Relatório Anual 2014 | Relatório Anual 2015 | Relatório Anual 2016 | 86 | 76 | 47 |
| Samarco Mineração ¹ | Relatório Anual de Sustentabilidade 2014 | Relatório Bienal 2015-2016 | Relatório Bienal 2015-2016 | 81 | 99 | 99 |
| Vale S.A. ² | Relatório de Sustentabilidade 2018 | Relatório de Sustentabilidade 2019 | Relato Integrado 2020 | 104 | 136 | 185 |

Fonte: Elaborado pelo autor.

¹ Adicionalmente foi realizada a análise dos relatórios da empresa Vale S.A. para o mesmo período.

² Adicionalmente foi realizada a análise dos relatórios da empresa Samarco Mineração para o mesmo período.

A análise de conteúdo utilizada na pesquisa não fez uso de *software* para coleta das informações, uma vez que essas ferramentas específicas são ideais para grandes volumes de dados, o que não foi identificado no estudo por conta da abordagem a casos específicos (escândalos socioambientais nacionais). Além disso, a coleta manual dos dados pode

proporcionar para a pesquisa um maior aprofundamento em relação a interpretação das passagens de texto.

Para coleta dos *disclosures* voluntários nos documentos, foi realizada a etapa de codificação, onde com base em análises preliminares e na literatura anterior foram levantadas palavras-chaves que se relacionam com os temas de cada escândalo. As palavras-chaves utilizadas na coleta de dados podem ser observadas no Quadro 7.

Quadro 7 - Palavras-chaves por caso observado

| Caso | Palavras-chaves |
|---------------------------------------|---|
| Operação Lava-Jato (2014 – 2021) | investigação - lava-jato - polícia - ministério público - corrupção - <i>compliance</i> . |
| Incêndio no Porto de Santos (2015) | incêndio - acidente - santos - porto - gases tóxicos - comunidades locais - ministério público. |
| Barragem de Mariana (2015) | barragem - mariana - fundão - rio doce - acidente - comunidades locais - ministério público - Vale S.A. |
| Barragem de Brumadinho (2019) | Barragem - brumadinho - córrego do feijão - acidente - comunidades locais - ministério público - Samarco. |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Após a identificação da palavra-chave, foi realizado o recorte do parágrafo ou seção em que a mesma está inserida, e em seguida a transposição da passagem de texto para planilha eletrônica onde foi realizada a interpretação e categorização do *disclosure* com base nas ideias centrais de cada passagem. Na etapa seguinte, as treze técnicas de neutralização levantadas na literatura (FOOKS *et al.*, 2013; MINOR, 1981; SYKES; MATZA, 1957) são utilizadas como categorias, cada uma com sua respectiva ideia central e um código de 1 a 13, e assim os *disclosures* neutralizados identificados foram agrupados por categoria, as passagens em que não foi observada neutralização são descartadas. O modelo de análise de conteúdo elaborado pode ser observado no Quadro 8.

Quadro 8 - Modelo de análise de conteúdo

(continua)

| Código | Categoria | Ideia central | Autor |
|---------------|-------------------------------|---|----------------------|
| 1 | A negação de responsabilidade | O ator social indica que seu comportamento delinquente é resultante de fatores dos quais ele não tem controle; | Sykes e Matza (1957) |
| 2 | A negação da lesão | O ator social alega que suas atitudes desviantes não são prejudiciais ou contesta o nível de danos causado; | Sykes e Matza (1957) |
| 3 | A negação da vítima | O ator social indica que as vítimas “merecem”, ou que estão fisicamente ausentes ou são desconhecidas; | Sykes e Matza (1957) |
| 4 | A condenação dos condenados | O ator social altera o foco de suas atitudes delinquentes contestando a moralidade ou motivações dos atores que desaprovam seu comportamento; | Sykes e Matza (1957) |

(conclusão)

| Código | Categoria | Ideia central | Autor |
|--------|----------------------------------|---|----------------------------|
| 5 | O apelo a lealdade mais elevada | O ator social afirma que o comportamento era necessário para se conformar às normas de outros grupos que têm prioridade sobre as regras da sociedade; | Sykes e Matza (1957) |
| 6 | Defesa da necessidade | O ator social não deve se sentir culpado em seu desvio por entender que o mesmo foi necessário; | Minor (1981) |
| 7 | Deturpação/negação da evidência | O ator corporativo refuta as evidências que justifiquem a intervenção regulatória; | Fooks <i>et al.</i> (2013) |
| 8 | A defesa da legalidade | Para desculpar seus danos ao bem-estar público o ator corporativo tenta provar a legitimidade de suas ações/produtos; | Fooks <i>et al.</i> (2013) |
| 9 | Pelo bem da causa/pelo bem maior | O ator corporativo afirma que suas ações são por um “bem maior” que produziram consequências a longo prazo que justificam suas ações; | Fooks <i>et al.</i> (2013) |
| 10 | Expressão do direito | O ator corporativo justifica seu comportamento a partir dos direitos universais que permeiam a liberdade comercial; | Fooks <i>et al.</i> (2013) |
| 11 | Proteção dos fracos | O ator corporativo justifica seu comportamento como para defesa de grupos menos poderosos; | Fooks <i>et al.</i> (2013) |
| 12 | Afirmção de racionalidade | Ao ser questionado por suas ações, o ator corporativo questiona a moralidade de seu acusador; | Fooks <i>et al.</i> (2013) |
| 13 | O mundo seguiu em frente | O ator corporativo alega que a condenação de seu comportamento é motivada por mudanças no comportamento do público; | Fooks <i>et al.</i> (2013) |

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Bardin (2000, p. 117).

Ainda, para observar a correlação entre a neutralização de informações socioambientais e a reputação das empresas envolvidas nos escândalos investigados, foram coletados dados secundários, de fontes usualmente utilizadas por estudos da área, para estimação da reputação corporativa (GÓIS; SOARES, 2019; LOPES *et al.*, 2017; PINTO; FREIRE, 2020). A literatura sobre reputação, em especial a nacional, não apresenta consenso sobre a melhor fonte para sua mensuração (PINTO; FREIRE, 2020), com isso, como no trabalho de Lopes *et al.* (2017) foram adotadas múltiplas fontes para uma maior robustez dos achados, são essas: (i) o Ranking MERCO Brazil; (ii) o Ranking Melhores e Maiores da revista Exame; (iii) o Troféu Transparência da Anefac e Fipecafi; (iv) além do Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 (ISE B3).

O Ranking MERCO Brazil disponibilizado pelo *Corporate Reputation Business Monitor* (MERCO) é um observatório corporativo fundado no ano de 2000 com o objetivo de verificar a reputação corporativa de organizações listadas em bolsas de valores de origem latina. Atualmente possui em sua base mais de quinze países, entre eles o Brasil, além disso o ranking também conta com a validação de auditoria externa conforme padrão ISAE 3000 (padrão de garantia para informações não financeiras) (MERCO, 2021).

Os dados coletados se referem ao ranqueamento (de 1 a 100), quanto a reputação das cem principais empresas de capital aberto do Brasil (Ranking MERCO *Companies*). Essa base de dados é elaborada a partir de uma metodologia “*multistakeholders*”, onde diversos usuários da informação internos e externos são consultados, como membros do conselho administrativo e participantes da sociedade em geral. As consultas são realizadas por meio de questionários e entrevistas, que avaliam oito macro fatores relacionados a reputação corporativa, são esses: (i) resultado financeiro; (ii) qualidade dos relacionamentos comerciais; (iii) capital humano; (iv) certificações; (v) ética e responsabilidade corporativa; (vi) inovação; (vii) dimensão internacional; (viii) e gestão da reputação corporativa.

O ranking MERCO Brazil é elaborado a partir da metade do ano avaliado (entre o mês de junho e julho), e seus resultados são divulgados normalmente no mês de março do ano seguinte. Assim, o período coletado foi entre o exercício 2013 e 2020, no entanto, o exercício 2015 não está disponível ao público, por conta de mudanças administrativas no diretório da organização no Brasil que levaram a não realização da pesquisa no determinado ano. Contudo, como visto na seção teórica do estudo, a reputação empresarial é construída a partir da percepção dos *stakeholders* do histórico da entidade, assim os eventos negativos que ocorreram durante o ano de 2015 ainda podem ter reflexo no ranking do exercício 2016 (que tem sua elaboração iniciada na metade do ano) e subsequentes exercícios.

A revista Exame divulga anualmente a premiação Melhores e Maiores, que avalia e classifica as 500 melhores empresas brasileiras de capital aberto, ou que possuam dados públicos. Os critérios utilizados pelo ranking são: (i) o resultado contábil-financeiro; (ii) o crescimento em relação ao ano anterior; (iii) e critérios ESG. Ainda, a revista realiza o ranqueamento das empresas por setor econômico e por nível de faturamento (EXAME, 2021).

A edição Melhores e Maiores é divulgada a partir do segundo semestre do ano de avaliação, assim, o período coletado compreende do ano de 2015 ao ano de 2020. O uso da premiação como *proxy* para reputação se justifica, uma vez que critérios associados a reputação como o desempenho econômico-financeiro e a imagem socioambiental são avaliados, assim como sua utilização é destacada no trabalho de Pinto e Freire (2020).

O prêmio Troféu Transparência de autoria da Anefac e Fipecafi foi criado em 1997, e também é divulgado anualmente. São avaliadas as companhias de capital aberto nacionais, assim como as de capital fechado com informações contábeis disponíveis ao público. Os critérios observados pela premiação não levam em conta o desempenho econômico-financeiros das empresas, e sim sua transparência e clareza na divulgação dos relatórios financeiros

(demonstrações contábeis, relatório da administração, relatório dos auditores independentes e notas explicativas) (ANEFAC, 2021).

A transparência do *disclosure* corporativo pode ser utilizada como *proxy* para a reputação, uma vez que está relacionada a visão dos *stakeholders* em relação a entidade, além disso, o Troféu Transparência foi observado como proxy para reputação corporativa pela pesquisa de Góis e Soares (2019). O período coletado pelo presente estudo está entre os anos de 2013 e 2020.

O ISE B3 foi criado em 2005 como o 4º índice do gênero no mundo, o mesmo estabelece políticas de cunho socioambientais a serem seguidas por seus participantes. As 200 empresas mais líquidas listadas na bolsa B3, com algumas exceções como BDRs, podem ingressar voluntariamente no índice, e para isso alguns critérios devem ser observados pelos integrantes do ISE, como: (i) inclusão; (ii) saúde e segurança no trabalho; (iii) impactos negativos sobre comunidades locais; (iv) interação com *stakeholders*; (v) governança corporativa; (vi) riscos ambientais; e (vii) investimentos ambientais (B3, 2021).

O ISE B3 relaciona fatores que podem modificar a reputação corporativa, assim como a própria presença de uma empresa no índice pode ser um indicativo reputacional, desse modo o uso do indicador se justifica, assim como observado por Pinto e Freire (2020). O intervalo de 2013 ao ano de 2020, dos dados disponíveis pelo ISE B3, foi coletado pela pesquisa.

3.4 Técnicas de análise e hipóteses estatísticas de pesquisa

Na primeira etapa de investigação, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo segundo Bardin (2000), para a interpretação dos *disclosures* socioambientais destacados nos relatórios, com base nas ideias centrais de cada categoria de neutralização destacada nessa seção. A técnica não é utilizada apenas para construção dos dados, como também na análise interpretativa dos mesmos (podendo as duas etapas ocorrerem paralelamente). Para entender o papel das técnicas de neutralização em relatórios corporativos, mais especificamente em divulgações voluntárias sobre escândalos socioambientais, foi empregada a inferência por meio da análise de conteúdo desses documentos, de modo que esse procedimento permite o entendimento sobre o emissor da informação, assim como o receptor (público-alvo) da mesma (BARDIN, 2000, p. 133).

Após a observação interpretativa dos *disclosures*, foi elaborado um indicador com base na quantificação dos achados, o mesmo foi nomeado como “nível de neutralização”. Para isso, após a coleta de passagens de texto onde foi identificado uso de neutralização, as mesmas foram

segregadas entre as treze categorias apresentadas nessa seção, e em seguida são transformados em frequência absoluta (total de vezes que a categoria de neutralização surge) e frequência relativa (total de vezes que a categoria de neutralização surge/total de vezes que todas as categorias surgem x 100), sendo o objetivo da criação desse indicador auxiliar a adoção de técnicas estatísticas, sendo a frequência relativa utilizada apenas para o teste de Qui-quadrado e a absoluta para os demais.

Além disso, para quantificação da reputação corporativa, foi adotada a participação da empresa em cada fonte utilizada pelo estudo, sendo essas o Ranking MERCO, o prêmio Melhores e Maiores, o Troféu Transparência e o ISE B3. Desse modo, foi criado um *score* para cada empresa componente da população, em que para cada participação em uma das fontes de reputação foi somado 1 ponto, e para cada não participação foi somado 0 pontos (sendo o intervalo mínimo de 0 e máximo de 4 pontos). O intuito da criação dessa variável quantitativa é observar a interação entre o uso de informações neutralizadas e o engajamento (ou sua falta) das empresas com indicadores de reputação corporativa, assim evitando que fossem observadas apenas as empresas que fazem parte de todas as quatro *proxys* de reputação do estudo.

Em seguida, foi apresentada a sumarização dos achados a partir de estatística descritiva, e ainda vale ressaltar que para todos os testes estatísticos, assim como para análises dos resultados, foram considerados os níveis de confiança de 99%, 95% e 90% e respectivamente níveis nominais de significância de 1%, 5% e 10%, com o intuito de promover maior robustez aos achados. E ainda, como período de análise, foi adotado o ano do escândalo (nomeado como “Ano”), o ano anterior ao escândalo (nomeado como “Ano -1”) e o posterior ao caso (nomeado como “Ano +1”), desse modo apesar dos casos observados ocorrerem em períodos de tempo distintos, foi possível realizar a padronização do intervalo de análise.

Por se tratar de uma pesquisa exploratória, o embasamento teórico para as hipóteses do estudo é limitado aos poucos estudos correlatos a observação da neutralização e reputação corporativa. Assim, como observado por Koch *et al.* (2019) as organizações buscam mecanismos para manutenção de sua imagem quando se encontram diante de um evento crítico, sendo esses mecanismos possíveis de serem utilizados como justificativas que visam racionalizar as atitudes empresariais (BOIRAL, 2016; FOOKS *et al.*, 2013). Desse modo, para observar uma possível correlação entre o *disclosure* socioambiental neutralizado e a reputação corporativa, foi empregado o teste de correlação de Spearman, para isso é levantada a hipótese estatística H_1 . De forma adicional, foi realizado o teste de Mann-Whitney-Wilcoxon para duas amostras independentes, para verificar se há uma associação significativa entre o indicador nível de neutralização e o *score* de reputação.

H₁: *Há uma correlação positiva entre o disclosure socioambiental neutralizado e a reputação corporativa.*

Também, as técnicas de neutralização já foram identificadas na literatura tanto em cenário social, por meio da observação de justificativas a crimes aos Direitos Humanos por exemplo (MAHER; NEUMANN; SLOT LYKKE, 2021), como em cenário ambiental no uso de neutralização em relatórios climáticos (TALBOT; BOIRAL, 2018). Assim foram investigados, com uso do teste de Mann-Whitney-Wilcoxon para duas amostras independentes, os *disclosures* neutralizados em separado por origem de escândalo (entre social e ambiental), sendo elaboradas as hipóteses H₂ e H₃.

H₂: *Há uma associação significativa entre o disclosure neutralizado de empresas envolvidas em escândalos de corrupção da operação Lava-jato e a reputação corporativa.*

H₃: *Há uma associação significativa entre o disclosure neutralizado de empresas envolvidas em acidentes ambientais e a reputação corporativa.*

Além disso, o trabalho de Lasarov *et al.* (2019) identificou como a neutralização de assuntos ambientais, que possuem apelo popular, podem ser menos eficientes e assim menos usuais pelas organizações, fazendo com o que a utilização das técnicas seja maior em âmbito de escândalos sociais. Então de forma suplementar, é adotado o teste F para duas variâncias para verificar se há uma maior dispersão das técnicas em cenário social em relação ao ambiental, e ainda o teste Qui-quadrado com intuito de verificar a proporção das categorias de neutralização entre os escândalos sociais e ambientais, assim a hipótese H₄ foi destacada.

H₄: *A proporção de neutralização do disclosure de empresas envolvidas em escândalos de corrupção da operação Lava-jato é maior do que a proporção de neutralização do disclosure de empresas envolvidas em acidentes ambientais.*

Ainda, os estudos anteriores observaram como empresas que compõem setores econômicos sensíveis, como a mineração ou gás e petróleo, podem apresentar uma maior frequência de uso de neutralização em seus relatórios voluntários (FOOKS *et al.*, 2013). Contudo, em uma situação negativa, como em um escândalo socioambiental, as empresas

buscam meios para manutenção ou recuperação de sua reputação (MULLER; KRÄUSSL, 2011) e assim o nível de neutralização pode aumentar após esse evento. Desse modo é levantado a hipótese estatística H_5 para verificar o uso da neutralização do *disclosure* voluntário antes e após os escândalos sociais e ambientais, por meio do teste de Wilcoxon pareado.

H₅: O uso de neutralização entre empresas envolvidas em escândalos socioambientais é maior após o evento.

Pensando na identificação de agrupamentos de neutralização do *disclosure* socioambiental, foi utilizada a análise de Cluster para verificar os agrupamentos das empresas por suas similaridades no uso das técnicas de neutralização. E assim contribuir com a literatura sobre o tema na identificação de perfis corporativos de neutralização.

3.5 Matriz de amarração

Com intuito de apresentar a ligação entre os elementos fundamentais da dissertação, o Quadro 9 exhibe a matriz de amarração da pesquisa. Assim, são relacionados o modelo teórico, os objetivos e hipóteses de pesquisa, além das técnicas de análise adotadas.

Quadro 9 - Matriz de amarração (continua)

| Modelo teórico | Objetivos | Hipóteses | Técnicas de análise |
|--|--|--|--|
| Aumento na demanda por informações não financeiras e no número de <i>disclosures</i> socioambientais. | Investigar a neutralização do <i>disclosure</i> de escândalos socioambientais e sua associação com a reputação corporativa. | - | Análise de Conteúdo |
| ↓ | | H ₁ : Há uma correlação positiva entre o <i>disclosure</i> socioambiental neutralizado e a reputação corporativa. | Teste de correlação de Spearman e Teste de Mann-Whitney-Wilcoxon |
| As informações negativas contidas no <i>disclosure</i> possuem um custo associado maior em relação às positivas. | Verificar a neutralização de <i>disclosures</i> sobre a reputação de empresas envolvidas em escândalos de corrupção da operação Lava-Jato. | H ₂ : Há uma associação significativa entre o <i>disclosure</i> neutralizado de empresas envolvidas em escândalos de corrupção da operação Lava-jato e a reputação corporativa. | Teste de Mann-Whitney-Wilcoxon |
| ↓ | | H ₃ : Há uma associação significativa entre o <i>disclosure</i> neutralizado de empresas envolvidas | Teste Qui-quadrado, Teste F e Testes Wilcoxon Pareado |
| A reputação corporativa é um importante ativo das organizações, porém pode ser afetado por | | | |

(conclusão)

| Modelo teórico | Objetivos | Hipóteses | Técnicas de análise |
|---|--|--|--|
| <p>informações que desqualifiquem a imagem empresarial.</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>As técnicas de neutralização podem funcionar como mecanismos de neutralização do <i>disclosure</i> socioambiental negativo, como aquele contido em casos de escândalos socioambientais.</p> | <p>Verificar a neutralização de <i>disclosures</i> sobre a reputação de empresas envolvidas em acidentes ambientais.</p> | <p>em acidentes ambientais e a reputação corporativa.</p> <p>H₄: A proporção de neutralização do <i>disclosure</i> de empresas envolvidas em escândalos de corrupção da operação Lava-jato é maior do que a proporção de neutralização do <i>disclosure</i> de empresas envolvidas em acidentes ambientais.</p> <p>H₅: O uso de neutralização entre empresas envolvidas em escândalos socioambientais é maior após o evento.</p> | <p>Teste de Mann-Whitney-Wilcoxon</p> |
| | | | <p>Teste Qui-quadrado, Teste F e Testes Wilcoxon Pareado</p> |
| | <p>Identificar agrupamentos de neutralização do <i>disclosure</i> voluntário de informações sociais e ambientais.</p> | - | <p>Análise de Cluster</p> |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Por meio da matriz de amarração, é realizada a validação das técnicas de análise adotadas, com base na comparação com os objetivos e hipóteses levantadas. Além disso, destaca-se o modelo teórico como fundamentação para os processos científicos expostos nesse estudo. Com isso, a partir do embasamento teórico e metodológico destacado nessa seção, são apresentadas as evidências e discussões da pesquisa na seção de resultados.

4 RESULTADOS

Nessa seção são apresentados os achados do estudo, assim como a discussão e interpretação dos mesmos com base na literatura anterior. Para isso, o capítulo foi subdividido em dois, em uma fase inicial é contemplada as evidências a respeito da interação entre as técnicas de neutralização e o *disclosure* socioambiental, a partir da análise interpretativa realizada nos relatórios voluntários socioambientais das empresas que compõem a população da pesquisa. Ainda, são apresentados os achados quanto a relação entre a neutralização da divulgação voluntária e a reputação corporativa de empresas envolvidas em escândalos sociais ou/e ambientais, com base em testes estatísticos e estatística descritiva.

4.1 As técnicas de neutralização e o *disclosure* voluntário socioambiental

Como conceituado durante o estudo, as técnicas de neutralização funcionam como mecanismos que buscam racionalizar as atitudes de um indivíduo em situações que vão contra a moral ou/e a lei (SYKES; MATZA, 1957). Entre os estudos da área de negócios a neutralização já foi observada, sobretudo, em relatórios socioambientais voluntários por conta da essência de autopromoção presente nesses documentos (COSTA *et al.*, 2018; FOOKS *et al.*, 2013).

Na presente pesquisa, o uso das técnicas de neutralização foi observado tanto entre as informações de caráter social como ambiental. No entanto, com distinções na utilização entre cenários, uma vez que as empresas envolvidas em escândalos sociais buscavam formas de negar ou minimizar sua participação no caso, como observado também por Maher, Neumann e Slot Lykke (2021) em relação aos crimes sobre os Direitos Humanos. Já as empresas relacionadas a casos ambientais negativos, buscaram meios de justificar suas ações danosas e assim reafirmar a continuidade de suas operações, diferente do que foi observado em estudos anteriores em que empresas do setor de mineração utilizavam a neutralização por meio da negação dos danos ao meio ambiente (BOIRAL, 2016).

4.1.1 Cenário Social

As empresas observadas em âmbito social foram aquelas envolvidas na investigação policial intitulada Operação Lava-jato. A operação em questão teve seus desdobramentos entre os anos de 2014 a 2021, envolvendo diversas empresas brasileiras de capital aberto, sendo foco

da pesquisa as oito companhias citadas na investigação até sua 37ª fase (ARAÚJO *et al.*, 2018; CASTRO; ANSARI, 2017; PADULA; ALBUQUERQUE, 2018).

As organizações estudadas possuem grande diversidade quanto ao seu porte, setor econômico e nível de governança, no entanto não foram observadas tantas singularidades em relação ao uso das técnicas de neutralização. Também, como evidenciado por Fooks *et al.* (2013), a neutralização pode estar presente desde o planejamento dos programas socioambientais até a defesa de intervenções regulatórias, sendo assim foram identificados *disclosures* neutralizados nos três momentos observados (no ano do escândalo, o anterior e o posterior).

Os mecanismos que emergem da literatura sobre técnicas de neutralização podem ser segregados entre duas linhas de interpretação. Enquanto, as técnicas apresentadas por Sykes e Matza (1957) e Minor (1981) apresentam o ator delinquente buscando a negação de suas ações, ou do envolvimento na situação negativa, as técnicas introduzidas na área de negócios demonstram como as organizações tentam racionalizar suas atitudes desviantes a partir da afirmação de sua legitimidade operacional (FOOKS *et al.*, 2013). Nesse sentido, observou-se como as empresas investigadas pela Operação Lava-jato buscaram negar seu envolvimento no caso: “(...) não houve processo judicial público relacionado à corrupção movido contra a Braskem ou seus Integrantes no ano de 2015” (BRASKEM, 2015, p.25).

Na passagem de texto destacada é possível identificar como a empresa tenta se distanciar do caso negativo, por meio da negação de “vítimas” (técnica número 3), uma vez que estão ausentes as acusações contra ela no âmbito judicial até o determinado exercício (as quais foram confirmadas pela empresa no ano seguinte). A literatura anterior demonstra como os relatórios socioambientais são uma fonte de informação para os usuários externos, para avaliar o desempenho social e ambiental das empresas (CAHAN *et al.*, 2016), com isso, em alguns momentos a gestão dessas organizações pode entender que os objetivos empresariais não estão em sintonia com as demandas externas (CHASSÉ; BOIRAL, 2017) e assim as técnicas de neutralização são utilizadas para desqualificar o *disclosure* voluntário e amenizar a informação negativa contida nesse (MAHER; NEUMANN; SLOT LYKKE, 2021).

Nesse sentido, outra forma de racionalização encontrada pelas empresas é a técnica número 2, a negação da lesão. Com base no estudo de Sykes e Matza (1957), o indivíduo utiliza essa técnica com o objetivo de convencer que seu possível ato desviante não é tão grave ou ainda não foram identificados seus malefícios, como se pode verificar nas passagens abaixo.

Na data de emissão das demonstrações financeiras, a investigação encontra-se em andamento (...). O Comitê Especial e os Conselheiros Legais apresentaram indicativos que, com base nas atividades realizadas até a data, não foram identificadas evidências de que o Grupo, sua Administração ou qualquer de seus empregados se envolveram em atividades de corrupção ou fraude dentre outras violações de leis. A investigação encontra-se em andamento e tem sua conclusão estimada para abril de 2016 (BTG PACTUAL, 2015, p.11).

Em 2016, o canal de ética não registrou relatos referentes à corrupção. A companhia foi, no entanto, questionada pela Receita Federal acerca de pagamentos realizados (...). Até a data de publicação do relatório, não houve nenhum caso confirmado (GOL, 2016, p.66).

No primeiro trecho destacado, a empresa BTG Pactual antecipa resultados da operação ainda em andamento por meio de uma investigação interna, para destacar a não existência de suspeita de crimes de corrupção ou fraude. Já na passagem de texto referente a Gol, a companhia confirma a intervenção de um órgão fiscalizador, no entanto nega qualquer caso confirmado de corrupção. Alguns estudos trataram da ambiguidade de demandas em um cenário intraorganizacional, onde necessidades distintas podem causar uma neutralização informacional (MEYER; HÖLLERER, 2016). Esse movimento também pode ser observado na relação empresa e sociedade, onde as demandas por informação socioambiental dos *stakeholders* são suprimidas pelos mecanismos de neutralização adotados nos relatórios, o que pode não ser bem aceito pelos usuários externos, como observado por Nazione e Perrault (2019) em relação a reputação de empresas omissas a situações negativas.

Ainda, outra forma de neutralização observada na literatura e entre os relatórios analisados é a técnica número 1, a negação de responsabilidade, onde a organização alega que os atos desviantes a ela indicados não são de sua responsabilidade, ou seja, é a negação do envolvimento no escândalo. A literatura demonstra como eventos negativos podem ser melhores aceitos, e menos danosos para reputação empresarial, quando o *disclosure* é acompanhado de um plano de ações de reparação (KOCH *et al.*, 2019). Nas passagens abaixo são evidenciados os momentos em que as empresas negaram sua responsabilidade sobre os casos de corrupção investigados pela Lava-jato.

Desde 25 de novembro de 2015, o Grupo foi atingido por uma série de notícias relacionadas ao Sr. André Esteves, e desde então tem tomado medidas, descritas a seguir, para garantir o funcionamento em curso normal das Companhias. Embora o Grupo não faça parte de qualquer investigação ou acusação (...) (BTG PACTUAL, 2015, p.10).

A Companhia ressalta que não é alvo de nenhum procedimento investigativo e que não se beneficiou de quaisquer dos atos praticados pelo ex-executivo (HYPERAPHARMA, 2016, p.53).

Somos oficialmente reconhecidos como vítima dos crimes apurados na Lava Jato pelos investigadores e pelo juiz competente para julgar os processos relacionados ao caso (...) (PETROBRAS, 2014, p.23).

As estratégias de divulgação adotadas pelas três empresas têm em comum, além da negação da responsabilidade, o apontamento da participação de ex-funcionários do alto escalão nos atos ilícitos, e ainda apesar dos relatórios voluntários indicarem que os funcionários não fazem mais parte da instituição, possivelmente os mesmos estavam presentes durante a execução das ações desviantes. Nesse sentido, o estudo de Siebert, Martin e Simpson (2020) identificou como agentes corporativos buscam a legitimação de suas atividades a partir de uma retórica estratégica, em contraponto, outras pesquisas destacam a importância da imagem dos executivos de alto escalão, como o CEO, para uma melhor aceitação de resultados negativos e ainda para formação da reputação empresarial (COTTAN-NIR, 2019; ELLIOTT; GRANT; HODGE, 2018).

Seguindo, a técnica “o apelo a lealdade mais elevada” (número 5) teve grande destaque entre a análise, ela pode ser interpretada não como uma forma de negação e sim de justificativa de racionalidade, uma vez que o ator corporativo tenta seguir padrões de um grupo/instituição legitimado. Os exemplos dos *disclosures* em que essa técnica se destacou estão abaixo.

Signatária do Pacto Global das Nações Unidas (ONU), a Braskem engajou-se na liderança de ações anticorrupção, um dos 10 princípios listados no Pacto. Em 2015, a Companhia assumiu a coordenação do Grupo de Trabalho (GT) Anticorrupção da Rede Brasileira do Pacto Global, a quarta maior rede no âmbito da organização com mais de 700 empresas participantes (BRASKEM, 2015, p.30).

A presença na nova carteira do ISE e na do Dow Jones reflete o empenho das empresas Eletrobras e dos seus profissionais em promover continuamente o aprimoramento de suas práticas empresariais, pautadas pela ética, pela transparência e pela responsabilidade social e ambiental (ELETROBRAS, 2015, p.6).

Desde 2008, a Hypermarcas está listada no Novo Mercado da BM&FBOVESPA, segmento que concentra as empresas que adotam, voluntariamente, princípios de governança corporativa que vão além daqueles exigidos pela legislação brasileira, como regras societárias que ampliam os direitos dos acionistas e política de divulgação de informações mais transparente e abrangente (HYPERAPHARMA, 2015, p.21).

Como observado, a técnica de neutralização número 5 busca uma racionalização do indivíduo a partir de uma associação com um grupo prestigiado, no caso no âmbito socioambiental e de governança. Nessa linha, estudos que investigaram a qualidade da informação socioambiental de membros de instituições legitimadas, como os adeptos dos

padrões GRI, observaram o uso de um maior gerenciamento de aspectos negativos e um favorecimento de pontos positivos (TALBOT; BOIRAL, 2018). Contudo, apesar da literatura anterior identificar uma relação positiva entre as divulgações voluntárias socioambientais e fatores como o risco operacional (TZOUVANAS *et al.*, 2020), outros estudos como o de Jahn e Brühl (2019) observaram aspectos positivos relacionados a divulgação voluntária de informações ruins, como a criação de uma imagem de honestidade com a sociedade.

Também surgiram entre as interpretações do escândalo social algumas técnicas que tiveram origem nos estudos da área de negócios, a partir do trabalho de Fooks *et al.* (2013). O mecanismo número 9, nomeado pelo bem da causa, pode ser verificado na passagem a seguir.

Estamos empenhados em esclarecer os fatos e adotar as medidas necessárias. Para isso, acionamos nossos mecanismos de controle, reforçamos nossos padrões e temos colaborado efetivamente com os trabalhos das autoridades públicas. Em paralelo, continuaremos trabalhando para que a Petrobras siga operando com excelência, cada vez mais forte e rentável (PETROBRAS, 2014, p.4).

No trecho destacado, é possível verificar como a empresa Petrobras destaca diversas ações, internas e externas, com o intuito de solucionar o caso pelo bem da continuidade de sua operação. Essa ideia está relacionada ao processo de legitimidade das atividades empresarias, assim como observado em um estudo que investigou empresas de mineração e como as técnicas de neutralização se relacionaram com as justificativas para um desempenho socioambiental baixo (TALBOT; BARBAT, 2020). Outra estratégia de neutralização ligada a legitimidade organizacional é a número 8, a defesa da legalidade, em que o indivíduo desviante tenta provar a legitimidade de suas atividades perante a situação negativa, como abaixo.

Além dos treinamentos citados anteriormente, a GOL registrou 19 participações de Gestores de Aeroportos (Público Operacional) na Palestra sobre a Lei Anticorrupção, além de 123 participações de colaboradores nas palestras ministradas pela Auditora do Canal de Ética sobre a gestão do Canal e as premissas do Código (GOL, 2016, p.16).

Em consonância com as melhores práticas de governança corporativa, foi estabelecida a Diretoria de Compliance, composta pelas áreas de Compliance Anticorrupção, Gestão de Processos e Gestão de Riscos Corporativos, com o intuito de fortalecer o funcionamento do Sistema de Controles Internos da Instituição, procurando mitigar os riscos de acordo com a complexidade de seus negócios, bem como permear a Oi com a postura anticorrupção e cultura de processos e controles em atendimento às leis e aos regulamentos vigentes (OI, 2015, p.27).

Como representado nos *disclosures* destacados, após o conhecimento das investigações relacionadas a Operação Lava-jato as empresas buscaram demonstrar as melhorias de seus

processos internos com intuito de resgatar a credibilidade das atividades. Esses achados vão de encontro com os de Maher, Neumann e Slot Lykke (2021), onde as corporações buscam um papel de autopromoção de suas operações para racionalização dos *disclosures* sociais. No entanto, esse processo pode ser trabalhoso uma vez que está relacionado a recuperação de uma imagem reputacional danificada (MULLER; KRÄUSSL, 2011).

4.1.2 Cenário Ambiental

No contexto ambiental, o estudo buscou o aprofundamento de três escândalos ambientais nacionais com grande repercussão por seus danos aos ecossistemas e comunidade locais. Assim, foram observadas as empresas envolvidas no incêndio no Porto de Santos (Ultracargo) em 2015, o rompimento da barragem de Mariana (Samarco Mineração) também no ano de 2015, e o rompimento da barragem de Brumadinho (Vale S.A.) em 2019 (FREITAS *et al.*, 2019; FREITAS; SILVA; MENEZES, 2016; PRETEL; VASCONCELOS; OLIVEIRA, 2020).

Conforme pontuado anteriormente, diferente do que foi observado nos resultados de Boiral (2016) em que as organizações adotaram uma divulgação ambiental simbólica, com um favorecimento de um discurso positivo, as empresas investigadas nesse estudo, com algumas ressalvas, assumiram uma posição de responsabilidade sobre os escândalos. Nesse sentido, estudos anteriores já observaram como a neutralização da informação é menos efetiva quando relacionada a assuntos com grande repercussão popular (LASAROV *et al.*, 2019), como os casos aqui investigados.

No entanto, em alguns discursos pontuais, as técnicas de neutralização foram adotadas como ferramenta de negação, como observado no trecho abaixo, onde a empresa Ultracargo negou a existência de vítimas (técnica número 3) após o incêndio no litoral paulista. Contudo, como consequência do caso, a empresa foi indiciada pelo Ministério Público Federal por conta dos danos ao ecossistema nativo, e os prejuízos as comunidades locais por conta da poluição do ar, águas e do terreno (PRETEL; VASCONCELOS; OLIVEIRA, 2020).

Em 2 de abril de 2015, a Ultracargo vivenciou um incidente de alto impacto que levou a uma mobilização sem precedentes para ser superado: parte do terminal operado pela Ultracargo em Santos (SP) foi atingido por um incêndio que durou nove dias e afetou seis tanques de etanol e gasolina. Não houve vítimas. Os seis tanques totalizavam uma capacidade de 34 mil m³, o que representa 4% da capacidade total da Ultracargo no Brasil, ou 10% da capacidade da Ultracargo no terminal de Santos (ULTRACARGO, 2015, p.58).

Entretanto, mesmo com o destaque para o *disclosure* destacado, as técnicas de Fooks *et al.* (2013) ganharam maior evidência entre os relatórios da empresa Ultracargo. Entre essas, destaca-se a técnica número 13, o mundo seguiu em frente, quando a corporação busca fortalecer sua racionalidade focando em seus objetivos futuros, de atender aos desejos dos usuários externos. A exemplo da passagem abaixo.

A Ultracargo iniciou em julho o Programa Atitude Segura, com o objetivo de aprimorar os processos operacionais e de segurança. A iniciativa surgiu como aprendizado e reflexão após o incêndio que atingiu o terminal de Santos, em abril de 2015 (leia mais sobre isso na página 58), e visa identificar e promover melhorias contínuas, implementar novos procedimentos e minimizar os fatores de vulnerabilidades das operações. Para atingir o objetivo de alcançar um novo patamar de excelência em gestão de segurança, a Ultracargo conta com o suporte de uma consultoria especializada, que apoia a empresa na definição de uma visão futura em segurança, saúde e meio ambiente (ULTRACARGO, 2015, p.29).

Como verificado no relatório corporativo da empresa, há uma distinção entre os fatos que estavam ocorrendo no exercício (ano do escândalo) e as práticas citadas durante o documento. Alguns estudos fora da área corporativa investigaram como as técnicas de neutralização moldavam comportamentos eticamente questionáveis em consumidores, que iam contra seus próprios discursos (FUKUKAWA; ZAHARIE; ROMONȚI-MANIU, 2019). Nesse sentido, essa contradição observada no *disclosure* voluntário entre discurso e ações pode ser explicada pelas pressões externas exercidas sobre a empresa, para a divulgação de informações positivas que podem gerar mais benefícios a longo prazo (ALSAIFI; ELNAHASS; SALAMA, 2020).

Outro mecanismo de autopromoção destacado entre os *disclosures* socioambiental é o apelo pelas comunidades locais, esse é identificado com o uso da técnica proteção dos fracos (número 11), onde o ator corporativo busca justificar sua legitimidade a partir da defesa de grupos menos favorecidos, como comunidades locais e seus trabalhadores em geral. Os trechos abaixo demonstram a utilização do mecanismo.

Ano após ano, as operações do Ultra têm evoluído e se consolidado à luz da diretriz da responsabilidade socioambiental. Na prática, a conduta responsável, ética e transparente dos negócios se materializa em diferentes programas de excelência operacional (...) além de ações socioambientais nas comunidades das regiões em que está presente, relacionadas ao trabalho, à educação e à cultura (ULTRACARGO, 2015, p.34).

(...) paralelamente, iniciamos as tratativas para buscar a retomada das operações da Samarco, considerando nossa atual capacidade. Dentro desse plano, a segurança máxima é uma premissa essencial para continuarmos gerando emprego e renda para as populações mineira e capixaba, colocando em prática os aprendizados após o

rompimento da barragem. nosso objetivo é trabalhar em prol de uma mineração mais segura e de menor risco (SAMARCO, 2016, p.7).

Durante o ano, foram realizadas 248 contratações, 59% (148) abrangendo profissionais residentes em nossa área de influência direta. Para apuração desse indicador, consideramos admissões realizadas no ano para moradores de Anchieta, Guarapari e Piúma, no Espírito Santo, e Mariana, Ouro Preto, Santa Bárbara, Catas Altas e Barão de Cocais, em Minas Gerais (SAMARCO, 2014, p.55).

Como evidenciado por Muller e Kräussl (2011), quando inserida em um contexto de crise em que sua reputação pode ser afetada, como o caso dos escândalos ambientais, as empresas buscam artifícios que fortaleçam uma boa relação com a sociedade, a exemplo de ações filantrópicas. Nesse sentido, o aumento no volume de *disclosures* socioambientais voluntários também pode estar relacionado a outros fatores, como a busca por maior credibilidade com investidores e fornecedores para reduções nos custos de financiamento (LUO *et al.*, 2019).

Pensando nisso, a técnica número 10 (expressão do direito) demonstra como as corporações utilizam a liberdade comercial para justificar suas ações, a exemplo das passagens destacadas a seguir. Em cenário nacional, alguns estudos também observaram como as empresas adotam uma divulgação socioambiental mais assídua com o intuito de atender aos acionistas e assim gerenciar seus custos de capital (DEGENHART; MAZZUCO; KLANN, 2017). Com isso, a neutralização das informações negativas e a promoção de informações comerciais favoráveis à empresa podem facilitar o processo de interação com os *shareholders*.

Foi também um ano de retomada das operações afetadas pelo incêndio em Santos, em 2015 (...). Hoje, a empresa é líder do setor, com 24% da capacidade ofertada de terminais independentes do País e, até o final de 2017, com a retomada das operações em Santos, volta a 28%. Em 2016, a Ultracargo movimentou 20 milhões de toneladas de produtos na costa brasileira (ULTRACARGO, 2016, p.67).

A armazenagem média total da Ultracargo apresentou aumento de 3% em decorrência, sobretudo, da maior movimentação de combustíveis nos terminais de Suape e Aratu, atenuada pela interrupção parcial em 2015 do terminal da Ultracargo em Santos devido ao incêndio ocorrido em abril de 2015. Excluindo as operações de Santos, a movimentação foi 8% maior (ULTRACARGO, 2016, p.85).

Nessa linha, o *disclosure* neutralizado também pode ter o objetivo de criar, ou no caso recuperar, uma boa imagem com fornecedores e acionistas, uma vez que por conta do porte das empresas analisadas é esperado, por parte desses usuários externos, um desempenho positivo tanto em cenário econômico como socioambiental (SZWAJCA, 2018). Essas expectativas podem ser fonte para outros mecanismos de neutralização, como a técnica número 9, pelo bem

da causa, onde o ator social tenta racionalizar suas ações com base em objetivos futuros que podem qualificar a operação e assegurar sua continuidade. A exemplo do trecho abaixo.

Os danos do rompimento da Barragem I da mina Córrego do Feijão, em Brumadinho (MG), reforçaram a importância e trouxeram urgência sobre a necessidade de aprimoramos continuamente nossos processos de relacionamento e buscarmos maior alinhamento aos padrões de mercado e às expectativas de investidores geradas pela agenda ESG (VALE, 2020, p.54).

Contudo, como observado em cenário social, as demandas conflitantes de informação entre o que os usuários externos precisam para tomada de decisão, e o que as empresas estão dispostas a divulgar para tentar gerenciar sua imagem, podem causar ambiguidades por conta da neutralização presente nos *disclosures* (MEYER; HÖLLERER, 2016). Sendo assim, Polding (2017) destaca como as técnicas de neutralização devem ser entendidas dentro do ambiente corporativo para que assim possam ser superadas, uma vez que elas desqualificam as relações empresariais.

A técnica número 5, o apelo por lealdades mais elevadas, também foi verificada em cenário ambiental. Porém, com destaque para a passagem da empresa Vale S.A. em seu relatório socioambiental de 2018, em que a mesma não se direcionou a grupos/órgãos de prestígio (como no âmbito social), e sim sustentou sua racionalidade com base nos atestados de condições de estabilidade de uma empresa especializada.

A barragem possuía Declarações de Condição de Estabilidade emitidas pela TÜV SÜD do Brasil, empresa especializada em Geotecnia, datadas de 13 de junho e 26 de setembro de 2018, referentes aos processos de Revisão Periódica de Segurança de Barragens e Inspeção Regular de Segurança de Barragens (VALE, 2018, p.11).

A Vale entende que as consequências do rompimento da Barragem I da mina Córrego do Feijão não podem ser compreendidas apenas à luz do levantamento de seus impactos sobre a população e o ambiente. Para a empresa, essas situações impactaram direitos humanos das pessoas atingidas, dos moradores e trabalhadores locais. Para lidar com essa perspectiva, a Vale tem como principal referência os “Princípios Orientadores da ONU sobre Empresas e Direitos Humanos”. Essa iniciativa da ONU se estrutura em três pilares, a partir dos quais deve ser construída a defesa dos direitos humanos (VALE, 2019, p.12).

É possível observar na segunda passagem como a empresa Vale S.A. não nega os danos em relação ao rompimento da barragem de Brumadinho, contudo, a justificativas da empresa são acompanhadas de fatores positivos que almejam demonstrar a legitimidade das atividades operacionais (MAHER; NEUMANN; SLOT LYKKE, 2021; TALBOT; BOIRAL, 2018). Ainda, outra possibilidade para adoção dessa técnica pode ser a prevenção a intervenções

regulatórias, uma vez que a empresa está destacando as ações adotadas antes e após o caso negativo (FOOKS *et al.*, 2013).

Ainda, dentro das técnicas que buscam racionalizar a legitimidade dos atores corporativos, assim como evidenciado entre os escândalos sociais, a técnica defesa da legalidade (número 8) teve grande destaque. Como apresentado por Fooks *et al.* (2013), as técnicas de neutralização que emergiram na área corporativa visam justificar os interesses empresariais em detrimento do coletivo a partir da neutralização das informações. Desse modo, os trechos destacados abaixo demonstram o uso do mecanismo número 8 entre os relatórios corporativos.

(...) em 2015, ocorreu o trágico rompimento da barragem de rejeitos de Fundão da Samarco em Mariana (MG). Investigado pelas autoridades brasileiras e por consultoria internacional independente, o rompimento trouxe severos danos sociais e ambientais – incluindo a perda de 19 vidas, sendo que uma pessoa não foi encontrada,(...) para gerenciar esses impactos e, pouco a pouco, buscar resgatar a confiança da sociedade brasileira, é necessário estruturar uma nova Samarco, com novas competências. como bases do seu modelo operacional estão a reparação ambiental e social, a segurança, os aprendizados e o compromisso de compartilhá-los com o setor de mineração e com a sociedade (SAMARCO, 2016, p.3).

Desde que assumi a liderança da Vale, poucos meses após a tragédia provocada pelo rompimento da barragem em Brumadinho, tenho enfatizado as três prioridades da empresa: pessoas, segurança e reparação. Essas três palavras nos inspiraram a seguir o caminho que acreditamos ser fundamental para construir uma Vale melhor (VALE, 2020, p.3).

Nesse sentido, como destacado no início da seção foi possível verificar como as empresas observadas no cenário ambiental não buscaram a negação do envolvimento nos casos como verificado em outros estudos (BOIRAL, 2016), e sim buscaram outros meios para a neutralização da informação. Desse modo, entender se a neutralização é menos utilizada em escândalos ambientais em relação aos sociais ainda é necessário, uma vez que há trabalhos que destacam sua menor eficiência nesse cenário (LASAROV *et al.*, 2019).

E ainda, se faz necessário entender como o *disclosure* neutralizado identificado nesse estudo, seja em cenário social ou ambiental, está se relacionando com um fator como a reputação corporativa. Para isso, a próxima parte da seção buscou observar, por meio de estatística descritiva além de testes estatísticos, as relações aqui levantadas.

4.2 A relação do *disclosure* neutralizado e a reputação corporativa

A reputação corporativa de uma empresa tem relação com a visão que os *stakeholders* têm da mesma, podendo essa ser alterada com base nas relações entre os usuários externos e a corporação (CORNEJO; PUENTE; GARCÍA, 2019; SIRLY; LVINA, 2019). Estudos como o de Szwajca (2018) já destacaram a preocupação dos gestores com possíveis perdas de reputação. Para a literatura sobre o tema, uma boa imagem reputacional funciona como um ativo intangível que previne e assegura a entidade frente a situações críticas (GODFREY, 2005; PATTEN, 2008).

Nesse sentido, as organizações buscam meios de gerenciar os riscos relacionados a reputação, sendo o gerenciamento de *stakeholders* uma das formas identificadas pela literatura (ARDIANA, 2019). Assim, as informações negativas evidenciadas nos escândalos socioambientais podem ser danosas a imagem das empresas envolvidas (KOCH *et al.*, 2019; NAZIONE; PERRAULT, 2019), e com isso o uso das técnicas de neutralização pode ser identificado como um mecanismo para o gerenciamento reputacional.

Desse modo, nessa seção foi observado, por meios quantitativos, as possíveis relações entre o uso da neutralização em *disclosures* socioambientais negativos e a reputação corporativa das empresas. Como principais resultados, foram evidenciadas uma correlação positiva moderada entre o nível de neutralização e a reputação corporativa (no ano do escândalo e no ano seguinte) e uma associação significativa sobre um maior uso dos mecanismos de neutralização após os eventos negativos em relação ao ano anterior ao caso.

4.2.1 Sumarização dos dados

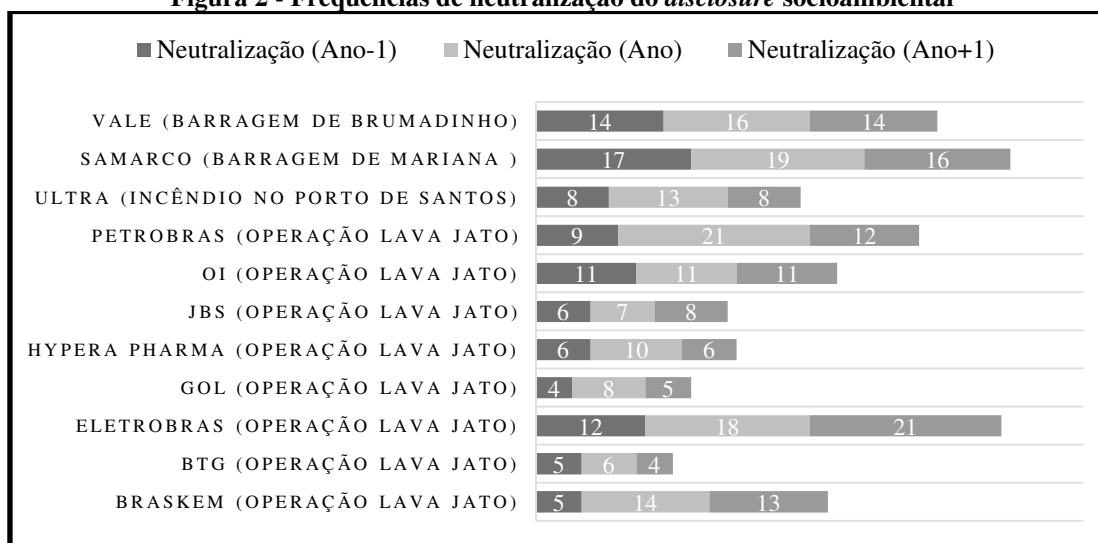
Inicialmente, para entender um pouco mais as variáveis observadas pelo estudo, é apresentada a estatística descritiva do nível de neutralização e do *score* de reputação das empresas que compõem a população. Ainda, com base nessas análises preliminares foi possível observar comportamentos, como a variação dos níveis de neutralização durante os períodos observados (Ano-1 do escândalo, Ano do escândalo e Ano+1 do escândalo). A Tabela 1 apresenta o resumo estatístico dos níveis de neutralização do *disclosure* socioambiental, que foram construídos a partir da soma das frequências absolutas de cada categoria de neutralização, como explicado na seção metodológica.

Tabela 1 - Estatística descritiva dos níveis de neutralização

| | Neutralização (Ano-1) | Neutralização (Ano) | Neutralização (Ano+1) |
|-----------------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------|
| Média | 8,818181818 | 13 | 10,72727273 |
| Erro padrão | 1,270777728 | 1,53148769 | 1,555581792 |
| Mediana | 8 | 13 | 11 |
| Modo | 5 | - | 8 |
| Desvio padrão | 4,214692915 | 5,07937004 | 5,159281134 |
| Variância da amostra | 17,76363636 | 25,8 | 26,61818182 |
| Curtose | -0,437797071 | -1,269755423 | -0,081628949 |
| Assimetria | 0,752513611 | 0,151089969 | 0,570487619 |
| Intervalo | 13 | 15 | 17 |
| Mínimo | 4 | 6 | 4 |
| Máximo | 17 | 21 | 21 |
| Soma | 97 | 143 | 118 |
| Contagem | 11 | 11 | 11 |

Fonte: Elaborado pelo autor.

É identificado um aumento tanto na soma das categorias de neutralização entre o ano anterior ao escândalo e os dois anos posteriores, quanto também no intervalo máximo e na média. Esses achados podem ser entendidos como indicativos de uma relação entre o aumento da neutralização, o que será verificado mais à frente. Alguns estudos anteriores destacam como o uso de técnicas de neutralização é mais frequente quando a empresa/ator corporativo é pressionado por conta de um desempenho negativo (SIEBERT; MARTIN; SIMPSON, 2020; TALBOT; BARBAT, 2020; TALBOT; BOIRAL, 2018), a exemplo do que também é observado na Figura 2.

Figura 2 - Frequências de neutralização do disclosure socioambiental

Fonte: Elaborado pelo autor.

Para os estudos clássicos sobre o tema, como o de Minor (1981), o uso de mecanismos de neutralização de forma recorrente (informações negativas de menor custo associado), como o que pode estar ocorrendo nos anos anteriores aos escândalos, pode estimular um maior uso das técnicas após uma ação desviante. Nesse sentido, outros estudos observaram como as técnicas de neutralização podem ser utilizadas em diversos momentos da operação corporativa, seja na fase de planejamento das ações socioambientais ou no momento de justificar aos usuários externos a prática de atos danosos (FOOKS *et al.*, 2013).

Com isso, verificar se a reputação corporativa possui o mesmo comportamento em períodos antes e após um evento negativo pode ser necessário. Para isso, foi realizada a sumarização estatística dos *scores* de reputação das empresas que compõem a população, sendo esses *scores* o engajamento das organizações para participar de rankings, prêmios ou carteiras de reputação corporativa (como apresentado na metodologia). É possível verificar essa sumarização na Tabela 2 abaixo.

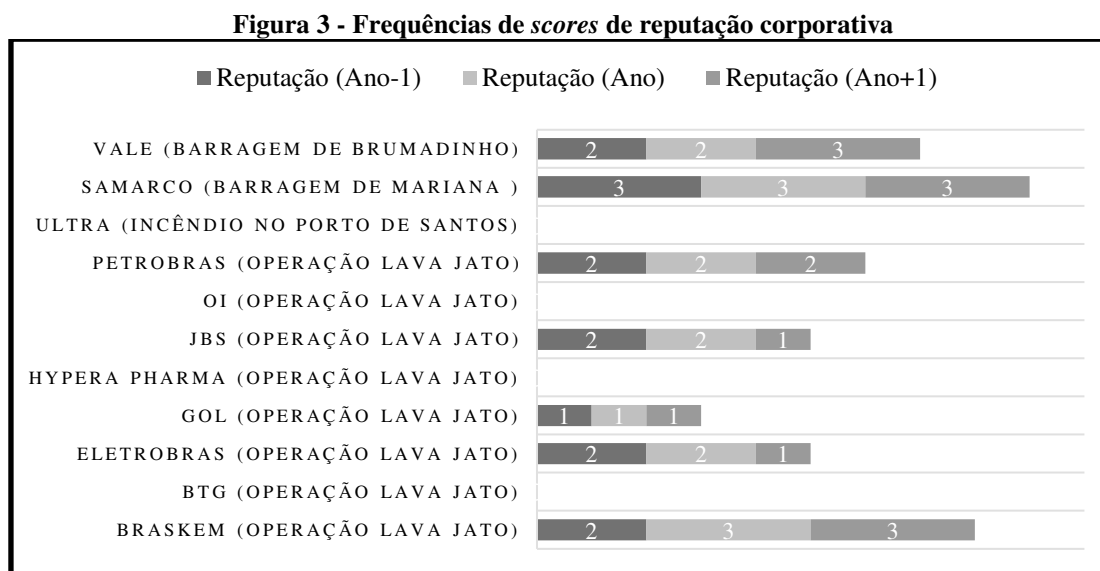
Tabela 2 - Estatística descritiva dos *scores* de reputação

| | Reputação (Ano-1) | Reputação (Ano) | Reputação (Ano+1) |
|-----------------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| Média | 1,272727273 | 1,363636364 | 1,272727273 |
| Erro padrão | 0,332781913 | 0,363636364 | 0,383545875 |
| Mediana | 2 | 2 | 1 |
| Modo | 2 | 0 | 0 |
| Desvio padrão | 1,103712743 | 1,206045378 | 1,272077756 |
| Variância da amostra | 1,218181818 | 1,454545455 | 1,618181818 |
| Curtose | -1,596866414 | -1,6671875 | -1,541472036 |
| Assimetria | -0,108183027 | -0,02763854 | 0,447526408 |
| Intervalo | 3 | 3 | 3 |
| Mínimo | 0 | 0 | 0 |
| Máximo | 3 | 3 | 3 |
| Soma | 14 | 15 | 14 |
| Contagem | 11 | 11 | 11 |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Com base no resumo acima, não se verifica uma grande variação entre as medidas estatísticas antes, durante e após o caso negativo. Nesse sentido, estudos anteriores demonstraram como a variável reputação está ligada ao longo prazo, seja no retorno econômico ou na construção/danificação de uma imagem reputacional (ALLOZA-LOSANA; CARRERAS-ROMERO, 2021). Ainda assim, a constância entre *scores* de reputação durante os três anos pode estar relacionado aos mecanismos de gerenciamento reputacional, que podem

ser utilizadas antes ou depois de um evento crítico (XIA; TENG; GU, 2019). A Figura 3 apresenta as frequências absolutas dos *scores* de reputação por empresa.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Em um intervalo de 0 a 4 pontos no *score* de reputação, as empresas mantiveram certa constância na pontuação, sendo que nenhuma das onze integrantes da população esteve presente em todas as fontes de reputação adotadas na pesquisa. E ainda, quatro empresas (Ultracargo, Oi, Hypera Pharma e BTG) não obtiveram pontuação no *score* em nenhum dos três períodos observados.

Com base na literatura anterior, as organizações podem utilizar diversas estratégias para o gerenciamento de informações socioambientais, e consequente manutenção reputacional. Entre essas, as empresas podem adotar uma divulgação voluntária mais focada em informações positivas, com base em uma seletividade informacional, e assim destacando menos *disclosures* relacionados a um desempenho socioambiental baixo (KUMAR, 2018). Ou ainda, as entidades podem adotar uma postura transparente, buscando a qualificação de seus relatórios socioambientais com o objetivo de agregar mais credibilidade com seus credores e assim reduzir custos de capital (LUO *et al.*, 2019).

Nessa linha, as empresas buscam um gerenciamento dos riscos atrelados a reputação com intuito de manter os fatores positivos ligados a esta, como o desempenho econômico, a atração de clientes e de talentos do mercado (ECKERT, 2017). Dessa forma, faz-se necessária a investigação de possíveis mecanismos desse gerenciamento, como as técnicas de neutralização.

4.2.2 Análise quantitativa dos dados

Durante a análise interpretativa dos *disclosures* socioambientais, foram observadas as estratégias adotadas pelas empresas para neutralizar informações negativas, contidas nos relatórios corporativos. Diante disso, os estudos anteriores destacam como as organizações adotam mecanismos de gerenciamento do risco reputacional (KOCH *et al.*, 2019), e como as técnicas de neutralização podem ser utilizadas como dispositivos de racionalização das atitudes danosas que podem influenciar a reputação corporativa (BOIRAL, 2016; FOOKS *et al.*, 2013).

Assim, para verificar uma possível correlação positiva entre a prática da neutralização das informações socioambientais e a reputação corporativa, foi realizado o teste de correlação de Spearman (para variáveis sem distribuição normal). Os resultados do teste são evidenciados na Tabela 3, por ano de observação e com a indicação do coeficiente de correlação.

Tabela 3 - Matriz de correlação do nível de neutralização e *score* de reputação

| | Neutralização (Ano-1) | | Neutralização (Ano) | | Neutralização (Ano+1) | |
|--------------------------|-----------------------|------------|---------------------|------------|-----------------------|------------|
| | C.C. ¹ | p-Valor | C.C. ¹ | p-Valor | C.C. ¹ | p-Valor |
| Reputação (Ano-1) | 0,4569597 | 0,15765717 | - | - | - | - |
| Reputação (Ano) | - | - | 0,59740951 | 0,05027887 | - | - |
| Reputação (Ano+1) | - | - | - | - | 0,6775122 | 0,02198837 |

Fonte: Elaborado pelo autor.

¹ Coeficiente de Correlação de Spearman.

Com base nos resultados do teste, não foi identificada uma correlação entre o nível de neutralização e o *score* de reputação no ano anterior ao caso, rejeitando assim a hipótese H₁ para esse período. Com isso, apesar de as técnicas de neutralização estarem presentes entre as divulgações socioambientais antes do escândalo, podem não estar sendo utilizadas como um mecanismo do gerenciamento reputacional (FOOKS *et al.*, 2013; MINOR, 1981; XIA; TENG; GU, 2019).

Ainda, para o ano do evento negativo e o ano posterior, a hipótese H₁ foi atendida, uma vez que foi identificada uma correlação positiva moderada entre os níveis de neutralização da informação socioambiental e a reputação das empresas. Com base nisso, observa-se que quando exposta a uma situação de pressão externa, por conta de desempenhos negativos, as entidades adotam medidas de racionalização de suas atitudes e consequente neutralização informacional (BOIRAL, 2016; MAHER; NEUMANN; SLOT LYKKE, 2021; TALBOT; BARBAT, 2020; TALBOT; BOIRAL, 2018). E esse movimento de neutralização tem como objetivo o

gerenciamento dos *stakeholders*, e assim a preservação ou recuperação da reputação corporativa (MULLER; KRÄUSSL, 2011; SZWAJCA, 2018).

Nesse sentido, de forma adicional ao que foi proposto na hipótese número um, foi realizado o teste de Mann-Whitney-Wilcoxon para duas amostras independentes para verificar a existência de uma associação estatisticamente significativa entre as duas variáveis. Com isso, a Tabela 4 apresenta os resultados do teste.

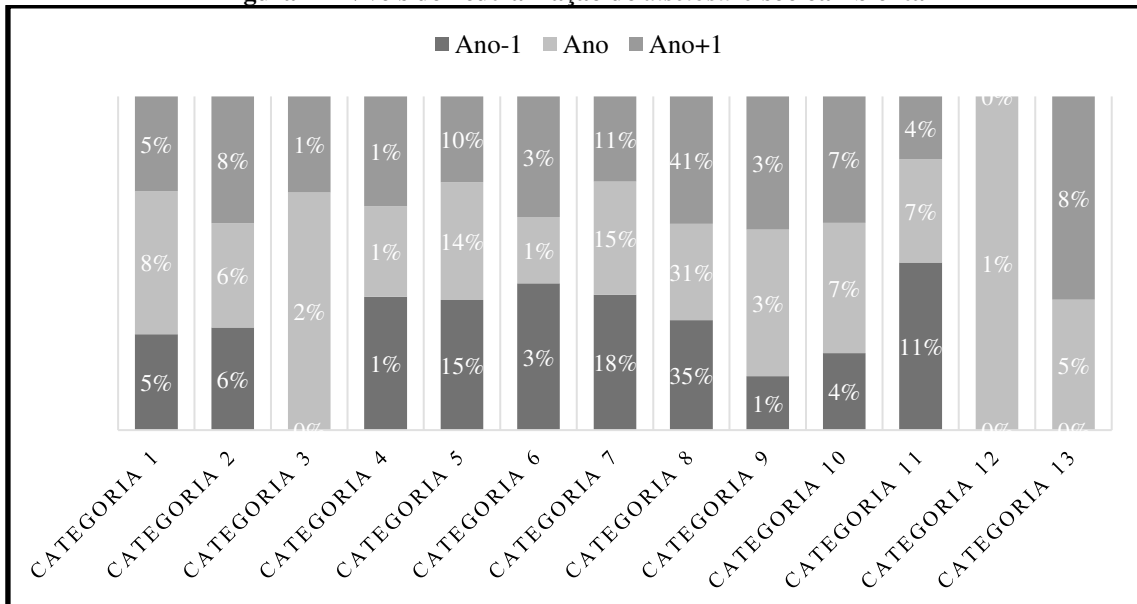
Tabela 4 - Teste de média do nível de neutralização e score de reputação

| <i>P-Valor</i> | Ano-1 | Ano | Ano+1 |
|-------------------------|--------------|------------|--------------|
| Confiança de 99% | 0,000070 | 0,000074 | 0,000075 |
| Confiança de 95% | 0,000061 | 0,000074 | 0,000075 |
| Confiança de 90% | 0,000070 | 0,000074 | 0,000075 |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Dessa forma, os achados do teste indicam que há sim uma associação estatisticamente significativa entre a neutralização dos *disclosures* socioambientais e a reputação corporativa, em todos os três períodos. Na sequência, também adicionalmente são apresentados na Figura 4 os níveis de neutralização socioambiental, para auxílio da interpretação e das discussões levantadas.

Figura 4 - Níveis de neutralização do *disclosure* socioambiental



Fonte: Elaborado pelo autor.

Desse modo, com base nos resultados do teste de Mann-Whitney-Wilcoxon e na composição dos níveis de neutralização, fica evidenciada a relação entre as técnicas de neutralização e a reputação corporativa em períodos críticos, como após escândalos

socioambientais. A exemplo do que foi observado por Muller e Kräussl (2011), as empresas buscam formas de recuperar sua imagem empresarial após um período de crise, sendo a qualificação de sua relação com os *stakeholders* o melhor caminho para atingir seus objetivos de manutenção da reputação (ARDIANA, 2019).

Assim como identificado por Chassé e Boiral (2017), em que os gestores buscaram meios para justificar sua baixa preocupação com assuntos socioambientais, as empresas aqui investigadas podem estar fazendo uso da neutralização para racionalizar suas ações danosas a sociedade e meio ambiente. E assim, gerenciando o custo de propriedade atrelado as informações negativas consequentes do escândalo (CAHAN *et al.*, 2016).

Pensando nos objetivos secundários do estudo, foi adotado também o teste de Mann-Whitney-Wilcoxon para duas variáveis independentes, para observar os níveis de neutralização em cenário social, onde são investigadas as empresas envolvidas na Operação Lava-jato. Com isso, a Tabela 5 apresenta os resultados do teste, a partir dos P-valores, abaixo.

Tabela 5 - Teste de média do nível de neutralização e *score* de reputação (Cenário Social)

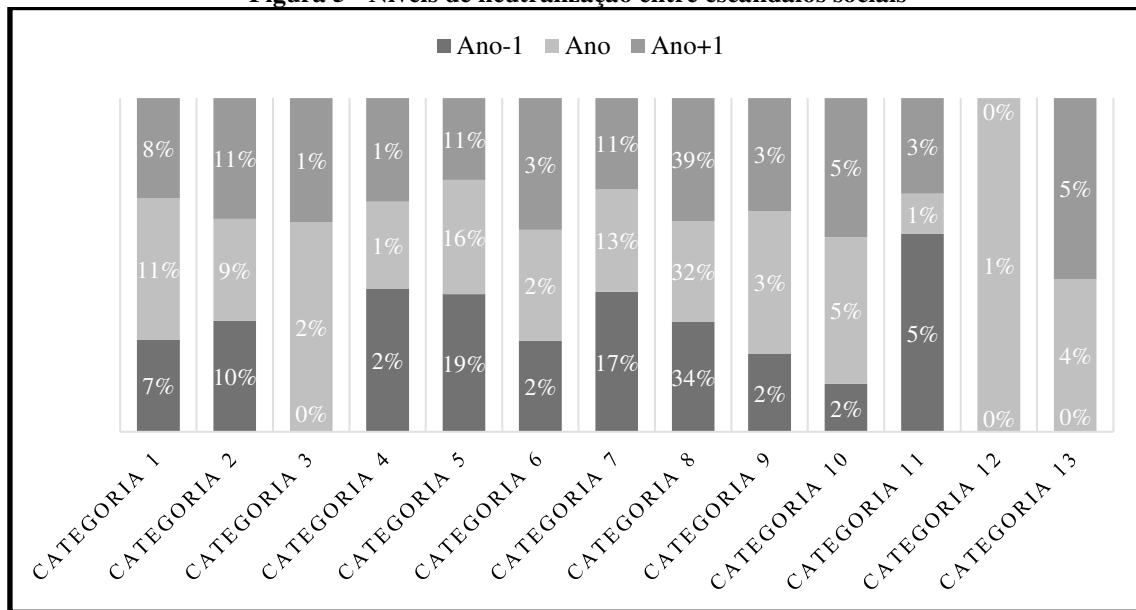
| <i>P-Valor</i> | Ano-1 | Ano | Ano+1 |
|-------------------------|--------------|------------|--------------|
| Confiança de 99% | 0,000815 | 0,000875 | 0,000875 |
| Confiança de 95% | 0,000815 | 0,000875 | 0,000875 |
| Confiança de 90% | 0,000815 | 0,000875 | 0,000875 |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os achados em cenário social demonstram uma associação estatisticamente significativa entre as variáveis nível de neutralização e *score* de reputação para todos os três anos observados, com isso, a hipótese H₂ é validada. Como apresentado pelos estudos anteriores, quando confrontado por uma informação social negativa, as corporações buscam meios para negação de suas ações, de vítimas ou ainda da gravidade do desvio (MAHER; NEUMANN; SLOT LYKKE, 2021; SYKES; MATZA, 1957).

Esse resultado também pode ser observado a partir dos níveis de neutralização do *disclosure* social, como demonstrado pela Figura 5. É possível observar o aumento nos percentuais das categorias número 1, 2 e 3, que estão relacionadas ao uso da negação das informações. Contudo, outros trabalhos evidenciaram como o uso de negação ou omissão de resposta a casos negativos podem causar prejuízos para a relação com os usuários externos (KOCH *et al.*, 2019; NAZIONE; PERRAULT, 2019).

Figura 5 - Níveis de neutralização entre escândalos sociais



Legenda: (1) A negação de responsabilidade; (2) A negação da lesão; (3) A negação da vítima; (4) A condenação dos condenados; (5) O apelo a lealdade mais elevada; (6) Defesa da necessidade; (7) Deturpação/negação da evidência; (8) A defesa da legalidade; (9) Pelo bem da causa/pelo bem maior; (10) Expressão do direito; (11) Proteção dos fracos; (12) Afirmação de racionalidade; (13) O mundo seguiu em frente.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Para o cenário ambiental, onde o estudo investigou três escândalos, sendo esses o Incêndio no Ponto de Santos, o Rompimento de Barragem de Mariana e o de Brumadinho, também foi observada a possível associação estatisticamente significativa entre a neutralização de informações voluntárias ambientais e a imagem reputacional. Nesse sentido, foi utilizado o teste de Mann-Whitney-Wilcoxon para duas variáveis independentes e os resultados estão resumidos na Tabela 6 abaixo.

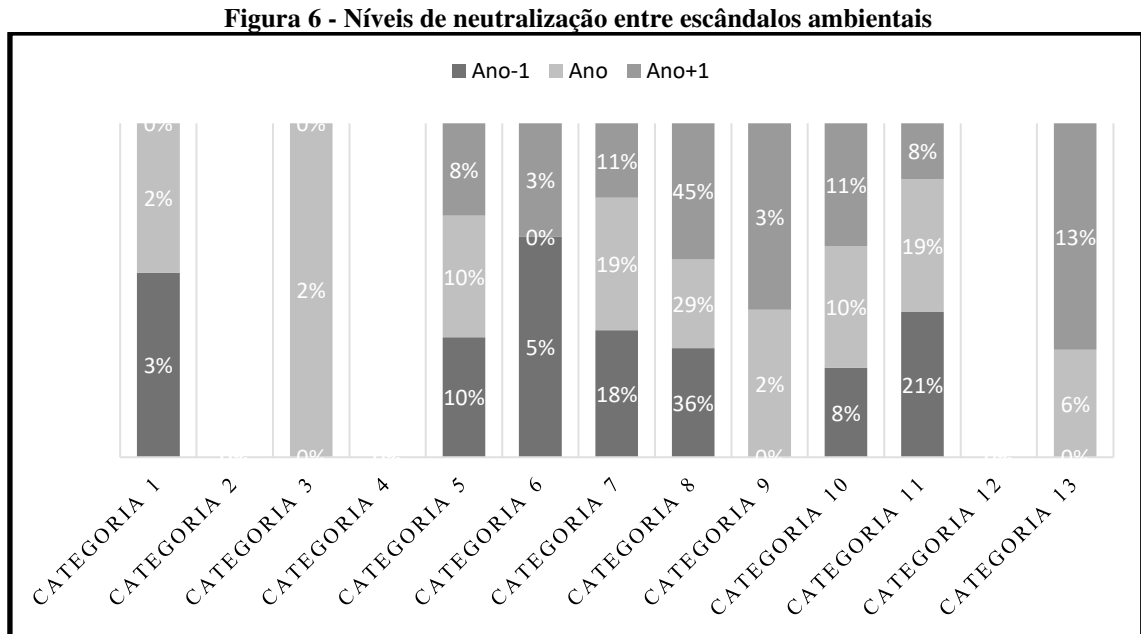
Tabela 6 - Teste de média do nível de neutralização e score de reputação (Cenário Ambiental)

| <i>P-Valor</i> | Ano-1 | Ano | Ano+1 |
|-------------------------|--------------|------------|--------------|
| Confiança de 99% | 0,100000 | 0,100000 | 0,076523 |
| Confiança de 95% | 0,100000 | 0,100000 | 0,076523 |
| Confiança de 90% | 0,100000 | 0,100000 | 0,076523 |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Com base nos achados a hipótese estatística H_3 deve ser rejeitada parcialmente, uma vez que só foi observada associação entre as variáveis quando se adotou um nível de confiança de 90%. Diante disso, como já adiantado por estudos anteriores o *disclosure* negativo ambiental carrega um custo maior que o positivo (ALSAIFI; ELNAHASS; SALAMA, 2020), ainda sendo a neutralização desse *disclosure* menos eficaz em relação ao social, por conta do apelo popular sobre assuntos relacionados ao meio ambiente (LASAROV *et al.*, 2019). Com base na

composição dos níveis e neutralização dos casos ambientais, é possível identificar como não há uma variação grande entre o ano antes do escândalo e os posteriores, conforme a Figura 6.



Legenda: (1) A negação de responsabilidade; (2) A negação da lesão; (3) A negação da vítima; (4) A condenação dos condenados; (5) O apelo a lealdade mais elevada; (6) Defesa da necessidade; (7) Deturpação/negação da evidência; (8) A defesa da legalidade; (9) Pelo bem da causa/pelo bem maior; (10) Expressão do direito; (11) Proteção dos fracos; (12) Afirmação de racionalidade; (13) O mundo seguiu em frente.
Fonte: Elaborado pelo autor.

Com base nas interpretações dos relatórios voluntários de empresas envolvidas em escândalos ambientais, foi possível verificar como as mesmas não se ausentaram de assumir suas responsabilidades, com algumas exceções. Pensando nisso, o uso das técnicas de neutralização pode ter outra função dentro dos relatórios, podendo ser esse a manutenção da credibilidade com os *shareholders* para redução de custos de capital (DEGENHART; MAZZUCO; KLANN, 2017; LUO *et al.*, 2019).

Com o intuito de verificar se os escândalos socioambientais estudados podem ter uma associação estatisticamente significativa com o aumento dos níveis de neutralização, foi adotado o teste de Wilcoxon pareado para amostras dependentes (com distribuição não normal dos dados). Assim, a Tabela 7 demonstra os resultados do teste.

Tabela 7 - Teste pareado do aumento da neutralização pós escândalo

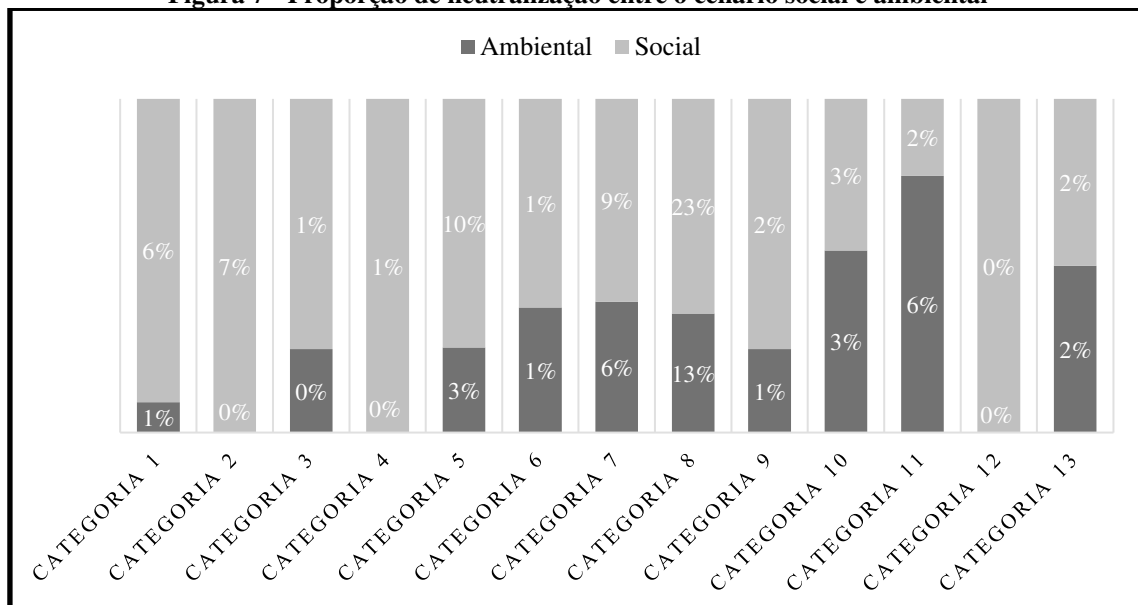
| | P-valor |
|------------------|----------|
| Confiança de 99% | 0,002913 |
| Confiança de 95% | 0,002913 |
| Confiança de 90% | 0,002913 |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os achados do teste pareado evidenciam uma associação estatisticamente significativa entre as variáveis, e assim se confirma que os aumentos nos níveis de neutralização após o Ano-1 têm relação com o escândalo socioambiental em que a empresa está envolvida (validando a hipótese H₅). Pensando nisso, os achados de Xia, Teng e Gu (2019) confirmam como as empresas adotam mecanismos de gerenciamento quando estão diante de um evento que pode danificar a imagem reputacional. Como também, a intensificação da neutralização pode estar relacionada a tentativa de reduzir os custos das informações negativas que compõem os escândalos socioambientais (ARAGÓN-CORREA; MARCUS; HURTADO-TORRES, 2016).

Em relação a neutralização do *disclosure* em cenário social e ambiental, a Figura 7 demonstra a composição das categorias de neutralização por cenário observado. Com base na análise do gráfico, é possível verificar uma maior concentração de técnicas com origem nos trabalhos corporativos (FOOKS *et al.*, 2013) em cenário ambiental, enquanto em âmbito social as técnicas da linha clássica são observadas (MINOR, 1981; SYKES; MATZA, 1957). Esses achados confirmam os resultados da primeira etapa dessa seção, em que foi evidenciado como os *disclosures* neutralizados sociais buscam a negação das informações negativas, e por outro lado os ambientais almejam a racionalização das atividades operacionais.

Figura 7 - Proporção de neutralização entre o cenário social e ambiental



Legenda: (1) A negação de responsabilidade; (2) A negação da lesão; (3) A negação da vítima; (4) A condenação dos condenados; (5) O apelo a lealdade mais elevada; (6) Defesa da necessidade; (7) Deturpação/negação da evidência; (8) A defesa da legalidade; (9) Pelo bem da causa/pelo bem maior; (10) Expressão do direito; (11) Proteção dos fracos; (12) Afirmação de racionalidade; (13) O mundo seguiu em frente.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Para identificar a validade da hipótese estatística H_4 , foi realizado o teste de Qui-quadrado para verificar se há uma associação significativa entre a proporção de neutralização em cenário social e ambiental (como observado na Figura 7). Com base no resultado do teste, o P-valor foi de 0,000002, o que significa que a associação identificada na figura anterior é validada estatisticamente. Ainda, para observar se existe uma dispersão maior em cenário social em relação ao ambiental, como destacam os estudos anteriores, foi adotado o teste F para duas variâncias, e seus resultados podem ser observados na Tabela 8.

Tabela 8 – Teste F da variância de neutralização entre cenários

| | P-valor |
|-------------------------|----------------|
| Confiança de 99% | 0,037558 |
| Confiança de 95% | 0,037558 |
| Confiança de 90% | 0,037558 |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os achados do teste F validam por completa a hipótese H_4 , é observado uma maior dispersão dos níveis de neutralização em âmbito social. Com isso, os resultados podem ir de encontro com achados de estudos anteriores, em que é apontada uma menor eficiência da neutralização em cenário ambiental (LASAROV *et al.*, 2019), o que pode fazer com que as empresas busquem uma maior neutralização de informações sociais.

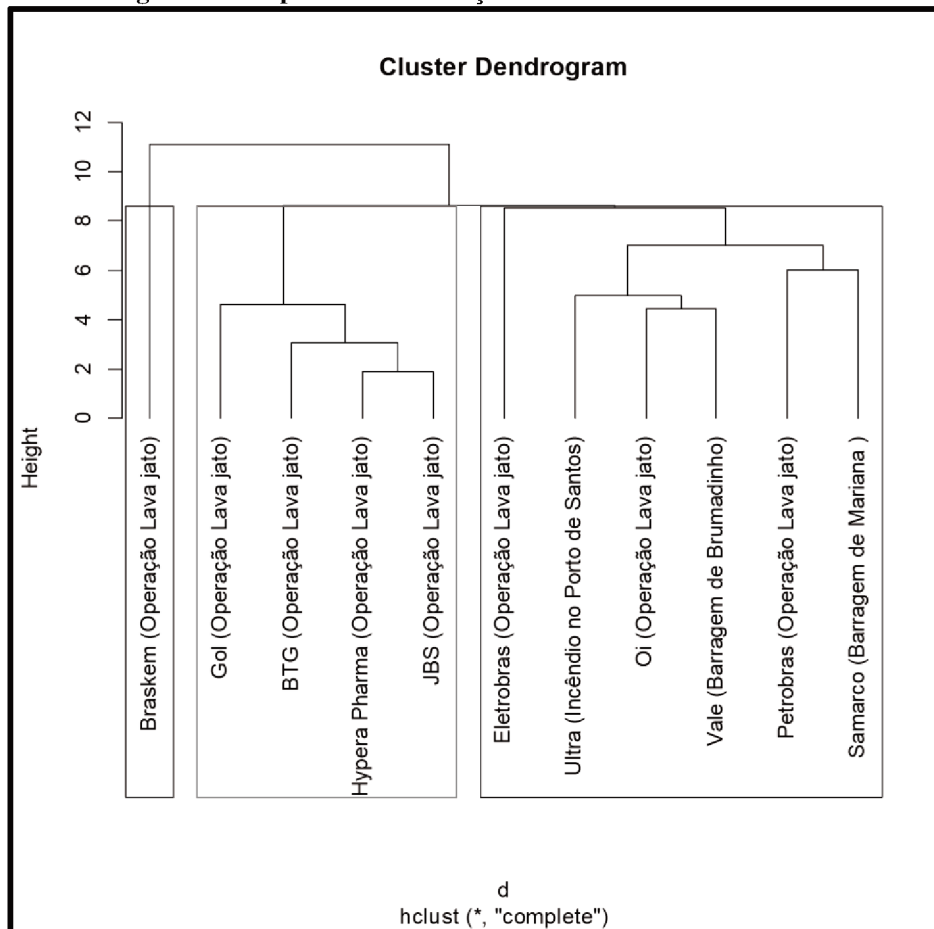
4.2.3 Grupos de neutralização

Como evidenciado durante a seção teórica e metodológica do estudo, as empresas que compõem a população de pesquisa possuem diversas distinções entre si, seja no porte financeiro, no setor econômico, nível de governança e até mesmo no tipo de escândalo (social ou ambiental). Contudo, mesmo com tantas diferenças, as técnicas de neutralização foram observadas em todos os relatórios analisados, segundo Fooks *et al.* (2013) a neutralização pode ser mais presente em setores econômicos sensíveis, como o de mineração, e de petróleo e gás, o que poderia ser um indicativo de que apenas empresas a exemplo da Vale ou Petrobras fariam uso das técnicas. No entanto, as organizações de outros setores também apresentaram certos níveis de neutralização, principalmente durante e após o evento negativo.

Com isso, fez-se necessário entender os agrupamentos empresariais que são formados a partir do uso de neutralização. Diante disso, seria possível entender um pouco mais quais empresas possuem um perfil maior de negação das ações negativas (BOIRAL, 2016), ou que

buscam mais a autopromoção de fatores positivos em detrimento das acusações negativas (MAHER; NEUMANN; SLOT LYKKE, 2021). Assim, a Figura 8 apresenta os agrupamentos empresariais identificados a partir da aplicação da análise de Cluster.

Figura 8 - Grupos de neutralização do *disclosure* socioambiental



Fonte: Elaborado pelo autor com base no *software* R©.

Como pode ser observado na figura acima, foram criados três grupos, com destaque para o grupo 1 que é composto por apenas uma empresa, a Braskem. A mesma faz parte do setor químico e está no nível 1 de governança corporativa da B3, e ainda apesar de não estar presente atualmente na carteira ISE B3 já esteve no ano de seu escândalo. Conforme exposto pela literatura, o setor químico pode ser um dos propícios ao surgimento de neutralização por conta de sua interação sensível com o meio ambiente, além disso o nível 1 de governança pode indicar uma menor transparência e um maior uso de seletividade informacional (FOOKS *et al.*, 2013; KUMAR, 2018).

O grupo 2 é composto pelas companhias Gol, BTG, Hypera Pharma e JBS, que apesar de estarem em setores econômicos distintos, possuem um nível de governança semelhante (entre o nível 2 e novo mercado na B3), além de não possuírem participação na carteira ISE B3.

Outro ponto de destaque é que todas as empresas que compõem esse grupo fazem parte da Operação Lava-jato, e como empresas envolvidas em escândalos sociais, adotaram em alguns momentos uma postura de negação ou omissão em relação a informações negativas (BOIRAL, 2016).

Ainda, o terceiro grupo é o maior, com seis empresas (Eletrobras, Ultracargo, Oi, Vale, Petrobras e Samarco), e contempla todos os quatro escândalos socioambientais investigados nessa pesquisa. Em suas características se evidenciam muitas diferenças, quanto ao nível de governança, setor e participação no ISE B3, contudo, possuem em comum estratégias de neutralização focadas em racionalizar as atividades operacionais, muitas vezes por meio de autopromoção (COSTA *et al.*, 2018; MAHER; NEUMANN; SLOT LYKKE, 2021; MULLER; KRÄUSSL, 2011). Além disso, para entender um pouco mais a composição das técnicas de neutralização entre os agrupamentos, é apresentada a Tabela 9.

Tabela 9 - Frequências de neutralização por grupo

| Empresa | 1¹ | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | Total |
|----------------|----------------------|-----------|----------|----------|-----------|----------|-----------|------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------------|
| Braskem | 4 | 0 | 3 | 0 | 8 | 3 | 0 | 6 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 32 |
| Gol | 0 | 7 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 17 |
| BTG | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 15 |
| Hypera | 2 | 1 | 0 | 0 | 2 | 0 | 5 | 11 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 22 |
| JBS | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 6 | 9 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 21 |
| Eletrobras | 4 | 8 | 0 | 2 | 8 | 1 | 7 | 16 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 51 |
| Ultracargo | 0 | 0 | 1 | 0 | 3 | 0 | 5 | 10 | 1 | 5 | 1 | 0 | 3 | 29 |
| Oi | 0 | 3 | 0 | 1 | 7 | 0 | 3 | 11 | 1 | 3 | 4 | 0 | 0 | 33 |
| Vale S.A. | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 5 | 16 | 1 | 4 | 12 | 0 | 1 | 44 |
| Petrobras | 8 | 3 | 0 | 0 | 4 | 1 | 8 | 12 | 1 | 3 | 1 | 0 | 1 | 42 |
| Samarco | 2 | 0 | 0 | 0 | 4 | 3 | 10 | 19 | 0 | 3 | 7 | 0 | 4 | 52 |
| Total | 22 | 24 | 4 | 3 | 47 | 8 | 51 | 126 | 8 | 22 | 26 | 1 | 16 | 358 |

Fonte: Elaborado pelo autor.

¹ A variável coluna são as treze categorias de neutralização.

Com base nas frequências de neutralização por grupos, é possível observar como a técnica número 12, afirmação de racionalidade, em que o ator corporativo busca a sua racionalidade a partir do questionamento da moralidade de seus acusadores, foi adotada apenas pela empresa Braskem que compõe o grupo 1. Ficou evidenciado também como o grupo 2 possui um total de técnicas menor por empresa em relação aos demais, o que pode ser um indicativo do uso de negação e omissão de respostas, o que pode ser prejudicial para a imagem reputacional (KOCH *et al.*, 2019; NAZIONE; PERRAULT, 2019). Por outro lado, as empresas do grupo 3 demonstraram um grande volume de *disclosures* neutralizados, principalmente entre

as técnicas que buscam a legitimidade operacional (TALBOT; BARBAT, 2020; TALBOT; BOIRAL, 2018).

A partir dos resultados aqui evidenciados é possível entender um pouco mais como as técnicas de neutralização estão sendo utilizadas para desqualificar o *disclosure* socioambiental, quando esses carregam um maior custo por conta de informações negativas. E ainda, como a neutralização dessas informações pode se relacionar com o gerenciamento da imagem reputacional. Desse modo, a próxima seção apresenta as principais implicações identificadas com base no estudo, assim como suas limitações e propostas de novas pesquisas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa se baseou na lacuna identificada entre a literatura de divulgação socioambiental e a de reputação corporativa, a partir da observação das técnicas de neutralização, que se trata de um mecanismo ainda pouco explorado na área contábil e que poderia atuar como uma ferramenta do gerenciamento reputacional frente as informações prejudiciais à imagem corporativa. Assim, a lacuna de pesquisa que se compreende ter preenchido com a presente pesquisa, foi observar o *disclosure* voluntário de escândalos socioambientais, a partir dessa nova lente (técnicas de neutralização), e o papel da divulgação neutralizada na reputação corporativa das empresas.

Com isso, o objetivo principal da pesquisa foi de investigar a neutralização do *disclosure* de escândalos socioambientais e sua relação com a reputação corporativa. Para isso foram adotadas tanto análises qualitativas, com uso da técnica de análise de conteúdo, como análises quantitativas a partir de testes estatísticos e da sumarização dos dados.

Desse modo, entre os principais resultados do estudo, quanto sua fase interpretativa dos relatórios corporativos, estão a evidenciação das técnicas de neutralização entre os relatórios corporativos voluntários. Esse achado já era esperado, uma vez que a literatura anterior sobre divulgação socioambiental já investigava mecanismos de seletividade informacional que fossem capazes de reduzir o custo de capital da informação negativa, como exemplo da literatura sobre gerenciamento de impressão.

No entanto, as técnicas de neutralização se diferenciam do gerenciamento de impressão, tanto na origem das literaturas, como também por sua definição. Enquanto as técnicas de neutralização buscam justificar ou racionalizar ações desviantes da moral/lei, o gerenciamento de impressão é mais amplo e almeja gerenciar a imagem que os *stakeholders* possuem sobre a entidade a partir da seletividade tanto de informações positivas como negativas. Deste modo, as técnicas de neutralização podem ser utilizadas como mecanismos desse gerenciamento, a exemplo do que já foi verificado por estudos anteriores.

Ainda, foi observado como as técnicas de neutralização estão presentes em todos os períodos investigados (antes, durante e após o escândalo). Esse achado pode reafirmar os estudos anteriores que expuseram que as técnicas de neutralização não são simples dispositivos cognitivos de resposta a atitudes negativas, mas que também, na área corporativa podem ser adotadas como ferramentas estratégicas para conciliar a visão externa com os interesses privados.

Além disso, estudar os cenários social e ambiental separadamente possibilitou o entendimento das diferenças no uso da neutralização, uma vez que os escândalos em cada cenário também são distintos. No âmbito dos escândalos sociais, observou-se um maior uso da negação para justificar os atos desviantes, e ainda assim em diversos momentos as empresas envolvidas preferiram utilizar a omissão de resposta evitando assim citar os escândalos, uma vez que os relatórios possuem um caráter voluntário. Já entre os escândalos ambientais, por possuírem um apelo popular maior (e talvez um dano maior a sociedade), na maioria dos momentos não se observou negação de responsabilidade, no entanto as informações negativas eram muitas vezes acompanhadas de autopromoção e reafirmação da continuidade operacional, com o possível intuito de melhorar a credibilidade com credores e justificar sua legitimidade perante os *stakeholders*.

Entre os resultados quantitativos, foi evidenciada a correlação entre a neutralização do *disclosure* socioambiental e a reputação corporativa tanto no ano do escândalo como no ano após o escândalo. Com base nisso, é possível interpretar que as técnicas de neutralização realmente são utilizadas como uma ferramenta do gerenciamento de riscos reputacionais durante um evento crítico. Contudo, em momentos anteriores ao caso negativo, não é verificada correlação entre as variáveis, o que pode indicar que a neutralização está sendo utilizada para outro fim, como a redução dos custos de capital da organização.

Ainda assim, por meio de testes adicionais, verificou-se que há uma associação estatisticamente significativa entre o uso de neutralização e a imagem corporativa. Esse achado foi confirmado para todos os três períodos observados, e também se observando individualmente o cenário social. No entanto, essa associação foi identificada apenas parcialmente em cenário ambiental, o que demonstra como as técnicas de neutralização possuem uma menor força de racionalização quando utilizadas em *disclosures* relacionados a assuntos ambientais.

Em relação ao aumento da utilização das técnicas após um evento negativo, foi identificada também uma associação significativa. Esse resultado demonstra como a neutralização é intensificada quando as pressões externas aumentam por conta de um desempenho socioambiental baixo. Ainda, observou-se como o *disclosure* social neutralizado possui uma dispersão maior em relação ao ambiental, o que pode reafirmar os resultados anteriores e indicar uma maior eficiência da neutralização em âmbito social.

E ainda, foram observados os agrupamentos empresariais com base no uso das técnicas de neutralização. Apesar de possuírem distinções entre si, os agrupamentos demonstram certa similaridade em algumas características, e principalmente nos perfis de neutralização. Com

destaque para o grupo 2 que demonstrou uma maior omissão em relação ao escândalo, e para o grupo 3 que evidenciou uma busca pela racionalização de suas atividades, em um possível processo de legitimação operacional.

Como implicações do estudo, foi realizada a apresentação por meio das técnicas de neutralização de uma literatura interdisciplinar, pouco investigada dentro da área de negócios, para entender como o *disclosure* socioambiental se relaciona com a reputação corporativa. Assim, o estudo contribui com estudantes e pesquisadores sobre o tema ao fornecer novas explicações e evidências para os processos corporativos que envolvem as estratégias por trás da divulgação socioambiental voluntária e o gerenciamento dos riscos reputacionais.

Nesta esteira, o estudo também contribui para a sociedade em geral, para os usuários externos mais interessados (*shareholders*) e para os elaboradores e revisores de relatórios voluntários, apresentando perfis e agrupamentos empresariais da neutralização do *disclosure*, demonstrando a relação entre essa neutralização e a reputação corporativa, em cenários individuais (social e ambiental), e ainda evidenciando o aumento da neutralização relacionado aos eventos críticos estudados. Com base nesses achados, os *stakeholders* citados poderão construir um entendimento mais fundamentado em relação as informações voluntárias socioambientais, e assim qualificar sua tomada de decisão.

Como forma de evidenciar a abrangência do estudo são apresentadas suas limitações. Com isso, a pesquisa não se pautou em verificar a percepção dos diversos *stakeholders*, como a sociedade em geral, sobre informações contidas nos relatórios corporativos, uma vez que outros fatores não contidos nesses relatórios (como a repercussão dos escândalos em veículos de imprensa, ou a interação das empresas via emissão de Fatos Relevantes) podem influenciar a percepção dos *stakeholders* quanto a imagem corporativa. No entanto, os relatórios socioambientais ainda podem ser importantes veículos corporativos de comunicação com os usuários da informação, assim a pesquisa considera válida a observação da neutralização do *disclosure* a partir desses documentos.

Outra limitação destacada se refere ao Ranking MERCO Brazil. O mesmo não possui dados disponíveis sobre a reputação corporativa das empresas para o exercício 2015, por conta de mudanças na direção nacional do observatório no ano citado. Contudo, como visto na seção teórica do estudo, a reputação empresarial é construída a partir da percepção dos *stakeholders* do histórico da entidade, assim os eventos negativos que ocorreram durante o ano de 2015 ainda podem ter reflexo no ranking do exercício 2016 (que tem sua elaboração iniciada na metade do ano) e subsequentes exercícios.

Ainda, apesar de disponibilizar seus relatórios anuais de sustentabilidade ao público, a empresa Samarco Mineração possui capital fechado, o que faz com que a organização não possua informações sobre reputação corporativa empresarial nas fontes reputacionais utilizadas pelo estudo. Ainda assim, por conta da influência exercida pela empresa Vale S.A. (uma vez que a Samarco Mineração é *joint venture* da Vale S.A), além de sua relação com o escândalo socioambiental observado (Barragem de Brumadinho), a mesma foi adotada como base para as observações quanto a reputação corporativa do grupo econômico.

Outra limitação identificada é a falta de variáveis de controle na observação entre o *disclosure* neutralizado e a reputação corporativa. Contudo, por se tratar de um estudo com caráter exploratório, a literatura anterior ainda é escassa sobre variáveis de controle. Desse modo, espera-se que em estudos futuros seja possível verificar essa relação com maior robustez a partir dos achados aqui apresentados.

Desse modo, com o objetivo de incentivar os estudos nessa área, são levantadas algumas propostas de estudos futuros. Verificar a percepção dos *stakeholders* em geral, por meio de entrevistas ou questionários, sobre o uso de neutralização nas informações corporativas poderia aprofundar o entendimento sobre as pressões externas exercidas sobre as organizações.

Ainda, observar a percepção de usuários da informação mais interessados com o desempenho econômico das entidades, como gestores ou analistas de mercado, poderia auxiliar em um aprofundamento sobre a construção dos *disclosures* neutralizados e como esse é entendido pelo mercado financeiro. Observar o comportamento de estudantes da área de negócios quanto a ações imorais e/ou ilegais, e o uso de técnicas de neutralização sobre essas ações pode ajudar a literatura a entender se a neutralização das informações corporativas tem relação com a formação de seus elaboradores.

Entre os estudos sobre reputação corporativa, sugere-se a busca por um maior aprofundamento em relação a indicadores de reputação mais consolidados, que possuam métricas similares, assim dando maior suporte para as pesquisas futuras. Essa necessidade é ainda mais latente em cenário nacional, para a expansão das pesquisas brasileiras sobre os mecanismos de gerenciamento do risco reputacional.

REFERÊNCIAS

- AJAYI, Oyindamola Abiola; MMUTLE, Tsietsi; CHAKA, Mpho. A Stakeholders' Perspective of Reputation Dimensions for Service Organisations: Evidence from a Developing Country Context. **Corporate Reputation Review**, n. 0123456789, 2021. DOI: 10.1057/s41299-021-00128-2. Disponível em: <https://link.springer.com/10.1057/s41299-021-00128-2>.
- ALBERNAZ, Elizabete Ribeiro. Na fronteira entre o bem e o mal: ética profissional e moral religiosa entre policiais militares evangélicos cariocas. **Caderno CRH**, v. 23, n. 60, p. 525–539, 2010. DOI: 10.1590/S0103-49792010000300006. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-49792010000300006&lng=pt&tlng=pt.
- ALLOZA-LOSANA, Ángel; CARRERAS-ROMERO, Enrique. Invariance of the Reputation Emotional Index RepTrak Pulse: A Study Validation on Generational Change. **Corporate Reputation Review**, v. 24, p. 143–157, 2021. DOI: 10.1057/s41299-020-00099-w. Disponível em: <https://doi.org/10.1057/s41299-020-00099-w>.
- ALSAIFI, Khaled; ELNAHASS, Marwa; SALAMA, Aly. Market responses to firms' voluntary carbon disclosure: Empirical evidence from the United Kingdom. **Journal of Cleaner Production**, v. 262, p. 121377, 2020. DOI: 10.1016/j.jclepro.2020.121377.
- ANEFAC. **Troféu Transparência**. 2021. Disponível em: <https://www.anefac.org/ganhadoras-antiores>.
- ARAGÓN-CORREA, J. Alberto; MARCUS, Alfred; HURTADO-TORRES, Nuria. The Natural Environmental Strategies of International Firms: Old Controversies and New Evidence on Performance and Disclosure. **Academy of Management Perspectives**, v. 30, n. 1, p. 24–39, 2016. DOI: 10.5465/amp.2014.0043. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5465/amp.2014.0043%5CnSYMPOSIUM>.
- ARAÚJO, Eduardo Carvalho Correa; RODRIGUES, Victor Rangel Dos Santos; MONTE-MOR, Danilo Soares; CORREIA, Rogério Dias. Corrupção e valor de mercado: os efeitos da Operação Lava Jato sobre o mercado de ações no Brasil. **Revista Catarinense Da Ciência Contábil**, v. 17, n. 51, p. 41–58, 2018. DOI: 10.16930/2237-7662/rccc.v17n51.2626.
- ARDIANA, Putu Agus. Stakeholder Engagement in Sustainability Reporting: Evidence of Reputation Risk Management in Large Australian Companies. **Australian Accounting Review**, v. 29, n. 4, p. 726–747, 2019. DOI: 10.1111/auar.12293.
- B3, ISE. **Índice de Sustentabilidade Empresarial**. 2021. Disponível em: <http://iseb3.com.br/>.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70 Lda, 2000.
- BENLEMLIH, Mohammed; SHAUKAT, Amama; QIU, Yan; TROJANOWSKI, Grzegorz. Environmental and Social Disclosures and Firm Risk. **Journal of Business Ethics**, v. 152, n. 3, p. 613–626, 2018. DOI: 10.1007/s10551-016-3285-5.

BOIRAL, Olivier. Accounting for the Unaccountable: Biodiversity Reporting and Impression Management. **Journal of Business Ethics**, v. 135, n. 4, p. 751–768, 2016. DOI: 10.1007/s10551-014-2497-9. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-014-2497-9>.

BRASKEM. **Relatório Anual 2015**. Disponível em: <https://www.braskem.com.br/relatorioanual>.

BTG PACTUAL. **Relatório da Administração**. Disponível em: https://ri.btgpactual.com/conteudo_pt.asp?idioma=0&conta=28&tipo=64815&id=0&submenu=0&img=0&ano=2015.

CAHAN, Steven F.; DE VILLIERS, Charl; JETER, Debra C.; NAIKER, Vic; VAN STADEN, Chris J. Are CSR Disclosures Value Relevant? Cross-Country Evidence. **European Accounting Review**, v. 25, n. 3, p. 579–611, 2016. DOI: 10.1080/09638180.2015.1064009.

CARDOSO, Vanessa Ingrid da Costa; DE LUCA, Márcia Martins Mendes; LIMA, Gerlando Augusto Sampaio Franco De; VASCONCELOS, Alessandra Carvalho De. Reputação corporativa nas empresas brasileiras: uma questão relevante para o desempenho empresarial? **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v. 10, n. 21, p. 1807–1821, 2013. DOI: 10.5007/2175-8069.2013v10n21p115.

CASTRO, Armando; ANSARI, Shaz. Contextual “Readiness” for Institutional Work. A Study of the Fight Against Corruption in Brazil. **Journal of Management Inquiry**, v. 26, n. 4, p. 351–365, 2017. DOI: 10.1177/1056492617696887.

CHASSÉ, Sonia; BOIRAL, Olivier. Legitimizing Corporate (Un) Sustainability: A Case Study of Passive SMEs. **Organization and Environment**, v. 30, n. 4, p. 324–345, 2017. DOI: 10.1177/1086026616672065.

CORNEJO, Clara Pérez; PUENTE, Esther Quevedo; GARCÍA, Juan Bautista Delgado. How to manage corporate reputation? The effect of enterprise risk management systems and audit committees on corporate reputation. **European Management Journal**, v. 37, n. 4, p. 505–515, 2019. DOI: 10.1016/j.emj.2019.01.005. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0263237319300052>.

COSTA, Ingrid Laís de Sena; CORREIA, Thamirys De Sousa; PAULO, Edilson; LUCENA, Wenner Glaucio Lopes. Impacto do Disclosure Voluntário : Valor da Empresa e Informações Socioambientais nas Companhias Abertas. **Revista Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 21, n. 2, p. 271–287, 2018. DOI: 10.21714/1984-3925.

COTTAN-NIR, Osnat. Toward a Conceptual Model for Determining CEO Brand Equity. **Corporate Reputation Review**, v. 22, p. 121–133, 2019. DOI: 10.1057/s41299-019-00063-3. Disponível em: <https://doi.org/10.1057/s41299-019-00063-3>.

DEGENHART, Larissa; MAZZUCO, Miriam Silveira Aparecida; KLANN, Roberto Carlos. The relevance of accounting information and the corporate social responsibility of Brazilian companies. **BASE - Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, v. 14, n. 3, p. 157–168, 2017. DOI: 10.4013/base.2017.143.01. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/base/article/view/13623>.

DOOTSON, Paula; JOHNSTON, Kim A.; LINGS, Ian; BEATSON, Amanda. Tactics to deter deviant consumer behavior: a research agenda. **Journal of Consumer Marketing**, v. 35, n. 6, p. 577–587, 2018. DOI: 10.1108/JCM-10-2015-1575.

ECCLES, Robert G.; LEE, Linda Eling; STROEHLE, Judith C. The Social Origins of ESG: An Analysis of Innovest and KLD. **Organization and Environment**, v. 33, n. 4, p. 575–596, 2020. DOI: 10.1177/1086026619888994.

ECKERT, Christian. Corporate reputation and reputation risk: Definition and measurement from a (risk) management perspective. **Journal of Risk Finance**, v. 18, n. 2, p. 145–158, 2017. DOI: 10.1108/JRF-06-2016-0075.

ELETROBRAS. **Relatório da Administração 2015**. Disponível em: <https://eletrobras.com/pt/Paginas/Relatorio-Anual.aspx>.

ELLIOTT, W. Brooke; GRANT, Stephanie M.; HODGE, Frank D. Negative News and Investor Trust: The Role of \$Firm and #CEO Twitter Use. **Journal of Accounting Research**, v. 56, n. 5, p. 1483–1519, 2018. DOI: 10.1111/1475-679X.12217.

EXAME. **As Melhores e Maiores**. 2021. Disponível em: <https://mm.exame.com/>.

FATEMI, Ali; GLAUM, Martin; KAISER, Stefanie. ESG performance and firm value: The moderating role of disclosure. **Global Finance Journal**, v. 38, p. 45–64, 2018. DOI: 10.1016/j.gfj.2017.03.001. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.gfj.2017.03.001>.

FOOKS, Gary; GILMORE, Anna; COLLIN, Jeff; HOLDEN, Chris; LEE, Kelley. The Limits of Corporate Social Responsibility: Techniques of Neutralization, Stakeholder Management and Political CSR. **Journal of Business Ethics**, v. 112, n. 2, p. 283–299, 2013. DOI: 10.1007/s10551-012-1250-5.

FREITAS, Carlos Machado; BARCELLOS, Christovam; ASMUS, Carmen Ildes Rodrigues Fróes; DA SILVA, Mariano Andrade; XAVIER, Diego Ricardo. Da Samarco em Mariana à Vale em Brumadinho: desastres em barragens de mineração e Saúde Coletiva. **Cadernos de Saude Publica**, v. 35, n. 5, 2019. DOI: 10.1590/0102-311X00052519.

FREITAS, Carlos Machado De; SILVA, Mariano Andrade Da; MENEZES, Fernanda Carvalho De. O desastre na barragem de mineração da Samarco: fratura exposta dos limites do Brasil na redução de risco de desastres. **Ciência e Cultura**, v. 68, n. 3, p. 25–30, 2016. DOI: 10.21800/2317-66602016000300010. Disponível em: http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252016000300010&lng=pt&tlng=pt.

FUKUKAWA, Kyoko; ZAHARIE, Monica Maria; ROMONȚI-MANIU, Andreea Ioana. Neutralization techniques as a moderating mechanism: Ethically questionable behavior in the Romanian consumer context. **Psychology and Marketing**, v. 36, n. 2, p. 138–149, 2019. DOI: 10.1002/mar.21164.

GARCÍA-SÁNCHEZ, Isabel María; NOGUERA-GÁMEZ, Ligia. Integrated Reporting and Stakeholder Engagement: The Effect on Information Asymmetry. **Corporate Social**

Responsibility and Environmental Management, v. 24, n. 5, p. 395–413, 2017. DOI: 10.1002/csr.1415.

GODFREY, Paul C. The Relationship Between Corporate Philanthropy And Shareholder Wealth: A Risk Management Perspective. **Academy of Management Review**, v. 30, n. 4, p. 777–798, 2005. DOI: 10.5465/amr.2005.18378878. Disponível em: <http://journals.aom.org/doi/10.5465/amr.2005.18378878>.

GÓIS, Alan Diógenes; SOARES, Sandro Vieira. O efeito da reputação corporativa, segundo a transparência contábil, no gerenciamento de resultados de empresas listadas na B3. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade (REPeC)**, v. 13, n. 2, 2019. DOI: 10.17524/repec.v13i2.2229. Disponível em: <http://www.repec.org.br/repec/article/view/2229>.

GOL. **Relatório de Sustentabilidade 2016**. Disponível em: <https://ri.voegol.com.br>.

GRAY, Rob; KOUHY, Reza; LAVERS, Simon. Corporate social and environmental reporting. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 8, n. 2, p. 47–77, 1995. DOI: 10.1108/09513579510146996. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09513579510146996/full/html>.

GRI. **Sustainability Disclosure Database**. 2021. Disponível em: <https://database.globalreporting.org/>.

HAWN, Olga. How media coverage of corporate social responsibility and irresponsibility influences cross-border acquisitions. **Strategic Management Journal**, n. June, p. 1–26, 2020. DOI: 10.1002/smj.3212.

HYPERAPHARMA. **Relatório Anual 2015**. Disponível em: <https://ri.hypera.com.br/hyperapharma/sustentabilidade/>.

HYPERAPHARMA. **Relatório Anual 2016**. Disponível em: <https://ri.hypera.com.br/hyperapharma/sustentabilidade/>.

JAHN, Johannes; BRÜHL, Rolf. Can bad news be good? On the positive and negative effects of including moderately negative information in CSR disclosures. **Journal of Business Research**, v. 97, p. 117–128, 2019. DOI: 10.1016/j.jbusres.2018.12.070. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.12.070>.

KOCH, Thomas; DENNER, Nora; VIERERBL, Benno; HIMMELREICH, Sascha. Corporate Responses to Critical Journalistic Interview Requests: An Experimental Study on Crisis Prevention. **Corporate Reputation Review**, v. 22, n. 1, p. 1–9, 2019. DOI: 10.1057/s41299-018-0054-7. Disponível em: <https://doi.org/10.1057/s41299-018-0054-7>.

KUMAR, Anupam. Environmental Reputation: Attribution from Distinct Environmental Strategies. **Corporate Reputation Review**, v. 21, n. 3, p. 115–126, 2018. DOI: 10.1057/s41299-018-0047-6. Disponível em: <https://doi.org/10.1057/s41299-018-0047-6>.

LASAROV, Wassili; MAI, Robert; GARCÍA DE FRUTOS, Nieves; EGEA, José Manuel Ortega; HOFFMANN, Stefan. Counter-arguing as barriers to environmentally motivated consumption reduction: A multi-country study. **International Journal of Research in**

Marketing, v. 36, n. 2, p. 281–305, 2019. DOI: 10.1016/j.ijresmar.2018.11.005. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2018.11.005>.

LOPES, Artur Corrêa; LUCA, Márcia Martins Mendes De; GÓIS, Alan Diógenes; DOUTORANDO; VASCONCELOS, Alessandra Carvalho De. Disclosure socioambiental, reputação corporativa e criação de valor nas empresas listadas na Bm&FBovespa. **Revista Ambiente Contábil**, v. 9, n. 1, p. 364–382, 2017. DOI: 10.21680/2176-9036.2017v9n1ID10029. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/ambiente/article/view/10029>

LUO, Wenbing; GUO, Xiaoxin; ZHONG, Shihu; WANG, Juanzhi. Environmental information disclosure quality, media attention and debt financing costs: Evidence from Chinese heavy polluting listed companies. **Journal of Cleaner Production**, v. 231, p. 268–277, 2019. DOI: 10.1016/j.jclepro.2019.05.237. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.237>.

MAHER, Rajiv; NEUMANN, Moritz; SLOT LYKKE, Mette. Extracting Legitimacy: An Analysis of Corporate Responses to Accusations of Human Rights Abuses. **Journal of Business Ethics**, n. 0123456789, 2021. DOI: 10.1007/s10551-020-04678-z. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04678-z>.

MERCO. **MERCO Corporate Reputation Business Monitor**. 2021. Disponível em: <https://www.merco.info/br/rankings-merco>.

MEYER, Renate E.; HÖLLERER, Markus A. Laying a smoke screen: Ambiguity and neutralization as strategic responses to intra-institutional complexity. **Strategic Organization**, v. 14, n. 4, p. 373–406, 2016. DOI: 10.1177/1476127016633335.

MINOR, W. William. Techniques of Neutralization: a Reconceptualization and Empirical Examination. **Journal of Research in Crime and Delinquency**, v. 18, n. 2, p. 295–318, 1981. DOI: 10.1177/002242788101800206. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/002242788101800206>.

MULLER, Alan; KRÄUSSL, Roman. Doing good deeds in times of need: a strategic perspective on corporate disaster donations. **Strategic Management Journal**, v. 32, n. 9, p. 911–929, 2011. DOI: 10.1002/smj.917. Disponível em: <http://doi.wiley.com/10.1002/smj.917>.

NAZIONE, Samantha; PERRAULT, Evan K. An Empirical Test of Image Restoration Theory and Best Practice Suggestions Within the Context of Social Mediated Crisis Communication. **Corporate Reputation Review**, v. 22, p. 134–143, 2019. DOI: 10.1057/s41299-019-00064-2. Disponível em: <https://doi.org/10.1057/s41299-019-00064-2>.

ODRIOZOLA, María D.; BARAIBAR-DIEZ, Elisa. Is Corporate Reputation Associated with Quality of CSR Reporting? Evidence from Spain. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 24, n. 2, p. 121–132, 2017. DOI: 10.1002/csr.1399.

OI. **Relatório de Sustentabilidade: 2015 - exercício 2014**. Disponível em: <https://ri.oi.com.br/relatorios-anuais-not-year/>.

PADULA, Ana Julia Akaishi; ALBUQUERQUE, Pedro Henrique Melo. Corrupção

Governamental no Mercado de Capitais: Um estudo acerca da operação Lava Jato. **Revista de Administração de Empresas**, v. 58, n. 4, p. 405–417, 2018. DOI: 10.1590/s0034-759020180406. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902018000400405&lng=pt&tlng=pt.

PATTEN, Dennis M. Does the market value corporate philanthropy? Evidence from the response to the 2004 tsunami relief effort. **Journal of Business Ethics**, v. 81, n. 3, p. 599–607, 2008. DOI: 10.1007/s10551-007-9534-x.

PETROBRAS. **Relatório de Sustentabilidade 2014**. Disponível em: <https://www.investidorpetrobras.com.br/apresentacoes-relatorios-e-eventos/relatorios-anuais/>.

PINTO, Leonardo José Seixas; FREIRE, Fátima De Souza. Reflexões acerca das diversas proxies para a reputação corporativa nas pesquisas em finanças e/ou contabilidade. **Revista Administração em Diálogo - RAD**, v. 22, n. 2, p. 29–43, 2020. DOI: 10.23925/2178-0080.2020v22i2.40792. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/rad/article/view/40792>.

POLDING, Brian. The Extension of Neutralization Theory to Business Ethics. **Journal of Leadership Studies**, v. 11, n. 2, p. 63–65, 2017. DOI: 10.1002/jls.21529. Disponível em: <http://doi.wiley.com/10.1002/jls.21529>.

PRETEL, Ariel Fernandes; VASCONCELOS, Priscila Elise Alves; OLIVEIRA, Rafael Carvalho Rezende. Responsabilidade penal ambiental e aplicabilidade de princípios constitucionais. **Revista Brasileira de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, v. 7, n. 15, p. 69–82, 2020. DOI: 10.21438/rbgas(2020)071506.

SAMARCO. **Relatório Anual de Sustentabilidade 2014**. Disponível em: <https://www.samarco.com/samarco-divulga-relatorio-de-sustentabilidade/>.

SAMARCO. **Relatório Bienal Sumário**. Disponível em: <https://www.samarco.com/samarco-divulga-relatorio-de-sustentabilidade/>.

SARKAR, Soumya; BHATTACHARJEE, Titas. Impact of Voluntary Disclosures on Corporate Brand Equity. **Corporate Reputation Review**, v. 20, n. 2, p. 125–136, 2017. DOI: 10.1057/s41299-017-0020-9. Disponível em: <http://link.springer.com/10.1057/s41299-017-0020-9>.

SAUERBRONN, João Felipe R.; BARROS, Denise Franca; STREHLAU, Suzane; MELLO DA COSTA, Alessandra de Sá. Pirataria E Download Como Comportamento Desviante E As Técnicas De Neutralização Usadas Pelo Consumidores. **Gestão e Sociedade**, v. 4, n. 8, p. 513–538, 2011. DOI: 10.21171/ges.v4i8.993.

SIEBERT, Sabina; MARTIN, Graeme; SIMPSON, Gavin. Rhetorical strategies of legitimation in the professional field of banking. **Journal of Professions and Organization**, v. 7, n. 2, p. 134–155, 2020. DOI: 10.1093/jpo/joaa010.

SIRLY, Carol Ann Tetrault; LVINA, Elena. From Doing Good to Looking Even Better: The Dynamics of CSR and Reputation. **Business and Society**, v. 58, n. 6, p. 1234–1266, 2019. DOI: 10.1177/0007650315627996.

SYKES, Gresham M.; MATZA, David. Techniques of Neutralization: A Theory of Delinquency. **American Sociological Review**, v. 22, n. 6, p. 664, 1957. DOI: 10.2307/2089195. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/2089195?origin=crossref>.

SZWAJCA, Danuta. Dilemmas of Reputation Risk Management: Theoretical Study. **Corporate Reputation Review**, v. 21, n. 4, p. 165–178, 2018. DOI: 10.1057/s41299-018-0052-9. Disponível em: <https://doi.org/10.1057/s41299-018-0052-9>.

TALBOT, David; BARBAT, Guillaume. Water disclosure in the mining sector: An assessment of the credibility of sustainability reports. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 27, n. 3, p. 1241–1251, 2020. DOI: 10.1002/csr.1880.

TALBOT, David; BOIRAL, Olivier. GHG reporting and impression management: An assessment of sustainability reports from the energy sector. **Journal of Business Ethics**, v. 147, n. 2, p. 367–383, 2018. DOI: 10.1007/s10551-015-2979-4.

TZOUVANAS, Panagiotis; KIZYS, Renatas; CHATZIANTONIOU, Ioannis; SAGITOVA, Roza. Environmental disclosure and idiosyncratic risk in the European manufacturing sector. **Energy Economics**, v. 87, p. 104715, 2020. DOI: 10.1016/j.eneco.2020.104715. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2020.104715>.

ULTRACARGO. **Relatório Anual 2015**. Disponível em: <https://ri.ultra.com.br/listgroup.aspx?idCanal=2eme57XgVSfiFgnt6jdVUQ==&ano=2020>.

ULTRACARGO. **Relatório Anual 2016**. Disponível em: <https://ri.ultra.com.br/listgroup.aspx?idCanal=2eme57XgVSfiFgnt6jdVUQ==&ano=2020>.

VALE. **Relatório de Sustentabilidade 2018**. Disponível em: <http://www.vale.com/brasil/pt/investors/information-market/annual-reports/Paginas/default.aspx>.

VALE. **Relatório de Sustentabilidade 2019**. Disponível em: <http://www.vale.com/brasil/pt/investors/information-market/annual-reports/Paginas/default.aspx>.

VALE. **Relato Integrado 2020**. Disponível em: <http://www.vale.com/brasil/pt/investors/information-market/annual-reports/Paginas/default.aspx>.

VANCE, Anthony; SIPONEN, Mikko T.; STRAUB, Detmar W. Effects of sanctions, moral beliefs, and neutralization on information security policy violations across cultures. **Information and Management**, v. 57, n. 4, p. 103212, 2020. DOI: 10.1016/j.im.2019.103212. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103212>.

VERRECCHIA, Robert E. Discretionary disclosure. **Journal of Accounting and Economics**, v. 5, p. 179–194, 1983. DOI: 10.1016/0165-4101(90)90021-U.

XIA, Xue; TENG, Fei; GU, Xiaolong. Reputation repair and corporate donations: An investigation of responses to regulatory penalties. **China Journal of Accounting Research**,

v. 12, n. 3, p. 293–313, 2019. DOI: 10.1016/j.cjar.2019.06.001. Disponível em:
<https://doi.org/10.1016/j.cjar.2019.06.001>.