

# **FATORES QUE IMPACTAM A DIVULGAÇÃO VOLUNTÁRIA DE INFORMAÇÕES SOCIOAMBIENTAIS NA PERCEPÇÃO DOS GESTORES DE EMPRESAS BRASILEIRAS DE ENERGIA ELÉTRICA**

## **Nayara Batista Moreira**

Mestranda do Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis da UFBA  
Endereço: Praça da Piedade, 06 - Centro. CEP 40060-160 - Salvador-BA  
Telefone: (71) 3283-7569  
E-mail: nmoreira1105@yahoo.com.br

## **José Maria Dias Filho**

Doutor em Controladoria e Contabilidade pela Universidade de São Paulo  
Professor Adjunto da Faculdade de Ciências Contábeis da Universidade Federal da Bahia  
Endereço: Praça da Piedade, 06 - Centro. CEP 40060-160 - Salvador-BA  
Telefone: (71) 3283-7569  
E-mail: zemariadias@uol.com.br

## **Sônia Maria da Silva Gomes**

Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina  
Professora Titular da Faculdade de Ciências Contábeis da Universidade Federal da Bahia  
Endereço: Praça da Piedade, 06 - Centro. CEP 40060-160 - Salvador-BA  
Telefone: (71) 3283-7569  
E-mail: soniagomes3@gmail.com

## **Mirian Gomes Conceição**

Mestranda do Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis da UFBA  
Endereço: Praça da Piedade, 06 - Centro. CEP 40060-160 - Salvador-BA  
Telefone: (71) 3283-7569  
E-mail: mgc.ba@hotmail.com

## **RESUMO**

O presente estudo buscou identificar, com base na Teoria da Legitimidade, quais os fatores impactam a divulgação voluntária de informações socioambientais na percepção dos gestores. Na tentativa de alcançar tal objetivo, desenvolveu-se uma pesquisa descritiva, cuja amostra é composta por gestores de cinco, das dez maiores companhias do setor de energia elétrica no Brasil segundo a Revista Exame 2010. Os dados foram coletados através de questionários e analisados estatisticamente por meio do teste não paramétrico de Kruskal-Wallis, com a finalidade de verificar a existência de diferenças significativas entre as respostas. Posteriormente, os dados foram dispostos em quadros comparativos para análise dos dados. Os resultados encontrados apontam que os principais fatores que impactam a decisão dos gestores em evidenciar informações socioambientais são as preocupações com a imagem e a reputação da empresa, a valorização das ações, a oportunidade de novas fontes de financiamento e a competitividade empresarial. Assim, este estudo buscou contribuir para a discussão da aplicação da teoria da legitimidade como explicativa para aspectos relacionados com a divulgação voluntária de informações socioambientais.

**Palavras-chave:** evidenciação socioambiental; teoria da legitimidade; percepção dos gestores.

**Área temática:** Controladoria de Contabilidade Gerencial

## 1 INTRODUÇÃO

De acordo com Campbell (2007) é importante reconhecer que o terreno institucional em que operam as corporações não é estático. Neste ambiente, há pressões dinâmicas que fluem e refluem, fazendo com que este terreno mude ao longo do tempo. Nos últimos anos, por exemplo, as questões ambientais ganharam maior relevância no cenário empresarial, em função da preocupação da sociedade com o aquecimento global, a exaustão de recursos naturais não renováveis e as possíveis conseqüências negativas desses e outros fenômenos para humanidade.

Na área contábil, estudos sobre as questões ambientais tiveram início na década de 90. Para Clarkson, Richardson e Vasvari (2007) a pesquisa na área da contabilidade socioambiental pode ser categorizada em três grupos: o primeiro grupo, avalia a relevância da informação para performance ambiental corporativa; o segundo grupo, examina os fatores que impactam a decisão gerencial em divulgar informações sobre o passivo ambiental; e o terceiro grupo, identifica se há uma relação entre a evidenciação de informações ambientais e a performance organizacional.

De acordo com Nascimento et al (2009), diversas dessas pesquisas utilizaram a Teoria da Legitimidade, buscando explicar e predizer as práticas de evidenciação voluntária relacionando-as com as expectativas da sociedade, os impactos ambientais, desastres ecológicos, a atuação de grupos ambientalistas e a pressão da comunidade. Dentre os principais pesquisadores que contribuíram para o desenvolvimento de pesquisas nessa perspectiva destacam-se Wilmshurst e Frost (2000), Milne e Patten (2002), O'donovan (2002), Villiers e Staden (2006); Patten e Cho (2007).

Essa crescente preocupação da sociedade por questões socioambientais tem motivado as empresas a investirem na evidenciação desse tipo de informação. O aumento no volume de informações socioambientais de caráter voluntário tem funcionado como instrumento de legitimação para diversas empresas, uma vez que a divulgação de tais informações objetiva evidenciar que as companhias possuem responsabilidade social corporativa. Nesta perspectiva, Mayer e Rowan (1977) afirmam que as organizações alinhadas a regras institucionalizadas ganham legitimidade e aumentam suas chances de sobrevivência.

Segundo Patten (1992) as empresas que tem sua legitimidade ameaçada por questões internas ou externas, tomam medidas de recuperação para legitimar suas atividades. Nesse sentido, Deegan e Rankin (1996), analisando as práticas de divulgação de informações ambientais de empresas australianas acionadas judicialmente por questões de crimes ambientais, constataram que houve um aumento na divulgação de informações ambientais nas empresas envolvidas em processos judiciais desta natureza.

A maioria destes estudos utiliza a teoria da legitimidade para explicar e predizer as diferenças no conteúdo, na apresentação e no volume das divulgações desta natureza, ou seja, analisam o conteúdo desses relatórios. Segundo O'Dwyer (2002) poucos estudos utilizam a perspectiva gerencial para compreender a divulgação de informações socioambientais.

Wilmshurst e Frost (2000) ao investigar quais influências os gestores sofrem na hora de divulgar informações ambientais, identificaram que os principais fatores foram o direito dos investidores e acionistas às informações, as obrigações legais e a preocupação com a comunidade. Além destes fatores, os autores identificaram ainda o interesse e preocupação com os clientes, fornecedores, comunidade, instituições financeiras e a preocupação com uma imagem positiva da empresa.

No Brasil, nenhum estudo foi realizado buscando identificar a percepção dos gestores em relação a evidenciação voluntária de informações socioambientais. Portanto, analisar os fatores que impactam este tipo de divulgação, na percepção dos gestores, é assunto de considerável interesse para a pesquisa em contabilidade, tendo em vista que, a decisão de divulgar ou não essas informações é feita pela administração da empresa.

Nesse sentido, levando em consideração que o comportamento dos gestores pode ser mediado e influenciado por mecanismos institucionalizados, questiona-se: Quais fatores impactam a divulgação voluntária de informações socioambientais na percepção dos gestores?

A partir das considerações acima apresentadas, esta pesquisa objetiva identificar quais os fatores que impactam a divulgação voluntária de informações socioambientais na percepção dos gestores das maiores companhias de energia elétrica do Brasil, segundo a Revista Exame 2010. A escolha da amostra deu-se em função destas companhias possuírem um programa formal de Responsabilidade Social Corporativa (RSC), evidenciando anualmente, Relatório de Sustentabilidade, Global Reporting Initiative (GRI). Além disso, quatro das cinco companhias negociam Crédito de Carbono, Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL).

Esse estudo contribuirá para discussão acerca do uso da teoria da legitimidade para explicar aspectos relacionados com a divulgação voluntária de informações socioambientais e, conseqüentemente, suas implicações sobre os usuários.

O presente artigo está dividido em cinco seções. Essa primeira seção, a introdução, apresenta a contextualização do problema, o objetivo e relevância da pesquisa. A segunda seção traz a fundamentação teórica utilizada no desenvolvimento da pesquisa. A terceira seção descreve a metodologia utilizada na pesquisa empírica. Em seguida, a quarta seção apresenta à análise dos dados. Por fim, a quinta seção traça as considerações finais sobre o estudo e sugestões para pesquisas futuras.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

De acordo com Iudícibus (2010), a contabilidade não pode ser totalmente bem entendida fora do contexto das organizações e de suas metas, as quais nem sempre são, as da racionalidade absoluta e da busca da maior eficiência, como objetivos em si. A percepção de que as aplicações e características dos mecanismos contábeis nem sempre são definidas por motivações objetivas e racionais, especialmente quando se trata de fixação de normas e escolha de métodos, é a proposta da Teoria Institucional para o estudo da contabilidade.

Corroborando com esta percepção, Dias Filho e Machado (2004) afirmam que a Teoria Institucional é um processo mediante o qual valores sociais (práticas, crenças, obrigações) assumem a condição de regra no pensamento e na ação dos indivíduos, estejam eles aglutinados numa organização ou dispersos na sociedade de forma geral. Com base nisso, as organizações nem sempre adotam este ou aquele procedimento por considerá-lo o mais racional em dada circunstância.

A Teoria Institucional indica que as organizações são levadas a incorporar as práticas e procedimentos definidos por conceitos racionalizados de trabalho organizacional prevaletes e institucionalizados na sociedade. As organizações que fazem isto aumentam sua legitimidade e suas perspectivas de sobrevivência, independentemente da eficácia imediata das práticas e procedimentos adquiridos. Nesse sentido, a adoção de determinadas práticas contábeis consideradas como legítimas pela sociedade são adotadas pelas empresas sem uma análise racional dos instrumentos que estão incorporando (TOLBERT; ZUCKER, 2009).

O aparato conceitual da Teoria Institucional pode oferecer grandes contribuições ao repertório da pesquisa empírica em contabilidade, através da caracterização do processo mediante o qual, certos arranjos e práticas organizacionais tornam-se institucionalizados, ou seja, aceitos e percebidos como úteis e racionais. Neste contexto, diversos estudos foram realizados sob a perspectiva da Teoria da Legitimidade buscando verificar até que ponto políticas de evidenciação contábil estão associadas a tentativa de construir, manter ou recuperar legitimidade organizacional.

A evidenciação de informações socioambientais é feita, em sua maioria, de forma voluntária. Por isso, grande parte das pesquisas contábeis nessa área tenta explicar e prever as diferenças no conteúdo, na apresentação e no volume das divulgações desta natureza. A literatura sugere que a evidenciação voluntária de informações socioambientais, através do relatório anual corporativo, pode ajudar a resolver alguns dos problemas que cercam a realização de legitimidade organizacional (DEEGAN, 2002).

A teoria da legitimidade é muito utilizada nesses estudos, apoiando a idéia de que as divulgações de informações socioambientais serão mantidas ou alteradas ao longo do tempo para evitar crises de legitimidade. De acordo com Belal e Owen (2007), inicialmente, estas pesquisas analisaram o conteúdo desses relatórios, com perspectivas de legitimidade, das partes interessadas e as teorias da economia política utilizada, na tentativa de explicar, ao invés de simplesmente descrever a prática. Confirmam esta atitude os trabalhos de Patten (1992), Deegan e Rankin (1996), Deegan e Gordon (1996), Deegan (2002), O'Donovan (2002).

Deegan e Rankin (1996) verificaram que as empresas são mais propensas a apresentar informações em seus relatórios ambientais que sejam favoráveis à sua imagem corporativa, e tendem a omitir informações de natureza negativa que possam impactar em sua legitimidade perante a sociedade.

Nesse contexto, Patten e Cho (2007) afirmam que a Teoria da Legitimidade de Divulgação Social sugere que a divulgação e extensão de informações socioambientais é uma função de exposição a pressão da opinião pública no ambiente social e político. Com base nesta teoria, as empresas que enfrentam uma maior exposição, como as empresas com pior desempenho ambiental, forneceriam mais ampla compensação ou divulgações ambientais positivas, numa tentativa conter ameaças à sua legitimidade. Este estudo comprovou que a divulgação ambiental é utilizada como uma ferramenta de legitimidade.

No entanto, segundo O'Dwyer (2002) poucos estudos utilizam a perspectiva gerencial para compreender a divulgação de informações socioambientais. As pesquisas nessa área tem procurado oferecer explicações para as decisões corporativas em evidenciar tais informações em seus relatórios anuais. Nesse sentido, alguns estudos buscam identificar os fatores gerenciais para evidenciação voluntária de informações sociais, com embasamento conceitual da teoria da legitimidade (O'DWYER, 2002; O'DWYER, 2003; BELAL E OWEN, 2007).

O'dwyer (2002), através de entrevistas com gerentes na Irlanda, identificou que o principal fator para divulgação voluntária de informações socioambientais foi a pressão social externa – exercidas pela comunidade, grupos ambientais e meios de comunicação – que possuía forte potencial de prejudicar os interesses econômicos da organização. Além disso, O'dwyer (2002) encontrou evidências de que a maioria das empresas estava interessada em serem vistas com algum tipo de consciência social, seja sobre meio ambiente, segurança no trabalho, etc. Na percepção dos gestores entrevistados, reagir a determinadas preocupações sociais ou ambientais por divulgações podem atuar para legitimar a organização, no entanto, quando essas evidenciações são percebidas como inúteis para a estratégia de legitimação, os gestores desistem de algumas formas de divulgação ambiental (O'DWYER, 2002).

O'dwyer (2003) elenca três principais justificativas que sustentam a aceitação da responsabilidade social corporativa, segundo a percepção dos grandes executivos da Irlanda, a saber: 1) interesse próprio esclarecido proativo; 2) interesse próprio esclarecido reativo; e 3) obrigações/deveres.

Em relação a primeira justificativa, interesse próprio esclarecido proativo, O'dwyer (2003) identificou que o auto interesse econômico, melhorar a marca e a imagem da empresa foram considerados os principais fatores para a evidenciação de informações socioambientais. A maioria dos gestores entrevistados concordou que a gestão eficaz das questões sociais permite a organização cumprir o seu objetivo primário de maximizar o valor acionista. Alguns

gestores, afirmaram ainda, que o papel social e econômico de uma organização não deve ser visto como estando em conflito, pois, eles são complementares e não incompatíveis.

Na segunda justificativa, interesse próprio esclarecido reativo, O'dwyer (2003) identificou que o principal fator para a evidenciação voluntária de informações socioambientais é a pressão externa imposta às empresas que decorrem muitas vezes das comunidades locais, grupos de pressão e dos meios de comunicação. Nesse sentido, as empresas de setores com maior impacto ambiental publicamente percebido tendem a ser muito sensíveis às pressões sociais externas.

A terceira justificativa, obrigações/deveres segundo O'dwyer (2003), inicialmente foi proferida de maneira geral como resultante de uma perspectiva ampla moralista e foi percebida pelo entrevistador como independentemente de qualquer consequência econômica. No entanto, essa percepção é contraditória, pois ao mesmo tempo em que os gerentes afirmaram que as obrigações são devidas a toda a sociedade, independentemente dos impactos econômicos, defenderam que a responsabilidade social corporativa apoiava os objetivos econômicos da organização, a fim de ser amplamente aceita.

Belal e Owen (2007), examinando o ponto de vista dos gestores de Bangladesh, identificaram que a evidenciação voluntária de informações socioambientais foi impulsionada pela preocupação de melhorar a imagem da empresa e pela pressão externa exercida principalmente pelos financiadores de capital e compradores internacionais. Além disso, os autores identificaram que os entrevistados de empresas multinacionais pareciam muito mais conscientes das influências internas, decorrentes de uma necessidade de manter boas relações com o governo e atrair funcionários devidamente qualificados. Um pequeno número de entrevistados apontou ainda, a influência de ONG's nacionais e órgãos comunitários. Neste estudo, poucos entrevistados fizeram menção específica à necessidade de atender as prioridades sociais.

Diante do exposto, observa-se que a exploração dos fatores gerenciais para a divulgação de informações socioambientais tem posição de destaque dentro da comunicação social corporativa. Esta análise através da perspectiva da legitimidade é bastante relevante, pois busca explicar, ao invés de simplesmente descrever a prática.

### **3 MÉTODO DE PESQUISA**

Esta pesquisa teve como objetivo identificar quais os fatores que impactam a divulgação voluntária de informações socioambientais na percepção dos gestores das maiores companhias de energia elétrica do país, segundo a Revista Exame 2010. Em função dos objetivos deste estudo, e baseando-se em Gil (2002), esta pesquisa classifica-se como descritiva, pois procura descrever as características de populações ou fenômenos.

Quanto aos procedimentos, esta pesquisa se caracteriza como levantamento. Conforme Santos (2001), esse tipo de pesquisa busca informação diretamente com um grupo de interesse a respeito dos dados que se deseja obter. O levantamento é geralmente desenvolvido em três etapas: seleciona-se uma amostra significativa, aplicam-se questionários, formulários ou entrevistam-se diretamente os indivíduos; os dados são tabulados e analisados quantitativamente, com o auxílio de cálculos estatísticos; os resultados obtidos são, então, aplicados, com margem de erro estatisticamente prevista, ao universo gerador da amostra (SANTOS, 2001).

A população escolhida para investigação foi constituída pelo conjunto de companhias classificadas entre as 500 maiores empresas do Brasil por faturamento, segundo a Revista Exame (2010), a partir dela, delimitou-se a amostra selecionando as 10 maiores empresas atuantes no setor de energia. Em seguida, essas empresas foram contatadas por telefone e convidadas a participar da pesquisa. Do total das 10 empresas listadas na base de dados consultada, 5 concordaram em participar da investigação e responderam ao questionário.

O questionário utilizado para coleta dos dados desta pesquisa foi composto de três partes, seguindo as justificativas apresentadas por O'dwyer (2003): 1) interesse próprio esclarecido proativo; 2) interesse próprio esclarecido reativo; e 3) obrigações/deveres. As questões inseridas em cada seção foram baseadas nas respostas apresentadas nos trabalhos de O'dwyer (2002), O'dwyer, (2003) e Belal e Owen (2007). No entanto, tendo em vista que essas pesquisas foram qualitativas, feitas através de entrevista, optou-se por deixar um espaço em branco ao final de cada parte, caso o gestor tivesse interesse em acrescentar outros fatores.

A escolha do questionário, como instrumento de coleta de dados, foi motivada pela distância geográfica existente entre as sedes das companhias de eletricidade do Brasil, que tornou inviável o procedimento metodológico de entrevista. Nesse sentido, foram elaboradas 27 questões assertivas de múltiplas alternativas, que foram dispostas em escala Likert de 1 a 5. Nesta dimensão, pode-se imaginar uma escala contínua que apresenta em cada um dos pólos uma das duas categorias, discordo totalmente e concordo totalmente.

O questionário foi disponibilizado on-line no *Google Docs*. Os dados foram submetidos ao *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS), versão 15.0 e analisados utilizando o teste não paramétrico de Kruskal-Wallis, com a finalidade de comparar a média das respostas dos entrevistados. De acordo com Bruni (2009) este teste deve ser empregado na análise do fato de K ( $K > 2$ ) amostras independentes serem ou não originárias de populações com médias iguais.

Após a análise estatística os resultados foram analisados à luz do referencial teórico, para em seguida traçar considerações em relação aos resultados encontrados na pesquisa.

#### 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A presente análise estatística teve como objetivos principais: (1) apresentar o perfil da amostra pesquisada e (2) comparar as respostas dos pesquisados dispostas na escala Likert. Para isso, foi utilizado o teste de Kruskal-Wallis para as variáveis não consideradas normais. Para relacionar às dimensões do escalonamento às assertivas da escala Likert, foi feito o agrupamento das assertivas em três diferentes categorias, discordo (1 a 3), neutro (4) e concordo (5 a 7). O questionário foi aplicado a cinco gestores de companhias de energia elétrica do país, todos trabalham diretamente com o setor de meio ambiente. Constatou-se que todos possuem nível superior, onde três dos respondentes são graduados em contabilidade, um é graduado em economia e outro em engenharia elétrica. Além disso, todos os gestores são pós-graduados.

Devido ao tamanho reduzido da amostra, foi utilizado o teste de Kruskal Wallis para fazer as comparações das respostas dos pesquisados. Os resultados deste teste são apresentados a seguir:

Quadro 1 – Teste de Kruskal-Wallis.

Assertivas	Qui-Quadrado	Graus de Liberdade	Significância
1. Maximizar o valor para o acionista	4,000	4	0,406
2. Melhorar a imagem da empresa perante a sociedade	4,000	4	0,406
3. Aumentar a valor das ações da empresa	4,000	4	0,406
4. Promover uma reputação de comunicação confiável e transparente	4,000	4	0,406
5. Oportunizar novas fontes de financiamento e capital	4,000	4	0,406
6. Obter incentivos fiscais e políticas públicas	4,000	4	0,406
7. Reduzir o custo de capital	4,000	4	0,406
8. Manter a posição competitiva da empresa	4,000	4	0,406
9. Reduzir o risco de possíveis ações	4,000	4	0,406
10. Evitar impactos ambientais potencialmente danosos	4,000	4	0,406
11. Antecipar-se aos requisitos legalmente impostos	4,000	4	0,406

O Quadro 1 visa identificar a percepção dos gestores em relação aos fatores relacionados com a primeira justificativa apresentada por O'dwyer (2003), interesse próprio esclarecido proativo. A análise desse quadro permitiu identificar que a significância do teste de Kruskal-Wallis apresentou o valor 0,406 para todas as assertivas, tendo em vista que esse valor é superior a 0,05 conclui-se que as opiniões dos gestores pesquisados em relação às variáveis apresentadas abaixo não apresentam diferenças significativas.

Para analisar mais detalhadamente, agruparam-se as opiniões dos gestores em relação a esses quesitos no Quadro 2. Nesse sentido, a frequência das respostas “discordo totalmente” e “discordo parcialmente” foram agrupadas como “discordo” e as opções “concordo totalmente” e “concordo parcialmente” como concordo.

Quadro 2 – Frequência das Respostas.

Assertivas	Discordo	Neutro	Concordo
1. Maximizar o valor para o acionista	1	0	4
2. Melhorar a imagem da empresa perante a sociedade	0	0	5
3. Aumentar a valor das ações da empresa	1	1	3
4. Promover uma reputação de comunicação confiável e transparente	0	0	5
5. Oportunizar novas fontes de financiamento e capital	1	0	4
6. Obter incentivos fiscais e políticas públicas	0	2	3
7. Reduzir o custo de capital	1	2	2
8. Manter a posição competitiva da empresa	0	0	5
9. Reduzir o risco de possíveis ações	0	0	5
10. Evitar impactos econômicos potencialmente danosos	2	0	3
11. Antecipar-se aos requisitos legalmente impostos	0	2	3

A partir da análise do Quadro 2, constatou-se que os pesquisados tendem a concordar com todas as assertivas exceto a 7. Nesse sentido, a maioria dos gestores concordam que a evidenciação voluntária de informações socioambientais maximiza o valor para o acionista (assertiva 1), melhora a imagem da empresa (assertiva 2), aumenta o valor das ações da empresa (assertiva 3), promove uma reputação de comunicação confiável e transparente (assertiva 4), oportuniza novas fontes de financiamento e capital (assertiva 5), oportuniza a obtenção de incentivos fiscais e políticas públicas (assertiva 6), mantém a posição competitiva da empresa (assertiva 8), reduz o risco de possíveis ações (assertiva 9), evita impactos econômicos potencialmente danosos (assertiva 10) e permite a companhia antecipar-se aos requisitos legalmente impostos (assertiva 11).

As opiniões expressas pelos gestores corroboram com os estudos considerados anteriormente, O'dwyer (2002), O'dwyer (2003), Belal e Owen (2007). Nesse sentido, pode-se afirmar com propriedade, que na percepção dos pesquisados, os fatores proativos que mais impactam a evidenciação voluntária de informações socioambientais são as preocupações com a imagem da empresa, a competitividade empresarial, a redução do risco de possíveis ações, a maximização do valor do acionista, a oportunidade de novas fontes de financiamento, a valorização das ações, evitar impactos econômicos potencialmente danosos e a antecipação aos requisitos legalmente impostos.

Esse resultado é consistente com a teoria da legitimidade, tendo em vista que a evidenciação de tais informações pode contribuir para fortalecer a imagem da empresa, garantindo sua prosperidade, ou até mesmo, sua sobrevivência. Isso sugere que a evidenciação socioambiental é utilizada para construir uma imagem de organização socialmente responsável.

A teoria da legitimidade, também prevê que os procedimentos contábeis são influenciados pelo ambiente político, econômico e institucional em que opera (Miller, 1994). Portanto, a influência dos grupos de interesse, também pode ser considerada um fator para manter a legitimidade organizacional. Buscou-se identificar através das assertivas 12 a 23 se

alguns desses grupos de interesse influenciam, na percepção dos gestores, o disclosure de informações socioambientais das companhias pesquisadas.

O Quadro 3 visa identificar a percepção dos gestores em relação aos fatores relacionados com a segunda justificativa apresentada por O'dwyer (2003), interesse próprio esclarecido reativo. A análise desse quadro permitiu identificar que a significância do teste de Kruskal-Wallis apresentou o valor 0,406 para todas as assertivas, tendo em vista que esse valor é superior a 0,05 conclui-se que as opiniões dos gestores pesquisados em relação às variáveis apresentadas abaixo não apresentam diferenças significativas.

Quadro 3 – Teste de Kruskal-Wallis.

Assertivas	Qui-Quadrado	Graus de Liberdade	Significância
12. Pressão exercida pelos dos agentes reguladores	4,000	4	0,406
13. Pressão exercida pelos acionistas	4,000	4	0,406
14. Pressão exercida pelas ONG's	4,000	4	0,406
15. Pressão exercida pela comunidade	4,000	4	0,406
16. Pressão exercida pelos financiadores de capital	4,000	4	0,406
17. Pressão exercida pelos clientes	4,000	4	0,406
18. Pressão exercida pela mídia (meios de comunicação)	4,000	4	0,406
19. Pressão exercida pelos grupos ambientais	4,000	4	0,406
20. Pressão exercida pelo governo	4,000	4	0,406
21. Pressão exercida pelos credores	4,000	4	0,406
22. Pressão exercida pelos funcionários	4,000	4	0,406
23. Pressão exercida pelos grupos de lobby ambiental	4,000	4	0,406

Para analisar mais detalhadamente, as opiniões dos gestores foram agrupadas em relação a esses quesitos no Quadro 4. Nesse sentido, a frequência das respostas “discordo totalmente” e “discordo parcialmente” foram agrupadas como “discordo” e as opções “concordo totalmente” e “concordo parcialmente” como concordo.

Quadro 4 – Frequência das Respostas.

Assertivas	Discordo	Neutro	Concordo
12. Pressão exercida pelos dos agentes reguladores	1	1	3
13. Pressão exercida pelos acionistas	2	0	3
14. Pressão exercida pelas ONG's	2	1	2
15. Pressão exercida pela comunidade	1	0	3
16. Pressão exercida pelos financiadores de capital	1	1	3
17. Pressão exercida pelos clientes	1	0	3
18. Pressão exercida pela mídia (meios de comunicação)	0	2	3
19. Pressão exercida pelos grupos ambientais	3	0	2
20. Pressão exercida pelo governo	1	1	3
21. Pressão exercida pelos credores	1	0	4
22. Pressão exercida pelos funcionários	1	0	4
23. Pressão exercida pelos grupos de lobby ambiental	2	2	1

A partir da análise do Quadro 4, constatou-se que os pesquisados tendem a concordar com todas as assertivas exceto a 14, 19 e 23. Nesse sentido, a maioria dos gestores concorda que as principais fontes de pressões sociais para evidenciação voluntária de informações socioambientais são as exercidas pelos agentes reguladores (assertiva 12), acionistas (assertiva 13), comunidade (assertiva 15), financiadores de capital (assertiva 16), clientes (assertiva 17), mídia (assertiva 18), governo (assertiva 20), credores (assertiva 21) e funcionários (assertiva 22).

As opiniões expressas pelos gestores corroboram com os estudos considerados anteriormente, Wilmschurst e Frost (2000), O'dwyer (2002), O'dwyer (2003), Belal e Owen (2007). Nesse sentido, pode-se afirmar, que na percepção dos pesquisados, os fatores reativos



que mais impactam a evidenciação voluntária de informações socioambientais são as pressões exercidas credores, funcionários, agentes reguladores, acionistas, comunidade, financiadores de capital, clientes, mídia e governo. Esse resultado é consistente com a teoria da legitimidade, tendo em vista que, segundo Patten e Cho (2007), a divulgação e extensão de informações socioambientais é uma função de exposição às pressões estruturais encontradas por esses gestores no ambiente social e político.

Bucholz (1987 apud O'dwyer, 2003) argumentou que a responsabilidade é um termo moral e implica a obrigação de alguém ou algo. O Quadro 5 visa identificar a percepção dos gestores em relação aos fatores relacionados com a terceira justificativa apresentada por O'dwyer (2003), obrigação/deveres. Nesse sentido, a percepção dos gestores foi analisada nas assertivas focando a ampliação das responsabilidades das empresas no interesse da sociedade em geral.

A análise desse quadro permitiu identificar que a significância do teste de Kruskal-Wallis apresentou o valor 0,406 para todas as assertivas, tendo em vista que esse valor é superior a 0,05 conclui-se que as opiniões dos gestores pesquisados em relação às variáveis apresentadas abaixo não apresentam diferenças significativas.

Quadro 5 – Teste de Kruskal-Wallis.

Assertivas	Qui-Quadrado	Graus de Liberdade	Significância
24. Proteger o meio ambiente	4,000	4	0,406
25. Proteger o interesse do acionista	4,000	4	0,406
26. Contribuir para o desenvolvimento da sociedade	4,000	4	0,406
27. Contribuir para o desenvolvimento dos funcionários	4,000	4	0,406

Objetivando analisar mais detalhadamente, agruparam-se as opiniões dos gestores em relação a esses quesitos no Quadro 4. Nesse sentido, a frequência das respostas “discordo totalmente” e “discordo parcialmente” foram agrupadas como “discordo” e as opções “concordo totalmente” e “concordo parcialmente” como concordo.

Quadro 6 – Frequência das Respostas.

Assertivas	Discordo	Neutro	Concordo
24. Proteger o meio ambiente	0	0	5
25. Proteger o interesse do acionista	1	0	4
26. Contribuir para o desenvolvimento da sociedade	0	0	5
27. Contribuir para o desenvolvimento dos funcionários	0	0	5

As percepções dos gestores expressas no Quadro 6, corroboram com o estudo de O'dwyer (2003). Verifica-se que a maioria dos gestores concorda que a evidenciação voluntária de informações ambientais tem o sentido de proteger o meio ambiente, proteger o interesse do acionista, contribuir para o desenvolvimento da sociedade e dos funcionários. Deve-se ressaltar, entretanto, que segundo O'dwyer (2003), a conotação moralista, obrigação e dever, muitas vezes é interpretada como sendo dependente e não independente sucesso econômico.

Diante do exposto, verifica-se que a responsabilidade social empresarial faz parte da estratégia de negócio das empresas pesquisadas. Os resultados encontrados corroboram com o aparato conceitual da teoria da legitimidade. A análise de significância feita através do Teste de Kruskal-Wallis permitiu concluir que não há diferença significativa entre as médias para todas as assertivas propostas.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve por objetivo identificar, com o aparato conceitual da Teoria da Legitimidade, quais os fatores impactam a divulgação voluntária de informações socioambientais na percepção dos gestores. A teoria que fundamentou esta pesquisa estabelece que a divulgação voluntária de informações socioambientais está associada à tentativa de construir, manter ou recuperar legitimidade organizacional.

Os resultados da pesquisa apontam que os principais fatores que impactam a evidenciação voluntária de informações socioambientais são as preocupações com a imagem da empresa, a competitividade empresarial, a redução do risco de possíveis ações, a maximização do valor do acionista, a oportunidade de novas fontes de financiamento, a valorização das ações, evitar impactos econômicos potencialmente danosos e a antecipação aos requisitos legalmente impostos

Tais achados são consistentes com o aparato conceitual da teoria da legitimidade, tendo em vista que, os gestores acreditam que a evidenciação de tais informações contribui para fortalecer a imagem da empresa. Isso sugere que a evidenciação socioambiental é utilizada para construir uma imagem de organização socialmente responsável. Verifica-se também, que a responsabilidade social empresarial faz parte da estratégia de negócio destas companhias, garantindo sua posição competitiva, prosperidade, e até mesmo, sua sobrevivência no mercado.

A teoria da legitimidade prevê ainda, que a divulgação e extensão de informações socioambientais é uma função de exposição às pressões estruturais encontradas por esses gestores no ambiente social e político (PATTEN E CHO, 2007). Nesse contexto, verifica-se que as companhias pesquisadas sofrem pressões dos credores, dos funcionários, dos agentes reguladores, dos acionistas, da comunidade, dos financiadores de capital, dos clientes, da mídia e do governo.

Além disso, verificou-se a percepção dos gestores focando na ampliação das responsabilidades das empresas no interesse da sociedade em geral. Nesse sentido, os resultados apontaram que os gestores concordam que a evidenciação voluntária de informações ambientais tem o sentido de proteger o meio ambiente, proteger o interesse do acionista, contribuir para o desenvolvimento da sociedade e dos funcionários. Essa perspectiva demonstra que as obrigações são vistas como devidas e colaboram para o sucesso do resultado econômico da empresa.

Deve-se ressaltar, entretanto, que o resultado da investigação não pode ser generalizado. Na busca de ampliar esta pesquisa e aprofundar esta discussão, novas investigações podem verificar a percepção dos gestores de todas as empresas deste segmento, comparando e relacionado o resultado entre as companhias de eletricidade estatais e privadas, visando identificar se há diferenças significativas entre as respostas. Outra sugestão de pesquisa é analisar a percepção dos gestores das companhias que negociam na BM&FBOVESPA e participam do programa de Responsabilidade Social da mesma, assim os resultados poderão ser relacionados com o nível de governança corporativa, o desempenho, o tamanho e o volume de evidenciação voluntária de informações socioambientais.

De acordo com Deegan (2002) a legitimidade ainda é uma teoria pouco desenvolvida e não consegue fornecer previsões precisas. Assim, este estudo busca contribuir para a discussão do uso da teoria da legitimidade como explicação para aspectos relacionados com a divulgação voluntária de informações socioambientais.

## REFERÊNCIAS

BELAL, A.R; OWEN, D. L. The views of corporate managers on the current state of, and future prospects for, social reporting in Bangladesh: An engagement-based study. AAAJ – Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 20, No. 3, p. 472 – 494, 2007.

BRUNI, A. L. SPSS Aplicado à Pesquisa Acadêmica. São Paulo: Atlas, 2009.

CAMPBELL, J. L. Why Would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An Institutional Theory of Corporate Social Responsibility. Academy of Management Review. Vol. 32, No. 3, p. 946–967, 2007.

CLARKSON, P. M. et al. Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis. AOS – Accounting, Organizations and Society, (2007), doi:10.1016/j.aos.2007.05.003.

DEEGAN, C. The legitimizing effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. AAAJ – Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 15, No. 3, p. 282-311, 2002.

DEEGAN, C.; GORDON, B. A study of the environmental disclosures practices of Australian corporations. Accounting and Business Research. Vol. 26, No. 3, p. 187-199, 1996.

DEEGAN, C.; RANKIN, M. Do Australian companies report environmental news objectively? An analysis of environmental disclosure by firms prosecuted successfully by the environmental protection authority. Accounting, Auditing e Accountability Journal. Vol. 9, p. 50 – 67, 1996.

DIAS FILHO, J. M; MACHADO, L. H. B. Abordagens da Pesquisa em Contabilidade. In: IUDÍCIBUS, S. de. ; LOPES, A. B. Teoria avançada da contabilidade. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

IUDÍCIBUS, S. de. Teoria da Contabilidade. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M. A. Fundamentos da Metodologia Científica. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MILNE, M.; PATTEN, D. Securing organizational legitimacy: an experimental decision case examining the impact of environmental disclosures. AAAJ – Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 15, No. 3, p. 372-405, 2002.

NASCIMENTO, A. R. et al. Disclosure Social e Ambiental: análises das pesquisas científicas veiculadas em periódicos de língua inglesa. Revista Contabilidade Vista & Revista. Universidade Federal de Minas Gerais. Vol. 20, No. 1, p. 15-40. 2009.

O'DONOVAN, G. Environmental disclosures in the annual report: extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. AAAJ – Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 15, Non. 3, p. 344-371, 2002.

- O'DWYER, B. "Managerial perceptions of corporate social disclosure: an Irish story". AAAJ – Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 15 No. 3, p. 406-36, 2002.
- O'DWYER, B. "Conceptions of corporate social responsibility: the nature of managerial capture". AAAJ – Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 16 No. 4, p. 523-57, 2003.
- PATTEN, D. M. Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: a note on legitimacy theory. Accounting, Organizations and Society. Vol. 15, No. 5, p. 471-475, 1992.
- PATTEN, D.; CHO, C. The role of environmental disclosures as tools of legitimacy: a research note. AOS – Accounting, Organizations and Society, Vol. 32, p. 639-647, 2007.
- SANTOS, A. R. dos. Metodologia Científica: a construção do conhecimento. 4 ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2001.
- TOLBERT, Pamela S.; ZUCKER, Lynne G. A Institucionalização da Teoria Institucional. In: Clegg, S., Hardy, C. & Nordy, W. Handbook de Estudos Organizacionais. Atlas, p. 196-219, 1999.
- VILLIERS, C.; STADEN, C. Can Less Environmental disclosure have a legitimizing effect? Evidence from Africa. AOS – Accounting, Organizations and Society, Vol. 31, p. 763-781, 2006.
- WILMSHURT, T.; FROST, G. Corporate environmental reporting a test of legitimacy theory. AAAJ – Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 19, No. 4, p. 564-591, 2000.