

Evidenciação Social Corporativa: Estudo de Caso Da Empresa Petróleo Brasileiro S.A.

Moacir Sancovschi

Faculdade de Administração e Ciências Contábeis - UFRJ
Programa de Mestrado em Ciências Contábeis
Av. Pasteur 250, sala 252 – Praia Vermelha – Cep:22290-240
E-mail: mefsancov@uol.com.br

Adolfo Henrique Coutinho e Silva

Faculdade de Administração e Ciências Contábeis - UFRJ
Programa de Mestrado em Ciências Contábeis
Av. Pasteur 250, sala 252 – Praia Vermelha – Cep:22290-240
E-mail: asilva@bndes.gov.br

Resumo: O presente estudo documenta e analisa a forma como a empresa Petróleo Brasileiro S.A. utilizou a evidenciação voluntária de informações sociais em seus relatórios anuais, no período de 1993 a 2002, para encaminhar questões relacionadas com sua atividade, frente a uma possível ameaça ou perda de legitimidade. Baseado na teoria da legitimidade e na hipótese do custo político demonstra-se que a empresa analisada utilizou seus relatórios anuais para encaminhar questões negativas relacionados aos acidentes ambientais gerados por suas atividades. Demonstra-se também que a empresa utilizou determinadas estratégias de evidenciação de informações sociais. Quanto ao tipo de argumentação, são apresentados trechos do relatório anual que demonstram a existência de argumentos em benefício próprio na explicação dos problemas relacionados às atividades da empresa. Isto é, os administradores da empresa concentram-se em apresentar informações sociais que enfatizam aspectos positivos. Em suma, este estudo mostra que, consciente ou inconscientemente, os administradores da empresa analisada adotam determinados padrões quanto à forma e ao conteúdo da evidenciação de informações sociais nos relatórios anuais como parte de um processo de recuperação da sua legitimidade.

Palavras-chave: evidenciação voluntária, balanço social, responsabilidade social

Abstract: This study presents and analyses how Petróleo Brasileiro S.A. — the Brazilian's oil company — employed voluntary social information disclosure in its annual reports (from 1993 to 2002) for dealing with questions related to its business activities, considering a possible threat or loss of legitimacy. Based on legitimacy theory and political cost assumption, Petróleo Brasileiro S.A. has used its annual reports for dealing with questions related to environmental accidents caused by its business activities; and it has also adopted some disclosure strategies for providing social information. Extracts from the annual reports presented by Petróleo Brasileiro S.A. indicate the use of certain arguments for explaining problems in company's favor. In other words, managers focus on social informations that emphasize positive aspects. Briefly, this study shows that company's managers have adopted some standards related to social information disclosure format and content in annual reports as part of a legitimacy recovering process.

Key words: social disclosure, social report, social responsibility

1. Introdução

O principal objetivo deste estudo é descrever como os administradores de uma empresa brasileira com alto custo político, a Petróleo Brasileiro S.A., fez uso da evidenciação voluntária de informações sociais em seus relatórios anuais, no período de 1993 a 2002, para encaminhar questões negativas relacionadas com suas atividades, frente a uma possível ameaça ou perda de legitimidade.

Apesar da existência de um conjunto de normas que regulam a forma e o conteúdo dos relatórios anuais, os administradores ainda têm flexibilidade na preparação destes. A quantidade e a natureza das informações, inclusive as ligadas às questões sociais, que podem ser evidenciadas voluntariamente são bastante grandes. Assim, a cada ano, na preparação do relatório anual, os administradores de empresas fazem escolhas sobre questões e relacionamentos sociais que eles consideram suficientemente importantes ou problemáticos para serem encaminhados publicamente via relatório anual.

Diante desse contexto, a evidenciação social voluntária parece ser um meio de os administradores proverem informações sobre as atividades, produtos e objetivos de suas empresas de modo a legitimar seu comportamento, especialmente em momentos em que essas empresas tenham suas atividades, seus produtos ou seus objetivos questionados.

A evidenciação voluntária de informações sociais nos relatórios anuais pelos administradores pode ser considerada um importante meio de as organizações estabelecerem e manterem sua legitimidade. A inclusão voluntária de informações sociais e ambientais na parte narrativa do relatório anual também pode ajudar o administrador a transmitir a idéia de que a sua empresa está agindo de uma maneira socialmente responsável e, assim, defender seus valores, suas idéias, suas decisões e suas ações.

Além dessa seção introdutória que apresenta o objetivo do estudo, este artigo possui outras quatro seções. A seção 2, revisão de literatura, trata de questões relacionadas com a evidenciação social corporativa. Na seção 3, descreve-se a metodologia empregada neste estudo para se alcançarem os objetivos propostos. A seção 4 documenta e analisa a forma como os administradores da empresa Petróleo Brasileiro S.A. utilizaram os relatórios anuais para comunicar informações sociais de modo a legitimar as atividades da empresa. Por fim, na seção 5, são apresentadas as considerações finais.

2. Revisão de Literatura

O plano de referência desse estudo auxilia na compreensão de três questões centrais: (1) por que os administradores de empresas promovem a evidenciação social voluntária?; (2) Quais as formas que esta evidenciação social pode ser apresentada nos relatórios anuais?; e (3) Que tipo de argumentação é normalmente utilizada?

Quanto a primeira questão, utiliza-se a teoria da legitimidade e a hipótese do custo político para explicar as possíveis razões que levam os administradores a promover a evidenciação social em bases voluntárias. Na análise de como esse fenômeno se manifesta, segunda e terceira questões, a bibliografia adotada sugere que os administradores de empresas podem utilizar determinadas estratégias de evidenciação, bem como são tentados a apresentar argumentos em benefício próprio.

2.1 Teoria da legitimidade e a hipótese do custo político

PATTEN (1992), um dos proponentes da teoria da legitimidade, argumenta que as empresas podem legitimar suas ações por meio da evidenciação voluntária de informações sociais e ambientais no relatório anual. Nesse sentido, segundo ele, a legitimidade organizacional é um conceito que pode ser empregado para ampliar o entendimento da motivação que os administradores têm para gerar uma evidenciação social corporativa em bases voluntárias.

De acordo com a teoria da legitimidade, a organização busca a condição (ou estado) na qual o seu sistema de valor esteja em conformidade com os valores do sistema social maior, do qual ela faz parte (LINDBLÖM, 1994). Sendo assim, quando uma disparidade ocorre ou está prestes a ocorrer entre esses dois sistemas de valor, há uma redução ou ameaça à legitimidade da organização.

O'DONOVAN (2002: 344) argumenta que a teoria da legitimidade é baseada na idéia de que, para continuar a operar com sucesso, as empresas devem agir dentro de fronteiras que a sociedade identifica como um comportamento socialmente aceito, ou seja, a existência das empresas depende da vontade da sociedade de permitir que elas continuem a operar.

A grande probabilidade de trocas adversas na percepção da sociedade de como uma organização está agindo, opera como um fator de incentivo para os administradores tentarem gerenciar a legitimidade de sua empresa. Assim, quando ocorrer uma ameaça presente ou potencial à legitimidade da empresa decorrente de um evento negativo, os administradores podem tentar mudar a percepção dos que estão do lado de fora, com o objetivo de aumentar a congruência entre as atividades da organização e a expectativa da sociedade.

Nesse contexto, LINDBLÖM (1994) argumenta que a busca dos administradores por legitimar suas ações gera significativo impacto na forma e no conteúdo da evidência social corporativa. Segundo a autora, os administradores das empresas podem tentar alterar, por meio da divulgação de informações em seus relatórios anuais, as percepções sociais, as expectativas, ou os valores da sociedade como parte de um processo de legitimação.

Baseados nestas idéias, alguns autores relacionaram a teoria da legitimidade a evidência social voluntária apresentada pelos administradores nos relatórios anuais. O estudo de PATTEN (1992), por exemplo, buscou explicar o aumento da evidência social nos relatórios anuais como uma tentativa de se recuperar a legitimidade afetada por um acidente ambiental. Esse autor examinou a evidência ambiental nos relatórios anuais de 22 empresas do setor de petróleo nos anos de 1988 e 1989, com o objetivo de comparar o efeito do derramamento de óleo, no Alasca em 24 de março de 1989, provocado pela empresa EXXON (caso conhecido como "EXXON VALDEZ"), sobre a evidência ambiental contida no relatório anual das empresas do setor de petróleo. Dada a magnitude do evento, houve uma significativa cobertura no relatório anual de 1989 da empresa. Aproximadamente 3,5 páginas de relatório foram dedicadas ao acidente. Além disso, a empresa incluiu outras 2,5 páginas de evidência ambiental não relacionadas ao evento. Em contraste, apenas 0,6 página de informação ambiental tinha sido incluída no relatório anual de 1988 (PATTEN, 1992: 472). Como conclusão, PATTEN (1992) notou que a média de evidência ambiental das empresas do setor (na seção financeira e na seção não financeira) aumentou de 0,61 página em 1988, para 1,90 página em 1989. Também foram revistos 43 relatórios anuais nos anos de 1985, 1986 e 1987. Nesse período, a média de evidência ambiental foi de 0,47 página.

Segundo PATTEN (1992: 475), o aumento na evidência ambiental das empresas da indústria de petróleo pode ser interpretado como uma evidência de suporte à teoria da legitimidade, pois parece que, ao menos para a evidência ambiental, a ameaça à legitimidade leva as empresas a incluírem em seus relatórios anuais mais informações sobre responsabilidade social.

Além da busca pela legitimidade, a hipótese dos custos políticos tem também sido discutida em estudos que tentam explicar os motivos da inclusão de informações sociais nos relatórios anuais. O desejo dos administradores de evitar ou reduzir a intervenção política, por exemplo, pode influenciar também a quantidade e a natureza da evidência social e ambiental apresentada pelas empresas.

WATTS e ZIMMERMAN (1990) afirmam que as empresas incorrem em custos contratuais de informação e de *lobby* decorrentes do processo político, e sugerem que os custos contratuais podem afetar as escolhas organizacionais, tais como as escolhas de natureza contábil relacionadas com a política de evidenciação.

Nesse sentido, a evidenciação pode ser um meio de impedir a intervenção política e reguladora do Estado, principalmente no caso das empresas que atuam em indústrias que são sensíveis a questões políticas tais como, a indústria farmacêutica, o setor de serviços públicos e a indústria de petróleo e gás. Além disso, a evidenciação pode ajudar a influenciar a visibilidade política da empresa de modo a assegurar contratos com órgãos governamentais.

Por estarem sujeitas a uma maior exposição ao ambiente social e político, WATTS e ZIMMERMAN (1990) também argumentam que as grandes empresas estariam mais preocupadas em reduzir ou evitar tais custos políticos. Outros autores, como PATTEN (1991), também argumentam que as grandes empresas tendem a receber mais atenção do público em geral e, em conseqüência, estão sob grande pressão para mostrarem sua responsabilidade social. Assim, segundo esses autores, as grandes empresas tendem a apresentar maior evidenciação de informações sociais.

Em estudo recente, PATTEN e TROMPETER (2003) mostraram que a evidenciação ambiental pode ser usada como ferramenta para se reduzir a pressão política. Os autores examinaram a relação entre a evidenciação ambiental e o gerenciamento de lucros no contexto da resposta da indústria química ao acidente ocorrido na empresa UNION CARBIDE (fábrica na Índia, em Bhopal) em dezembro de 1984. Esse acidente, segundo os autores, aumentou a preocupação das empresas do setor de que participantes do Congresso pudessem tomar iniciativas para aumentar as normas relacionadas com a segurança e, assim, impor um significativo aumento de custos sobre as empresas do setor químico.

Dada a possibilidade de intervenção governamental, PATTEN e TROMPETER (2003) argumentam que os administradores poderiam ter tido um incentivo para projetar uma imagem de vulnerabilidade financeira por meio da apresentação de lucros menores. Entretanto, dada à diferença no nível de evidenciação ambiental anterior ao evento, a magnitude da manipulação dos lucros esperada poderia variar. Os resultados alcançados indicaram que o nível de evidenciação ambiental estava significativamente associada à escolha de métodos contábeis que reduziram o resultado. Assim, as empresas com baixos níveis de evidenciação ambiental no ano de 1983 (anterior ao acidente ocorrido) optaram por métodos contábeis discricionários que reduziram o resultado no ano de 1984 (ano do evento) mais do que as empresas que têm altos níveis de evidenciação ambiental. Para PATTEN e TROMPETER (2003), essas conclusões são consistentes com os argumentos de que os administradores fazem uso da evidenciação ambiental como uma efetiva ferramenta para encaminhar e reduzir a exposição da empresa para potenciais custos políticos de regulação, e que as decisões para se gerenciarem os lucros estão ligadas a uma ampla estratégia da corporação para negociar sua exposição no ambiente social e político.

As pressões institucionais ou regulatórias também podem dar origem a mudanças no grau de legitimidade da empresa. Assim, é possível que as empresas que têm maior exposição política estejam mais propensas a ingressar em um processo de legitimação social.

Em suma, a teoria da legitimidade e a hipótese do custo político ajudam na explicação do aumento da evidenciação social, principalmente quando existe pressão pública sobre as empresas para serem ou parecerem mais responsáveis nos campos social e ambiental. Nesse sentido, argumenta-se que os administradores de empresas evidenciam informações sociais com o objetivo de ampliar sua legitimidade e minimizar os riscos de uma intervenção política. Essas teorias parecem ganhar mais aceitação como explicadoras do aumento da evidenciação social, especialmente quando existe uma questão ou evento (ambiental ou não) que a empresa acredita que pode ter um impacto negativo em sua legitimidade.

2.2 Estratégias de evidência social voluntária

Várias táticas de legitimação podem ser adotadas pelos administradores em diferentes momentos do ciclo de vida da empresa para reduzir um hiato de legitimação. O'DONOVAN (2002) argumenta que a escolha da tática de legitimação adotada por uma organização dependerá de estar ela tentando ganhar, manter ou recuperar sua legitimidade. Ainda segundo esse autor, a tática de ganhar legitimidade é bastante comum quando as organizações passam a exercer novas atividades, enquanto a tática de manter a atual legitimidade é empregada nas empresas que estão funcionando normalmente.

A tática de recuperar a legitimidade é empregada em situações bastante específicas em que a empresa ou a indústria se vê diante de questões ou eventos negativos que causaram impacto a sua legitimidade. Em geral, essas questões apresentam ameaças reais ou potenciais à legitimidade da empresa porque são amplamente divulgadas pela mídia e conseqüentemente são grandes catalisadores de pressão pública sobre a empresa.

Os eventos negativos relacionados com as organizações podem decorrer de: (1) acidentes ambientais, comumente relacionados, por exemplo, com empresas de exploração de petróleo, de mineração, de papel e celulose que causam impacto no meio ambiente; (2) acidentes de trabalho, em especial nos casos de acidentes fatais; (3) controvérsias em relação à atividade desenvolvida pela empresa, como por exemplo, a indústria tabagista, a indústria de "jogos de azar"; ou ainda (4) crises corporativas em geral.

Nesse sentido, para O'DONOVAN (2003), uma organização pode adotar três estratégias genéricas (isoladamente ou em conjunto) para ampliar sua legitimidade. São elas: (1) adaptar seus resultados, seus métodos e seus objetivos para conciliar-se com as percepções prevalentes de legitimidade da sociedade; (2) tentar alterar os valores da sociedade de modo a harmonizar as atuais ações da empresa; ou (3) alterar a percepção social sobre a organização, identificando-se com símbolos institucionalizados ou valores nos quais a organização tem uma forte base de legitimidade social.

LINDBLOM (1994) argumenta que essas estratégias de legitimação têm implicações no processo de evidência de informações sociais nos relatórios anuais das empresas, ou seja, as estratégias de evidência estarão relacionadas com as estratégias de legitimação sempre que as empresas responderem a questões negativas que ameacem sua legitimidade. Ainda segundo essa autora, os administradores das empresas podem adotar quatro estratégias de evidência de informações sociais para legitimar sua própria existência.

As estratégias de evidência sugeridas por LINDBLOM (1994) são demonstradas no quadro a seguir:

QUADRO 1 – ESTRATÉGIAS DE EVIDÊNCIA PROPOSTAS POR LINDBLOM (1994)

Estratégia	Objetivo
1 ^a .	Educar e informar seu público relevante sobre a atual mudança nas atividades ou no desempenho da empresa
2 ^a .	Mudar a percepção do seu público relevante sobre as atividades ou sobre o desempenho da empresa sem mudar seu comportamento atual
3 ^a .	Manipular a percepção desviando a atenção de uma questão que preocupa para outra questão relacionada ou mesmo destacando realizações sociais passadas
4 ^a .	Mudar as expectativas externas sobre seu desempenho futuro

Em seu artigo, LINDBLOM (1994) mostra como essas quatro estratégias de evidência podem ser empregadas pelos administradores de maneira deliberada, em resposta a um evento qualquer que ameace a legitimidade da empresa.

Alguns estudos empíricos relacionados com o gerenciamento da legitimidade por meio dos relatórios anuais, como, por exemplo, GRAY *et al.* (1995) e KOUHY e PARSA (2001), concentraram-se em analisar a presença das estratégias propostas por LINDBLOM (1994) nos relatórios anuais, de modo a analisar a consistência das respostas organizacionais com o objetivo de reparar a legitimidade.

Em seu estudo longitudinal, GRAY *et al.* (1995), além de demonstrar como a evidenciação social se desenvolveu ao longo de 13 anos na Inglaterra no período de 1979 a 1991, analisam também se as estratégias de evidenciação propostas por LINDBLOM (1994) estavam presentes nos relatórios anuais para os seguintes tipos de evidenciação social: meio ambiente, recursos humanos, relações com a comunidade e produtos. Segundo esses autores, a utilização do sistema de classificação proposto por LINDBLOM (1994) na análise da evidenciação social fornece interessantes percepções sobre o tema. GRAY *et al.* (1995) argumentaram que o tom, a orientação e o foco da evidenciação ambiental apresentada pelas empresas, por exemplo, estão estreitamente de acordo com as três primeiras estratégias de LINDBLOM (1994). Segundo esses autores, a evidenciação ambiental apresentada pelas empresas está voltada, primeiramente, para mudar a percepção de que certas indústrias são “sujas” ou “irresponsáveis” (segunda estratégia), e, em segundo lugar, para distrair a atenção da questão ambiental central (terceira estratégia). Os autores também afirmam que um pequeno grupo de empresas acha necessário mudar seu desempenho atual com respeito a suas interações com o meio ambiente (primeira estratégia) e utilizam a evidenciação social corporativa para informar isso. Em suma, segundo GRAY *et al.* (1995: 65), a evidenciação social corporativa parece ser um mecanismo de manipulação, pois, a cada vez, é mais comum ver as empresas tentando demonstrar um desempenho satisfatório dentro da questão ambiental.

Em estudo mais recente, KOUHY e PARSA (2001), com base exclusivamente na teoria da legitimidade, analisaram os relatórios anuais de 71 empresas sediadas na Inglaterra, no ano de 1995, com o objetivo de verificar se os seus administradores adotaram alguma das estratégias de evidenciação proposta por LINDBLOM (1994). Para esses autores, a evidenciação de informações sociais parece ser um óbvio meio de as empresas proverem informações sobre suas atividades para legitimar seus comportamentos e ações, assim como projetar seus valores e suas idéias em resposta a fatores externos. Como resultado de sua pesquisa, KOUHY e PARSA (2001) argumentam que as informações sociais apresentadas nos relatórios anuais podem ser explicadas em termos da segunda e terceira estratégias de LINDBLOM (1994). Segundo esses autores, tais evidências mostram que as empresas podem ter evidenciado informações sociais para mudar a percepção do seu público relevante sobre seu desempenho ou para manipular a percepção e desviar a atenção de aspectos relevantes que preocupam. KOUHY e PARSA (2001) sugerem, ainda, que as empresas inglesas analisadas utilizam a evidenciação de informações sociais em bases voluntárias para projetarem uma imagem de socialmente responsáveis, comunicando seu envolvimento em ações sociais desejáveis.

Em suma, os estudos de GRAY *et al.* (1995) e de KOUHY e PARSA (2001) fornecem algumas evidências sobre a adoção das estratégias de evidenciação propostas por LINDBLOM (1994) nos relatórios anuais de empresas inglesas, apesar de não mostrarem como essas estratégias aparecem nos relatórios anuais.

2.3 A argumentação em benefício próprio

Como os administradores podem selecionar as informações a serem apresentadas nos relatórios anuais, principalmente no relatório de administração, eles também podem evidenciar informações que demonstrem que a sua empresa está sendo melhor administrada do que as demais, sobretudo quando suas empresas apresentam um baixo desempenho. Nesse

sentido, há evidências de que os administradores utilizam, nos relatórios anuais, argumentos em benefício próprio no processo de justificação do desempenho organizacional.

BETTMAN e WEITZ (1983) argumentam que o objetivo da administração é prover explicações, racionalização e legitimação para as atividades executadas na organização. Nesse processo de racionalização e legitimação, vários podem ser os motivos para que os administradores de empresas tentem manipular estrategicamente as informações apresentadas no relatório anual relacionadas com o desempenho da organização. Basicamente, destacam-se dois motivos: (1) os administradores, ao tentarem convencer os usuários dos relatórios anuais da sua racionalidade ou competência, buscam impressionar mais do que apenas expressar otimismo (STAW, McKECHNIE e PUFFER; 1983); e (2) os administradores buscam aumentar sua auto-estima em caso de sucesso e defender seu ego em caso de fracasso (BETTMAN e WEITZ; 1983).

Os estudos elaborados por STAW, McKECHNIE e PUFFER (1983), BETTMAN e WEITZ (1983) e, mais recentemente, por TSANG (2002), apresentaram evidências bastante consistentes quanto aos padrões de argumentação adotados pelos administradores na explicação do desempenho organizacional nos relatórios anuais. De maneira mais específica, esses estudos buscaram verificar se os administradores utilizam argumentos em benefício próprio de modo a tomar crédito por um bom desempenho, enquanto culpam o ambiente pelo desempenho ruim. Assim, as atribuições causais assumem a forma defensiva, em que os administradores teriam tendência a atribuir os resultados negativos a fatores externos, ou as atribuições causais buscam aumentar a auto-estima, atribuindo os resultados positivos a causas internas. Além disso, esses estudos buscaram analisar se existe maior ênfase em eventos positivos ou em eventos negativos no processo de justificação do desempenho organizacional.

Em linhas gerais, esses estudos mostram a existência de certos padrões ou tendências na justificação do desempenho organizacional, assim como indicam que os administradores tendem a distorcer (manipular) as informações divulgadas nos relatórios anuais, em geral apresentando argumentos em seu benefício.

Embora não existam estudos semelhantes, entre os pesquisados, no que se refere ao desempenho social, alguns autores, como, por exemplo, WISEMAN (1982) e FEKRAT, INCLAN e PRETRONI (1996), argumentam que a evidenciação social e ambiental apresentadas nos relatórios anuais também tendem a ser altamente caracterizadas como sendo em benefício próprio.

Como grande parte das informações sociais e ambientais são divulgadas em bases voluntárias, os administradores podem selecionar as informações a serem divulgadas segundo seus próprios objetivos. Nesse sentido, na preparação do relatório anual, os administradores de empresas poderão tratar questões e relacionamentos sociais que eles consideram suficientemente importantes ou problemáticos para encaminhar publicamente a fim de aumentar sua legitimidade. Do mesmo modo, poderão definir de que maneira farão isso.

Ao tratar das estratégias de evidenciação propostas por LINDBLOM (1994), KOUHY e PARSA (2001) argumentam que, exceto pela primeira estratégia, as demais estratégias dirigem a atenção para a maneira como as empresas fazem uso da informação social para seus próprios propósitos mais do que para representar o desempenho e atividades da organização. Nesse sentido, a evidenciação social voluntária poderá não ser neutra, ou seja, isenta de viés. Assim, como argumenta LINDBLOM (1994), a evidenciação mesmo não sendo necessariamente falsa será enganosa, pois, ao tentar manipular a percepção dos usuários desses relatórios anuais, os administradores estarão ocultando a verdade.

Embora indiquem a utilização de argumentos em benefício próprio na explicação do desempenho social das empresas por parte dos administradores, WISEMAN (1982) e

FEKRAT, INCLAN e PETRONI (1996) não descrevem como esse fenômeno ocorre, e tampouco os motivos para tal comportamento. Seja como for, é razoável supor que grande parte das conclusões apresentadas anteriormente possam ajudar a compreender como os administradores se comportam quando explicam o desempenho social (e ambiental) de suas empresas, quais sejam: (1) as empresas que têm baixo desempenho social devem enfatizar as boas notícias quase da mesma maneira que as empresas que têm alto desempenho; e (2) os eventos positivos serão mais atribuídos a fatores internos, ou seja, decorrentes de ações desenvolvidas pela empresa.

2.4 Objetivo da pesquisa

O objetivo desta pesquisa é documentar, com base na teoria da legitimidade e na hipótese do custo político, como os administradores de uma empresa brasileira, com alto custo político, utilizaram a evidenciação voluntária de informações sociais em seus relatórios anuais para encaminhar questões negativas relacionadas com suas atividades ou seus produtos.

De maneira mais específica, o presente estudo compreende três objetivos secundários: (1) identificar as informações sociais voluntárias utilizadas para encaminhar uma questão negativa principal apresentada nos relatórios anuais das empresas selecionadas; (2) classificar as informações segundo as estratégias de evidenciação propostas por LINDBLOM (1994), que serão utilizadas na análise da forma e do conteúdo da evidenciação voluntária utilizada pelos administradores; e (3) identificar trechos do relatório anual que demonstrem a existência de argumentação em benefício próprio em relação à questão analisada.

Quanto aos resultados esperados, acredita-se que os administradores utilizem em maior quantidade informações alinhadas com a segunda e a terceira estratégias propostas por LINDBLOM (1994), de modo a manipular a percepção do seu público relevante sobre os problemas existentes, evitando, assim, efetuar mudanças nas atividades, nos processos, nos produtos e nos objetivos da empresa.

Considerando-se que esses problemas podem indicar baixo desempenho social, além de ameaçar a legitimidade da organização, os resultados esperados devem ser consistentes com a premissa de que os administradores terão incentivos para utilizar argumentos em benefício próprio no processo de explicação dessas questões, destacando aspectos positivos das atividades, dos processos, dos produtos e dos objetivos da empresa.

3. Metodologia da Pesquisa

Esta pesquisa foi desenvolvida por meio de estudo de caso.

Em função do objetivo proposto, para execução desta pesquisa tornou-se necessário identificar uma empresa que satisfizesse três requisitos: (1) desenvolvesse atividades ou fornecesse produtos que, por algum motivo, apresentassem externalidades negativas que levassem ao comprometimento da legitimidade das mesmas; (2) participasse de um setor de atividade que estivesse sujeito a um significativo monitoramento e regulamentação governamental ou da sociedade quanto à adequação de suas atividades ou produtos; e (3) arquivasse seus relatórios anuais na Comissão de Valores Mobiliários (CVM).

Considerando esses critérios, foi selecionada para análise a empresa Petróleo Brasileiro S.A. - PETROBRAS.

A obtenção dos dados foi desenvolvida por meio de pesquisa documental de fontes primárias. A pesquisa documental consistiu na extração de elementos informativos do relatório anual a fim de se expressar seu conteúdo de maneira abreviada. Os relatórios anuais são formados pelo relatório de administração, pelas demonstrações contábeis e suas respectivas notas explicativas e pelo parecer dos auditores independentes.

As informações relacionadas à evidenciação social voluntária gerada pela empresa PETROBRAS foram obtidas dos relatórios anuais arquivados na Comissão de Valores

Mobiliários (CVM) até 28/02/2003. A coleta dos dados restringiu-se aos relatórios anuais publicados pela empresa PETROBRAS nos últimos dez anos, compreendidos entre os anos de 1993 e 2002. A seleção do período de análise teve por base dois fatores: (1) a presença de fatos relevantes que aumentaram a exposição política dessa empresa; e (2) a disponibilidade dos referidos relatórios nos arquivos da Comissão de Valores Mobiliários.

A análise dos dados consistiu na identificação e na documentação das informações sociais apresentadas nos relatórios anuais da empresa PETROBRAS, conforme o sistema de classificação proposto por LINDBLOM (1994). Foi dada atenção especial às informações sociais apresentadas no relatório de administração e nas notas explicativas, partes narrativas do relatório anual. As evidenciações voluntárias das empresas foram relacionadas às estratégias de evidenciação de LINDBLOM (1994) tendo como base a seguinte questão: os acidentes ambientais provocados pela empresa no decorrer de suas operações.

Cabe ressaltar também que, a avaliação dos dados foi predominantemente de natureza qualitativa, através da análise do discurso apresentado nos relatórios anuais.

4. O Caso da Empresa Petróleo Brasileiro S.A.

4.1 A empresa

A empresa Petróleo Brasileiro S.A. foi criada em 3 de outubro de 1953, pela Lei nº. 2.004/53, para executar as atividades de exploração, produção, refino, importação e transporte marítimo ou condutos de petróleo e derivados no Brasil em nome da União Federal. A PETROBRAS é uma empresa de capital aberto com registro na Bolsa de Valores do Rio de Janeiro desde 1956.

- A intervenção política na PETROBRAS

A PETROBRAS, uma das maiores empresas de petróleo do mundo, é uma empresa de grande importância para a economia brasileira. A importância da empresa decorre, por exemplo, dos seguintes fatos: (1) atuação em um setor estratégico por explorar as fontes energéticas do país; (2) significativa geração de empregos; (3) grande encadeamento com os demais setores da economia; (4) expressiva geração de receita para o poder público por meio do pagamento de tributos e royalties; e, (5) expressivo efeito no balanço de pagamentos e nas contas públicas decorrentes das exportações e importações de petróleo e seus derivados.

Contribuem também para ampliar a exposição pública e, em consequência, o custo político da empresa, o relacionamento com o Governo Federal (seu acionista controlador) e os sucessivos acidentes ambientais provocados pela empresa.

Quanto ao relacionamento entre a PETROBRAS e o Governo Federal, nos últimos dez anos pode-se destacar: a) O processo de privatização de empresas do grupo PETROBRAS; b) A flexibilização do monopólio da PETROBRAS e a consequente cobrança de imposto de renda sobre suas atividades; c) Criação da Agência Nacional de Petróleo (ANP); d) Liberalização dos preços do petróleo e derivados; e e) Maior autonomia na gestão da PETROBRAS em decorrência de contratos de gestão.

- A exposição da PETROBRAS decorrente dos acidentes ambientais

Quanto à questão ambiental, nota-se que a PETROBRAS e as demais empresas que atuam nesse setor no mundo, vêm sofrendo pressões crescentes para aumentarem o rigor no controle de seus processos, de modo a reduzirem os efeitos negativos decorrentes dos acidentes ambientais.

Quanto ao problema de vazamentos de óleo e derivados, nota-se um expressivo crescimento do número de incidentes no mundo nos últimos anos, assim como a ampliação do volume derramado.

Em levantamento realizado pelo *MARINE GROUP* (disponível no site <http://marinegroup.com>, em 30/06/2003) dos derramamentos de óleo no mar no período de 1967 a 2002, são apresentados 97 casos de grandes proporções ocorridos em diversas partes do mundo. Foram divulgados nesse levantamento seis casos na década de 1970, quatro na década de 1980 e 55 casos na década de 1990. No período de 1993 a 2002, foram exatamente 83 casos de derramamento de óleo e derivados de grandes proporções. O que mais surpreende nesse levantamento é o fato de o Brasil aparecer com nove casos na lista, sendo cinco no ano de 2000 e quatro em 2001. A participação e a responsabilidade da PETROBRAS nesses incidentes, assim como em outros acidentes ambientais de menores proporções, como, por exemplo, o incêndio na Vila Socó (1984), a explosão na refinaria de Duque de Caxias/RJ (1990), o derramamento de petróleo decorrente do acidente marítimo do navio Penélope no canal de São Sebastião (1991), e o acidente na linha PE-2 (1997), exemplificam o risco ambiental gerado a partir das atividades da empresa.

Durante os dois anos da gestão de Henri Philippe Reichstul (1999-2001), a PETROBRAS se envolveu em 23 acidentes (sendo 8 acidentes com vazamento de óleo em 2001), enquanto, nos 23 anos anteriores, a empresa causou 17 acidentes.

Em razão dos acidentes, a PETROBRAS recebeu diversas multas de valores expressivos, como, por exemplo, o vazamento ocorrido na Baía de Guanabara (Jan/2000) que ocasionou uma multa no valor de R\$ 35 milhões, e ainda foi criado um fundo de proteção da Baía, para o qual a empresa contribuiu com R\$ 15 milhões. A PETROBRAS também foi alvo de ações judiciais movidas por diversas entidades. Pelo vazamento de óleo ocorrido em julho de 2000, os Ministérios Públicos Federal e do Estado do Paraná moveram ação civil contra a empresa reclamando R\$ 2,7 milhões por danos causados ao meio ambiente, além de pedidos de obrigação de fazer. Outro exemplo foi a ação criminal movida pelo Estado do Rio de Janeiro no caso do acidente ocorrido na Baía de Guanabara.

No relatório anual de 2002 destacou que a PETROBRAS registrou um dos menores volumes de vazamento de óleo de sua história: cerca de 196 metros cúbicos, contra 2.619 em 2001 e 5.983 em 2000. Naquele ano, ainda segundo o mesmo relatório, ocorreram apenas dois acidentes com vazamento de óleo, sendo um no terminal da Baía de Ilha Grande e outro em Angra dos Reis.

4.2 Descrição e análise dos dados observados no relatório anual

Verifica-se que as informações de natureza social divulgada nos relatórios anuais da empresa PETROBRAS apresentaram um expressivo crescimento entre os anos de 1993 e 2002. O número de páginas relacionadas às informações sociais e ambientais cresceram de 1,5 páginas no ano de 1993, para aproximadamente, 20 páginas no ano de 2001. Os relatórios anuais de 1993 a 2002 apresentaram, no conjunto, aproximadamente 1.000 páginas

As informações sociais divulgadas pela empresa PETROBRAS foram predominantemente apresentadas no relatório de administração. Em linhas gerais, no que diz respeito às questões sociais, as notas explicativas foram utilizadas basicamente com o objetivo de informar os investimentos realizados na questão ambiental e, mais recentemente, para comentar os acidentes ambientais mais relevantes ocorridos.

Nas cartas aos acionistas dos anos de 1996 e 1998, também é possível observar a presença de informações relativas aos programas vinculados ao meio ambiente desenvolvidos pela empresa.

É possível observar também um determinado padrão na preparação dos relatórios anuais divulgados entre os anos de 1993 e 1998, período em que a empresa permaneceu sob a

administração de Joel Mendes Rennó. Os relatórios anuais publicados nesse período tinham em média 100 páginas, com as informações sociais ocupando entre 1,5 e 3 páginas. Grande parte das informações sociais e ambientais foi apresentada no relatório de administração, geralmente sob os títulos: “Meio Ambiente, Qualidade e Segurança Industrial” ou “Meio Ambiente e Qualidade”. Nas notas explicativas, observou-se a apresentação de apenas um parágrafo padrão, sob o título “Meio Ambiente”, que ressalta os custos com a preservação do meio ambiente.

Na análise dos relatórios anuais do início do período analisado, verifica-se que as ocorrências de vazamentos de óleos e de outros derivados do petróleo na empresa eram menos frequentes e tinham menor impacto no ambiente.

Apenas nos anos de 1999, 2000, 2001 e 2002 a questão ambiental passou efetivamente a ter maior destaque nos relatórios anuais da empresa PETROBRAS. Tal acontecimento talvez se deva, basicamente, ao fato de que, nesse período, ocorreram os maiores incidentes ambientais da história da empresa. É muito provável que o senhor Henri Philippe Reichstul, presidente da empresa nos anos de 1999, 2000 e 2001, tenha enfrentado uma das gestões mais complicadas em toda a história da empresa, no que se refere à questão ambiental.

A partir do ano de 1999, observou-se um significativo crescimento do volume de informações sociais ligadas à questão do meio ambiente. A evidenciação social ocupou cerca de 5 páginas só para tratar das questões relacionadas ao meio ambiente.

No relatório anual do ano 2000, a evidenciação ligada ao meio ambiente já ocupava uma parte expressiva do relatório anual, sob o impacto dos efeitos adversos provenientes do grande desastre ambiental ocorrido na Baía de Guanabara em janeiro de 2001, além é claro, dos demais acidentes ocorridos no próprio ano. Só nas notas explicativas a empresa utilizou 2,5 páginas, destacando basicamente os acidentes ambientais ocorridos.

Em 2001, o relatório anual já apresentava significativas mudanças. O relatório desse ano tem mais de 200 páginas. O volume de informações sociais atingiu aproximadamente 10% do relatório anual, estando entretanto, distribuído em várias partes do relatório. Nesse relatório, a questão ambiental é tratada no item “Gestão em Segurança Operacional, Meio Ambiente e Qualidade”. Este tópico aparece repetidas vezes, sendo destacado em cada uma das atividades da empresa: exploração e produção, refino, transporte, distribuição e gestão corporativa. Ressalta-se também que na questão ambiental a empresa não comenta mais apenas os problemas com vazamentos de óleo, mas também os demais problemas ambientais com os resíduos gerados, afluentes, poluição do ar, entre outros. Nesse ano, Henri Philippe Reichstul ainda assina a mensagem aos acionistas e destaca a necessidade de se fortalecerem as práticas de responsabilidade social da empresa, dando enfoque à questão ambiental e aos programas sociais. Nota-se que, a partir desse ano, a expressão *responsabilidade social* ganha maior destaque.

No ano de 2002, sob a gestão de Francisco Gros, a evidenciação social e ambiental recebeu expressiva ênfase, inferior entretanto, àquela apresentada no ano de 2001. Nesse período, foram destacados os acidentes com a Plataforma P-36, os investimentos no sistema PEGASO, certificações recebidas pela empresa, os contratos de convênios assinados e, inclusive, o Prêmio Top Ecologia recebido pela empresa. Nesse ano a nota explicativa apresentou um item sob o título “*Meio Ambiente*” não revisado pelos auditores independentes.

A seguir, apresentam-se, como exemplo, alguns trechos selecionados [face limitação de tamanho do artigo] dos relatórios anuais das estratégias de evidenciação propostas por LINDBLOM (1994).

- A primeira estratégia de LINDBLOM: “Educar e informar seu público relevante sobre a atual mudança nas atividades ou desempenho da empresa.”

“MEIO AMBIENTE, QUALIDADE E SEGURANÇA INDUSTRIAL

A Política adotada visando minimizar eventuais ocorrências de derramamento de óleo no mar, já posta em prática desde 1992, vem apresentando resultados expressivos, a julgar pela sensível redução na frequência e nos volumes derramados, no contexto de nossas atividades, que foram reduzidos a valores insignificantes no ano de 1993. Tal fato confirma –se com a divulgação pelo Guia McKenzie, do ‘Tanker Advisory Center’, indicando a PETROBRAS como a empresa de petróleo que teve no mundo, o melhor desempenho no que diz respeito a acidentes ecológicos no mar.” (Relatório anual de 1993) [Grifo nosso]

- A segunda estratégia de LINDBLOM: “Mudar a percepção de seu público relevante sobre as atividades ou desempenho da empresa sem mudar seu comportamento atual.”

“Transporte

Além disso, nossa busca permanente pelo índice zero de poluição levou a FRONAPE a melhorar seu desempenho em relação a 1992, quando já tínhamos conseguido indicação da publicação americana Guide for Selection of Tankers como a frota que menos poluiu em todo o mundo. Em 1992 recebemos esse destaque com 53,566 m³ e, em 1993, melhoramos nosso resultado para 29,798 m³, evidenciando a constante preocupação da PETROBRAS na preservação ambiental.” (Relatório anual de 1993) [Grifo nosso].

- A terceira estratégia de LINDBLOM: “Manipular a percepção desviando a atenção de uma questão que preocupa para outra questão relacionada ou mesmo destacando realizações sociais passadas.”

“Destaca-se, também, a participação da Petrobras em diversos Fóruns Ambientais, em nível internacional, dentre os quais destacam-se o Exploration & Production Forum, a International Petroleum Industry Environmental Conservation Association, o World Petroleum Congress e o The Western Hemisphere Environmental Forum, que congrega empresas de petróleo do continente americano, bem como a Asistencia Reciproca Petrolera Empresarial Latinamericana (Arpel), cuja junta executiva do Comitê Ambiental passou a ser presidida pela Petrobras em 1995.” (Relatório anual de 1995) [Grifo nosso]

- A quarta estratégia de LINDBLOM: “Mudar as expectativas externas sobre seu desempenho futuro.”

“Os investimentos relacionados com o meio ambiente, orçados para o período de 2000 a 2005, deverão ser da ordem de US\$ 130 milhões anuais, abrangendo, por exemplo, aqueles para aprimoramento da qualidade de produtos, notadamente a do óleo diesel, de forma a garantir a melhoria da qualidade do ar nas principais regiões metropolitanas do Brasil.” (Relatório anual de 1999) [Grifo nosso]

- A argumentação em benefício próprio:

Na análise da evidenciação social voluntária promovida pela empresa, particularmente no que se relaciona à questão ambiental, observa-se que grande parte das informações divulgadas está relacionada com aspectos positivos da gestão, das atividades ou do

desempenho da empresa. Observa-se, por exemplo, o destaque dado à redução dos índices de poluição, aos prêmios de reconhecimento recebidos, às ações sociais desenvolvidas em benefício da comunidade e à importância econômica da empresa para o país. Em geral, as informações apresentadas dão destaque aos processos, às atividades e ao desempenho da empresa por estarem entre os melhores na sua indústria, no país ou mundo.

A seguir, apresenta-se, como exemplo, um trecho selecionado [face limitação de tamanho do artigo] que demonstram a existência de argumentação em benefício próprio nos relatórios anuais da empresa sobre índices de poluição ambiental.

“Além disso, nossa busca permanente pelo índice zero de poluição levou a FRONAPE a melhorar seu desempenho em relação a 1992, quando já tínhamos conseguido indicação da publicação americana Guide for Selection of Tankers como a frota que menos poluiu em todo o mundo.” (Relatório anual de 1993) [Grifo nosso]

Apesar da grande ênfase nas realizações da empresa, é possível observar que, nos anos de 1999, 2000, 2001 e 2002, a empresa PETROBRAS apresenta voluntariamente informações negativas principalmente relacionadas aos acidentes ambientais ocorridos. Em linha gerais, as informações apresentadas nos relatórios anuais que destacam aspectos negativos relacionados à questão ambiental estão ligados a três questões centrais: acidentes ocorridos, multas recebidas e processos judiciais. Seguem dois exemplos:

A) Acidentes ocorridos:

“Meio ambiente

Em 18 de janeiro de 2000, ocorreu um vazamento de 1.292 mil litros de óleo combustível, devido ao rompimento de uma das 9 linhas que interligam a Refinaria de Duque de Caxias (REDUC) ao terminal da PETROBRAS na Ilha d'Água. O vazamento, que atingiu principalmente o fundo da Baía de Guanabara, teve impactos negativos sobre o meio ambiente e as comunidades dessa região.” (Relatório anual de 1999, Notas explicativas) [Grifo nosso]

B) Multas recebidas:

“Vazamentos [...]

Ainda assim, recebemos 13 multas por danos ambientais, sendo a maior delas, de R\$ 150 milhões, referente ao vazamento, em fevereiro, de 50 mil litros de óleo na região de Morretes, no Paraná. Através de nosso Departamento Jurídico, recorreremos dessa multa por entendermos que não houve, de nossa parte, nenhuma omissão ou negligência que justificasse sua aplicação. Em outros casos, também temos recorrido em função da duplicidade de autuação ou por discordarmos dos valores arbitrados.” (Relatório anual de 2001, Notas explicativas) [Grifo nosso]

5. Conclusões

O objetivo do presente estudo foi documentar como os administradores da empresa Petróleo Brasileiro S.A. utilizaram a evidenciação voluntária de informações sociais em seus relatórios anuais, no período de 1993 a 2002, para encaminhar questões negativas decorrentes das externalidades provocadas por suas atividades operacionais ou seus produtos. Para se alcançar o objetivo definido, realizou-se a classificação das informações sociais obtidas nos relatórios anuais da empresa PETROBRAS de acordo com as estratégias de evidenciação propostas por LINDBLOM (1994). Além disso, foram identificados trechos dos relatórios anuais que demonstram a existência de argumentos em benefício próprio, na explicação dos problemas relacionados com as atividades e com os produtos da empresa.

Os exemplos apresentados na seção 4 sobre a evidenciação social da empresa PETROBRAS constituem, de fato, o resultado desta pesquisa. A seguir são apresentadas algumas considerações gerais sobre os resultados observados:

1) A empresa PETROBRAS apresentou, em seus relatórios anuais, um grande montante de informações sociais voluntárias relacionadas com a questão ambiental (acidentes ambientais provocados por derramamentos de petróleo e seus derivados), especialmente nos últimos anos. As informações sociais coletadas nos relatórios anuais da empresa foram encontradas quase que exclusivamente no relatório da administração;

2) Quanto a evidenciação de informações ambientais apresentadas no relatório anual da PETROBRAS, verifica-se a utilização das quatro estratégias de evidenciação sugeridas por LINDBLOM (1994), ao longo do período analisado. Foram encontradas evidências de que os administradores utilizam (consciente ou inconscientemente) mais de uma estratégia de evidenciação em um mesmo relatório anual. Aparentemente uma estratégia reforça a outra. Entretanto, nota-se a predominância de uma determinada estratégia de evidenciação sobre as demais. Nos anos de 1994 a 1997, predominou a terceira estratégia de evidenciação, em que a empresa destacou suas realizações sociais e ambientais de uma maneira geral. A primeira estratégia foi mais observada nos anos de 1999, 2000 e 2001. Nesse período, os vazamentos de óleo foram mais expressivos e a empresa se viu obrigada a mudar seus procedimentos. Nos demais anos (1993, 1998 e 2002), predominou a segunda estratégia, segundo a qual a maior preocupação era mostrar que estava havendo o desenvolvimento de diversas iniciativas no controle de possíveis problemas ambientais. Poucas foram as ocorrências da quarta estratégia de LINDBLOM (1994). Essa estratégia foi observada, basicamente, nos anos de 1999, 2000 e 2001.

3) As estratégias utilizadas tinham as seguintes características: a) Primeira estratégia: informações ambientais destacavam a implementação de planos de contingência, de programas ambientais, com destaque para o PEGASO (Programa de Excelência em Gestão Ambiental e Segurança Operacional) e demais ações desenvolvidas pela empresa que implicaram mudanças de seus procedimentos, de modo a compatibilizar suas atividades com a preservação do meio ambiente; b) Segunda estratégia: as informações apresentadas buscaram demonstrar que as atividades da empresa estavam adequadas às normas ambientais e às melhores práticas da indústria. Foram mencionadas (1) as certificações obtidas, especialmente a ISO 14001, ligadas ao meio ambiente; (2) os programas de capacitação e cursos de prevenção, controle e combate a derrames de óleo no mar; (3) as ações desenvolvidas para minimizar eventuais acidentes; e (4) a indicação de que a empresa apresenta excelentes resultados em termos de controle de derramamentos, se comparados com as demais empresas da indústria; c) Terceira estratégia: em geral foram destacados (1) a participação ou realização de seminários e fóruns ambientais com a participação de órgãos governamentais e segmentos representativos da sociedade; (2) prêmios recebidos na área ambiental; (3) programas ambientais, sociais e culturais desenvolvidos; (4) parcerias e convênios celebrados com universidades brasileiras ou organismos governamentais das várias esferas; e (5) apoio aos órgãos de normatização ambiental; d) Quarta estratégia: a empresa demonstra sua intenção de adaptar seus processos no futuro de modo a minimizar possíveis impactos ambientais, bem como, destaca seus planos de investimentos na área ambiental.

4) Ressalta-se que a terceira estratégia aparece em todos os anos. Entretanto, em vários anos, de modo complementar às demais estratégias de evidenciação. Face do alto custo político da empresa, decorrente de vários fatores, não é possível saber claramente se a terceira estratégia de evidenciação está sendo adotada, única e exclusivamente, com o objetivo de desviar a atenção das questões ambientais;

5) Nota-se também que um evento pode ter gerado estratégias diferentes em anos distintos. Por exemplo, a empresa inicia prometendo que em cinco anos estará desenvolvendo

um projeto ambiental de altíssimo nível (4^a. estratégia). Anos depois, a empresa demonstra que mudou suas atividades em função do projeto implementado (1^a. estratégia), e por fim, nos anos subsequentes, a empresa demonstra que está altamente capacitada em função do funcionamento do mesmo programa (2^a. estratégia).

6) Quanto ao tipo de argumentação, observa-se que a empresa dá maior destaque aos seguintes pontos: (a) redução das taxas de poluição; (b) prêmios de reconhecimento recebidos; (c) ações sociais desenvolvidas em benefício da comunidade; e (d) a importância econômica da empresa para o país. Em geral as informações apresentadas dão destaque aos processos, às atividades e ao desempenho da empresa, por estarem entre os melhores na sua indústria, no país ou no mundo. Em geral, a empresa concentra-se em apresentar informações sociais que enfatizam aspectos positivos; Entretanto, é importante destacar que a empresa também apresentou informações voluntárias relacionadas com os problemas ambientais decorrentes de sua atividade. Entretanto, quando a PETROBRAS menciona um problema ambiental decorrente de um vazamento de óleo, por exemplo, em geral essa informação negativa é seguida de uma frase que demonstra que o efeito ambiental é pequeno ou mínimo. Quando se trata das multas recebidas ou dos processos judiciais, a PETROBRAS costuma mencionar que está contestando os mesmos. Assim, apesar de a empresa PETROBRAS apresentar informações negativas, geralmente estas estão seguidas de notícias positivas que minimizam, aparentemente, o impacto da informação negativa;

7) Parece existir uma relação entre as mudanças de presidente e as trocas de estratégias de evidenciação nos relatórios anuais divulgados ao longo do tempo. No período analisado, na gestão de Henri Philippe Reichstul, predominou a adoção da primeira estratégia de evidenciação, enquanto na gestão dos demais predominou a segunda ou a terceira estratégias;

8) Vale destacar de apesar da empresa elaborar relatórios sociais em separado, o relatório anual também contém uma grande variedade de informações sociais de natureza voluntária. Tal fato corrobora a idéia de que o relatório anual é um importante meio para encaminhar questões ambientais relevantes também para o negócio da empresa.

Destaca-se que, diferentemente do esperado, a empresa analisada não se concentrou exclusivamente na adoção da segunda e da terceira estratégias de evidenciação. Adicionalmente, ressalta-se a grande quantidade de informações que destacam aspectos positivos da gestão da empresa PETROBRAS, relacionadas não só com a questão ambiental, mas também com as atividades da empresa como um todo. As informações caracterizadas como negativas, divulgadas pela PETROBRAS, tinham, em sua maioria, um caráter obrigatório por natureza, já que se tratava de problemas (acidentes, multas e processos judiciais) que, de uma maneira ou de outra, causavam impacto na atividade e/ou patrimônio da empresa.

Em suma, com a documentação de como as estratégias de evidenciação sugeridas por LINDBLOM (1994) manifestaram-se em uma empresa brasileira, o presente estudo contribui basicamente em três sentidos: 1) Serve de referência para preparadores e usuários dos relatórios anuais no que se refere à prática de evidenciação de informações sociais adotadas no processo de legitimação e redução dos riscos de intervenção política; 2) Demonstra que, consciente ou inconscientemente, os administradores de empresas brasileiras também utilizam determinados padrões (ou políticas) quanto à forma e ao conteúdo da evidenciação social; 3) Mostra que a evidenciação de informações sociais vai além da visão de que o seu objetivo é apenas apresentar a situação da empresa em um determinado momento. A evidenciação de informações sociais pode ser vista como um efetivo instrumento de gerenciamento da

legitimidade da empresa perante o seu público relevante, influenciando diretamente a percepção que esse público tem da empresa.

6. Referências Bibliográficas

- BETTMAN, J. R.; WEITZ, B. A. Attributions in the board room: causal reasoning in corporate annual reports. **Administrative Science Quarterly**. Vol. 28. 1983. pp. 165-183.
- FEKRAT, M. A.; INCLAN, C.; PETRONI, D. Corporate environmental disclosures: competitive disclosure hypothesis using 1991 annual report data. **The International Journal of Accounting**. Vol. 31, nº. 2. 1996. pp. 175-195.
- GRAY, Rob; KOUHY, Reza; LAVERS, Simon. Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and longitudinal study of UK disclosure. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**. Vol. 8, nº. 2. 1995. pp. 47-77.
- KOUHY, Reza; PARSA, Sepideh. Disclosure of social information by UK companies – a case of legitimacy theory. September/2001. Disponível em [http://mubs.mdx.ac.uk/research/Discussion Papers/Accounting and Finance/](http://mubs.mdx.ac.uk/research/Discussion%20Papers/Accounting%20and%20Finance/). Acesso em 31/dez/2002.
- LINDBLOM, C. K. The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure. **Critical Perspectives on Accounting**. In Critical Perspectives on Accounting Conference. New York. 1994.
- O'DONOVAN, Gary. Environmental disclosures in annual report. Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**. Vol. 15, nº. 3. 2002. pp. 344-371.
- _____. Corporate environmental reporting: developing a legitimacy theory model. 2003. Disponível em <http://www.commerce.adelaide.edu.au/apira/papers/contents.htm>. Acesso em 31/mar/2003.
- PATTEN, Dennis M. Exposure, legitimacy and social disclosure. **Journal of Accounting and Public Policy**. Vol. 10. 1991. pp. 297-308.
- _____. Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: a note on legitimacy theory. **Accounting, Organizations and Society**. 1992. Vol. 17, nº. 5. pp. 471-475.
- _____. & TROMPETER, Greg. Corporate responses to political costs: an examination of the relation between environmental disclosure and earnings management. **Journal of Accounting and Public Policy**. Vol. 22. 2003. pp. 83-94.
- Petróleo Brasileira S.A. <http://www.petrobras.gov.br>. Acesso em 07/mar/2003.
- STAW, B. M.; MCKECHNIE, P. I.; PUFFER, S. M. The justification of organizational performance. **Administrative Science Quarterly**. Vol. 28. 1983. pp. 582-600.
- TSANG, Eric W. K. Self-serving attributions in corporate annual reports: A replicated study. **Journal of Management Studies**. nº. 39:1. 2002. pp. 51-65.
- WATTS, R. L.; ZIMMERMAN, J. L. Positive accounting theory: a ten year perspective. **The Accounting Review**. Vol. 65, nº. 1. 1990. pp. 131-156.
- WISEMAN, Joanne. An evaluation of environmental disclosures made in corporate annual reports. **Accounting, Organizations and Society**. Vol. 7, nº. 1. 1982. pp. 53-63.