



Aryane Borges da Silva Corrêa

Tirando o pé da lama?
O uso de *impression management* na divulgação de informações da Vale

Coimbra, 28 de Abril de 2023



Aryane Borges da Silva Corrêa

Tirando o pé da lama?
O uso de *impression management* na divulgação de
informações da Vale

Dissertação submetida ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de **Mestre em Contabilidade e Fiscalidade Empresarial**, realizada sob a orientação da Professora Cristina Góis.

Coimbra, abril de 2023

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Declaro ser a autora desta dissertação, que constitui um trabalho original e inédito, que nunca foi submetido a outra Instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas e que tenho consciência de que o plágio constitui uma grave falta de ética, que poderá resultar na anulação da presente dissertação.

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a todas as vítimas dos desastres de Mariana e Brumadinho.

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pela oportunidade e por me levar sempre mais longe do que eu poderia imaginar.

A minha família pela sua fé em mim e seu suporte.

A professora Cristina Góis pela orientação e suporte.

A Tayana por ser a melhor “beta” que eu podia imaginar.

A Ezequiel por trazer leveza quando tudo parecia pesado.

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

RESUMO

Palavras-chave: manipulação de impressões, relatórios, press releases vale, mariana, brumadinho.

Atualmente é conhecido o grande impacto que as organizações têm em seu ambiente, e muitas delas estão até intrinsecamente relacionadas com o desenvolvimento de determinado país, por isso a pressão da sociedade em geral pela procura de uma comunicação clara e verdadeira entre as organizações e a sociedade. Entretanto, procura-se entender se sujeita a circunstâncias negativas as organizações manipulam os seus relatórios e comunicações institucionais de forma a não impactarem negativamente seus *stakeholders*, com intuito de evitar possíveis represálias, criando assim o que é chamado de *impression management* ou manipulação de impressões.

Este estudo pretende analisar em específico o caso da empresa brasileira Vale, quando nas circunstâncias dos desastres ambientais e humanos de Mariana e Brumadinho, avaliando se a empresa aplicou alguma das estratégias de manipulação de impressões em seus relatórios antes, durante e após os acidentes. Para alcance do objetivo definido foi determinado que a pesquisa seria de natureza qualitativa, com o método de estudo de caso, e a técnica de análise adotada foi a análise de conteúdo que para as pesquisas do tema é dividida em duas fases: *form oriented* e *meaning oriented*. Foram analisados os relatórios e *press releases* divulgados entre os anos de 2010 e 2021.

Foi identificado na pesquisa que existiram aplicação de estratégias, como: omissão, atribuição interna e negação no período do desastre de Mariana; e, desculpas, restituição, negação e melhorias no período do desastre de Brumadinho, estratégias estas maioritariamente de cunho defensivo. Identificou-se ainda que no período pré-acidente a Vale procurava apresentar-se em conformidade com os padrões de segurança requeridos e no período de Mariana, ela se mostrou solícita em lidar com as consequências do desastre, por não ser diretamente responsável ao mesmo; mudando de postura no período de Brumadinho quando foi impossível negar sua direta responsabilidade com ocorrido, e por isso ela assumiu a total responsabilidade.

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

ABSTRACT

Keywords: impression management, report, press releases, vale, mariana, brumadinho.

Currently, the great impact that organizations have on their environments is known, and many of them are even intrinsically related to the development of a given country, hence the pressure from society in general to seek a clear and truthful communication between organizations and society. However, we seek to understand whether, subject to negative circumstances, organizations manipulate their reports and communications in a way that does not negatively impact their stakeholders, in order to avoid possible reprisals, creating what is called impression management or manipulation of impressions.

In this context, we seek to specifically study the case of the Brazilian company Vale, when, in the circumstances of the Mariana and Brumadinho disasters, whether it applied any of the print manipulation strategies in its reports before, during and after the accidents. To reach the main objective, it was determined that the research would be of a qualitative nature, with the case study method, and the analysis technique adopted was the content analysis, which for research on the subject is divided into two phases: form oriented and meaning oriented. The reports and press releases released between the years 2010 and 2021 were analyzed.

It was identified in the research that there was indeed application of strategies, such as: omission, internal attribution and denial in the period of the Mariana disaster; and apologies, restitution, denial and improvements in the period of the Brumadinho disaster, strategies mostly of a defensive nature. And it was noticed that in the pre-accident period, Vale sought to comply with the required safety standards, in Mariana's period, she was solicitous in dealing with the consequences of the disaster, as she was not directly responsible for it; changing her stance in the Brumadinho period when it was impossible to deny her direct responsibility for what happened, and therefore she took full responsibility.

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

ÍNDICE GERAL

INTRODUÇÃO.....	1
1 ENQUADRAMENTO TEÓRICO	4
1.1 Manipulação de Impressões.....	5
1.1.1 A definição de Goffman	5
1.1.2 Manipulação de impressões organizacional	7
2 METODOLOGIA.....	15
2.1 Contexto da Pesquisa.....	15
2.1.1 Vale S.A.....	15
2.1.2 Barragens.....	16
2.1.3 Os Acidentes.....	19
2.2 Caracterização da Pesquisa.....	24
2.3 Recolha e tratamento dos dados	25
3 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....	28
3.1 Período Pré-acidentes (2010-2014)	28
3.2 Período Mariana (2015-2017)	31
3.3 Período Brumadinho (2018-2021).....	35
4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	40
CONCLUSÃO.....	45
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47
ANEXOS.....	56
ANEXO 1	57
ANEXO 2	60

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

ANEXO 3	63
---------------	----

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 Diferenças entre as quatro perspetivas em cinco dimensões	11
Tabela 2 Estratégias assertivas e defensivas.....	13
Tabela 3 Caracterização dos documentos analisados	26
Tabela 4 Documentos analisados entre 2010 e 2015.....	27
Tabela 5 Documentos analisados entre 2016 e 2021	27

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Barragem segundo método jusante	17
Figura 2 Barragens segundo método a montante.....	18
Figura 3 Primeiro extrato da árvore do termo "barragens" de 2010 a 2014.....	30
Figura 4 Segundo extrato da árvore do termo "barragens" de 2010 a 2014.....	30
Figura 5 Árvore de palavras do termo "barragem" de 2010 a 2014	31
Figura 6 Extrato da árvore de palavras do termo "barragem" de 2015 a 2017.....	34
Figura 7 Tratamento do termo barragens no Relato Integrado.....	39

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Variação do termo "barragens" entre o período pré-acidentes e o período Mariana	32
Gráfico 2 Variação do termo "barragem" entre o período pré-acidentes e o período Mariana	32
Gráfico 3 Variação do termo "barragens" entre o período Mariana e o período Brumadinho	36
Gráfico 4 Figura 6 Variação do termo "barragem" entre o período Mariana e o período Brumadinho	36
Gráfico 5 Variação do termo "barragens" em todo o período analisado	41
Gráfico 6 Variação do termo "barragem" em todo o período analisado.....	41

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

Lista de abreviaturas, acrónimos e siglas

IM – Impression Management

CVRD - Companhia Vale do Rio Doce

MPF- Ministério Público Federal

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

INTRODUÇÃO

Organizações sociais são de extrema importância para a sociedade. Algumas estão, inclusive, intrinsecamente ligadas à história e ao desenvolvimento de um país, exemplo desse fato é a relação entre a empresa Vale e o Brasil. A Vale é uma das maiores mineradoras do mundo, considerada a segunda maior empresa de capital aberto no Brasil, e ocupou, em 2022, a posição 117º na lista das maiores empresas do mundo (Reuters, 2022). A empresa foi constituída em 1942 pelo então presidente Getúlio Vargas como a estatal Companhia Vale do Rio Doce, foi privatizada em 1997, e hoje tem valores cotados nas bolsas de São Paulo, Madrid e Nova Iorque. Além disso, é considerada a maior produtora a nível mundial de minério de ferro (Fabrício, Ferreira & Borba, 2021).

Nos últimos anos, entretanto, a Vale esteve vinculada a dois grandes acidentes ambientais envolvendo as cidades de Mariana e de Brumadinho no Brasil. Enquanto o acidente de Mariana é considerado o maior acidente da história mundial provocado por um vazamento de minério em relação a dano ambiental, Brumadinho é considerado o pior acidente em termos de perdas humanas (Passarinho, 2019). Considerando a relevância da empresa, e o fato dos acidentes em questão terem provocado a morte de quase 300 pessoas e causado danos ambientais e sociais perenes, pretende-se analisar como, sob tais circunstâncias, a empresa se comunicava com o seu entorno.

Essencialmente pretende-se neste estudo avaliar a utilização pela empresa brasileira Vale do relato contabilístico como instrumento de limpeza de uma imagem corporativa negativa quanto aos seus comportamentos ambientais e de responsabilidade social¹. Esse tipo de utilização é designado por *impression management* ou manipulação de impressões, que é definida “como as pessoas influenciam as percepções de outros e criam uma imagem favorável de si mesmos” (Boiral, Brotherton & Talbot, 2020, p. 3). Ou seja, face a situações desfavoráveis (resultados negativos, *recall* de produtos, incidentes

¹ “Tirando o pé da lama?” É uma expressão brasileira que significa sair-se bem, com uma imagem positiva, depois de estar envolvido em situações problemáticas.

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

ambientais) as organizações articulam suas comunicações de forma a procurarem obter do público (*stakeholders*) a opinião que desejam.

A manipulação de impressões surgiu como um tema primeiramente relacionado com a psicologia social (Lewin & Reeves, 2011; Brennan & Merkl-Davies, 2013; Boiral, Brotherton & Talbot, 2020), mas depois foi amplamente aplicado na área contábilística (Smith & Taffler, 2000; Cen & Cai, 2013; Moreno & Jones, 2021). O estudo desenvolvido segue o sentido de Perkiss, Bernardi, Dumay e Haslam (2020) e Dunne, Brennan e Kirwan (2021), ao estudarem as comunicações divulgadas por grandes empresas quando as mesmas eram relacionadas com situações claramente negativas.

Vários estudos de campo (Hooghiemstra, 2000; Merkl-Davies & Brennan, 2007; Brennan & Merkl-Davies, 2013; Cen & Cai, 2013; Cen & Cai, 2014; Diouf & Boiral, 2017) identificaram que os relatórios são utilizados para tal fim, principalmente aqueles que envolvem narrativas não-auditáveis, como relatório de sustentabilidade, a carta do presidente etc. Mediante essa conclusão, com o intuito de verificar se a Vale fez uso de tal método e qual foi o tratamento dado às suas informações – considerando o período anterior e posterior ao acidente, bem como durante os mesmos –, nos propusemos a analisar neste trabalho os relatórios e *press releases* divulgados oficialmente pela empresa entre os anos 2010 e 2021.

Tais relatórios foram submetidos à técnica análise de conteúdo, dividida em duas etapas: a primeira designada por *form oriented*, onde é verificada a incidência de palavras-chaves dentro do material coletado; e a segunda, chamada *meaning oriented*, onde as incidências são analisadas em detalhe com o objetivo de analisar os seus significados implícitos no texto.

Considerando que os relatórios e *press releases* são a principal forma das empresas comunicarem com o público ou *stakeholders*, e de prestarem contas das suas ações, os estudos de manipulação de impressão se mostram como uma importante via para verificar se as informações divulgadas são adequadas e se a empresa realmente reflete e divulga o impacto que sua existência tem na sociedade ao seu entorno. Brennan e Merkl-Davies

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

(2013) alertam ainda que uso da manipulação de impressões pode acarretar más escolhas de investimento, suporte público infundado às organizações e hegemonia.

A apresentação do trabalho se divide em quatro secções: na primeira, temos a apresentação da literatura relacionada ao tema; de seguida é apresentada a metodologia aplicada no estudo empírico; na terceira é a apresentada a análise dos resultados obtidos; e por fim são apresentadas as considerações finais.

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

1 ENQUADRAMENTO TEÓRICO

A divulgação de relatórios é uma forma que as corporações têm de se comunicar com seus *stakeholders* ou com a sociedade em geral (Eccles & Serafeim, 2015). Para definir comunicação corporativa Hooghiemstra (2000) e Cornelissen (2020) resgatam a seguinte definição de Riel (1995, citado em Hooghiemstra, 2000), que define a comunicação corporativa como

um instrumento de gestão por meio do qual todas as formas de comunicação interna e externa utilizadas conscientemente são harmonizadas da maneira mais eficaz e eficiente possível, de modo a criar uma base favorável para o relacionamento com os grupos dos quais a empresa depende.

Essa relação de dependência se dá, pois, para produzir e entregar seu produto ou serviço uma empresa precisa de inputs que vem em diversas formas e de diversos fornecedores, como: matéria-prima, mão de obra, financiamentos e etc. E por sua vez esses fornecedores procuram informações sobre a empresa para analisarem uma relação de troca entre as partes (Eccles & Serafeim, 2015).

Nesse sentido, a divulgação de relatórios “visa fornecer a todas essas contrapartes as informações de que precisam para realizar transações com uma empresa” (Eccles & Serafeim, 2015, p. 2), essa podendo ser chamada de função informativa da divulgação de relatórios. Para além dessa função também pode ser identificada uma função transformativa, que se refere ao processo de melhoria gerado a partir do feedback dados pelas organizações recetoras dessa informação (Eccles & Serafeim, 2015).

No ambiente globalizado, extremamente dinâmico em que as organizações hoje se encontram, e após a crise económica mundial de 2007-2008, as empresas se viram pressionadas pelos seus *stakeholders* a apresentarem informações que revelassem a imagem justa e verdadeira da organização. Em contraposição, ao considerar que as empresas vão sempre procurar criar uma base favorável para si, o estudo de manipulação de impressões surge para verificar se no embate que as organizações enfrentam ao tentar manter uma boa impressão, face a circunstâncias negativas, se aplicam, nesses casos, estratégias específicas na forma de divulgar as informações com intuito de diminuir o

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

impacto negativo das suas relações com os *stakeholders*, rompendo então com a procura social de apresentar sempre a imagem justa e verdadeira da organização.

1.1 Manipulação de Impressões

A teoria sobre a manipulação de impressões surgiu no âmbito da psicologia social e tem suas raízes no trabalho de Goffman (Beelitz & Merkl-Davies, 2012) que pretende “descrever como as pessoas influenciam as percepções de outros e criam uma imagem favorável de si mesmos” (Olivier, Brotherton, & Talbot, 2020, p. 3).

A referida perspectiva de Goffman (1993) se “repercutiu amplamente nas ciências sociais” (Lewin & Reeves, 2011, p. 1596) e tem sido usada em diversos trabalhos como a abordagem a ser utilizada na análise da comunicação entre as organizações e a sociedade (Lewin & Reeves, 2011; Dune, Brennan & Kirwan, 2021; Perkiss et al., 2020). Para Perkiss et al.; (2020), partir do ponto de vista dramático de Goffman (1993) é partir da melhor abordagem da manipulação de impressões.

1.1.1 A definição de Goffman

Goffman, em seu trabalho, propôs criar um “quadro de referência que poderá ser aplicado a qualquer configuração social correta, de ordem doméstica, industrial ou comercial” (1993, p.9). E qualquer lugar que tenha barreiras visíveis definidas e que onde ocorra regularmente algum tipo de atividade pode ser considerado uma organização social, e consequentemente, suscetível a manipulação de impressões (Goffman, 1993).

Considera-se que a manipulação de impressões ocorre quando

o indivíduo, em situações de trabalho habituais, se apresenta a si próprio e a sua atividade perante os outros, as maneiras como orienta e controla a impressão que os outros formam dele, as diferentes coisas que poderá fazer ou não fazer enquanto desempenha perante os outros o seu papel (Goffman, 1993, p.9)

Goffman (1993) para explicar a manipulação de impressões faz alusão a elementos do ambiente dramático, onde as pessoas são como os atores que vão até um palco se apresentar como uma pessoa que não são, como qualquer personagem, e tem que

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

convencer as pessoas na audiência que não existe uma separação entre o eu “real” dele e aquele que existe no palco. Somente quando voltam aos bastidores eles podem voltar a ser quem realmente são. Goffman destaca que “o indivíduo agirá de modo inteiramente calculado, expressando-se de uma determinada maneira apenas com o intento de causar aos outros o tipo de impressão susceptível de provocar neles a resposta particular em que o indivíduo em questão está interessado” (1993, p.17).

Para isso, quando o indivíduo se mostra em determinado grupo, procura saber sobre as informações que determina a situação na qual se insere, e a partir daí consegue entender o que os indivíduos do grupo esperam naquele ambiente como resposta e pode assim dar aos envolvidos a performance que eles esperam e de acordo com seus próprios interesses.

Além disso, na vida quotidiana é geralmente possível ao actor criar intencionalmente quase toda a espécie de impressões falsas sem se colocar com isso na posição indefensável da pessoa que diz uma mentira descarada. Certas técnicas de comunicação, como as “insinuações, a ambiguidade estratégica e as omissões decisivas permitem ao falso informador beneficiar de um efeito da mentira, sem ter, tecnicamente, mentido” (Goffman, 1993, p. 79).

A aplicação da visão de Goffman ao ambiente corporativo, ou contabilístico, se baseia não somente na alegação do autor de que a manipulação de impressões se aplica a qualquer ambiente social, mas também, no fato de que a sua definição de equipa pode ser equiparada com o ambiente atual corporativo (Perkiss et al., 2020), onde o objetivo da equipa “é sustentar a definição da situação visada pelo desempenho²” (Goffman, 1993, p.169).

Ao aplicar o quadro de Goffman ao estudo de relato contabilístico, os emissores das informações são colocados como o grupo de atores que tentam convencer a plateia, nesse caso os *stakeholders*, da sua versão da realidade; consequentemente, os estudos desta

² Desempenho é o termo que Goffman usa para definir a performance, ou a realidade que os atores estão tentando passar para a plateia.

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

perspectiva procuram compreender se a realidade que eles passam e a realidade “real” são as mesmas.

1.1.2 Manipulação de impressões organizacional

Em termos de relato contabilístico, é de consenso que “os relatórios anuais corporativos fornecem indubitavelmente as informações mais confiáveis sobre o desempenho passado e as perspectivas futuras de uma empresa” (Cen & Cai, 2013, p. 490). A comunicação corporativa vai além de folhas de cálculo e de informações quantitativas, elas também envolvem informações qualitativas ou narrativas (Brennan & Merkl-Davies, 2013).

Para Brennan e Merkl-Davies (2013, p. 1) “a função das narrativas contabilísticas em relatórios corporativos é amplificar as informações quantificadas”. Sobre essas narrativas, ou comunicações, que vão além das divulgações obrigatórias, Cen e Cai (2013, p. 90) ressaltam que “existem preocupações se essas informações apresentadas retratam informações verdadeiras e justas, ou se elas são manipuladas de maneira a influenciar a percepção dos leitores e suas eventuais decisões quanto a investimentos”. Hooghiemstra (2000, p. 59) realça que “o principal objetivo da utilização de instrumentos de comunicação corporativa é influenciar a percepção das pessoas sobre a empresa. Ou seja, visa influenciar imagens ou reputações corporativas”. Sandell e Svensson (2016) concluem que as comunicações financeiras e contabilísticas estão longe de serem neutras, “ao contrário, comunicações contabilísticas e financeiras estão inevitavelmente comprometidas com a produção e reprodução de certas representações da realidade do negócio” (Sandell & Svensson, 2016, p. 7).

O estudo destas narrativas dividem-se em duas vertentes: estudos que concluem que essas comunicações são fornecidas como intuito de fornecer uma informação incremental, e outras que concluem que essas comunicações são usadas para ludibriar o utilizador, onde a manipulação de impressões é aplicada (Merkl-Davies & Brennan, 2007; Diouf & Boiral, 2017); isso ocorre porque “a maioria das narrativas contabilísticas em relatórios corporativos não estão sujeitos a auditoria externa, o que facilita aos gestores a manipulação das informações nelas divulgadas” (Brennan & Merkl-Davies, 2013, p. 1).

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

A manipulação de impressões, portanto, envolve a “construção de uma impressão da qualidade ou adequação normativa das estruturas, processos, práticas ou resultados organizacionais” (Brennan & Merkl-Davies, 2013, p. 7).

As organizações fazem uso da manipulação de impressões por diversas razões, como: para evitar reações adversas por parte dos *stakeholders* visando assim a diminuição de consequências indesejáveis (Moreno & Jones, 2021), para assegurar a legitimidade de uma organização (Hooghiemstra, 2000; Perkiss et al., 2020), para fazer a manutenção ou reparação da imagem e da reputação corporativa (Brennan & Merkl-Davies, 2013; Perkiss et al., 2020), ou quando precisam relatar informações sobre “aspectos negativos ou comprometedores” (Arantes, Gusmão, & Costa, 2019, p. 3)

Por conseguinte, a manipulação de impressões “é usada para estabelecer, manter e restaurar a imagem, a reputação e a legitimidade” de uma organização (Brennan & Merkl-Davies, 2013, p.7). Essas necessidades podem emergir de situações como: desempenho financeiro adverso, a poluição ou *recalls* de produtos, escândalos corporativos envolvendo uma violação da lei ou normas e regras sociais.

Quando é mencionado que o relato contabilístico pode ser utilizado para manipulação de impressões, verdadeiramente pretende-se utilizar o termo em toda a sua amplitude, envolvendo documentos como: relatórios anuais, cartas do presidente, relatórios de trimestrais, *press releases*, websites, etc. (Brennan & Merkl-Davies, 2013).

O estudo de manipulação de impressões já foi aplicado a diversos campos e situações, na maioria das vezes contrapondo ou propondo-se analisar o comportamento das organizações perante situações negativas, como: a avaliação da participação das “Big Four”³ na crise bancária irlandesa (Dunne et al., 2021), a análise da posição da Nestlé em relação ao trabalho infantil e da agricultura insustentável na Costa do Marfim (Perkiss et al., 2020), e o estudo das empresas brasileiras investigadas pela Polícia Federal Brasileira por suspeita de fraude (Arantes et al., 2019).

³ Big Four se refere as quatro maiores empresas no âmbito de auditoria, sendo elas: PWC, KPMG, EY e a Deloitte.

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

Moreno e Jones (2021) focaram o seu estudo em contrapor períodos de resultados positivos com o período da crise financeira mundial no âmbito espanhol, Ogden e Clarke (2005) se propuseram a analisar as comunicações de 10 empresas de água recém-privatizadas no cenário britânico. Já em Portugal, Oliveira, Azevedo & Borges (2016) focaram-se em analisar a existência ou não de manipulação de impressões nas cartas do presidente, já Oliveira, Azevedo & Oliveira (2021) averiguaram se há aplicação desta estratégia nas secções de apresentação de riscos, utilizaram para o estudo uma amostra de 34 empresas não-financeiras com ações negociadas na bolsa de valores Euronext Lisbon.

1.1.2.1 Perspetivas da manipulação de impressões

A manipulação de impressões é um assunto muito complexo para somente ser abordado em uma perspetiva económica, que considera que o objetivo da prática empresarial é a maximização dos resultados (Merkel-Davies & Brennan, 2011), por isso foi desenvolvido uma estrutura de quatro perspetivas para a abordagem do tema da manipulação de impressões, são elas: económica, psicológica, sociológica e crítica (Brennan & Merkel-Davies, 2013; Arantes et al., 2019). Esta perspetivas diferem quanto à teoria que as suporta, as motivações que levam ao uso da estratégia, as consequências causadas pela mesma, e por fim, o seu foco de análise.

Na perspetiva económica a manipulação de impressões é tida como um “comportamento de gestão oportunista decorrente da existência de assimetrias de informação entre gestores e investidores” (Brennan & Merkel-Davies, 2013, p.11). Este comportamento é utilizado com vista à maximização dos resultados, para isso trabalha no valor e no tom das divulgações, para manipular as impressões dos utilizadores procurando enfatizar os resultados positivos e ofuscar os resultados negativos (Brennan & Merkel-Davies, 2013). Essa intervenção resulta da identificação de que os resultados negativos podem despertar conflitos entre a administração e os *stakeholders* (Brennan & Merkel-Davies, 2013; Diouf & Boiral, 2017; Moreno & Jones, 2021).

Dentro da perspetiva psicológica, a manipulação de impressões não é considerada como proveniente de uma decisão racional “que leva em consideração as consequências esperadas de cada escolha, nem é inteiramente motivado por ganhos materiais. Por outro

Tirando o pé da lama?

O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

lado, esta perspetiva é considerada incorporada e dependente do relacionamento da administração com o público organizacional” (Merkel-Davies & Brennan, 2011, p. 432). Ou seja, nesta visão o que o motiva o uso da manipulação de impressões e a relação da organização com seus *stakeholders* é o modo como eles vão reagir e avaliar a organização considerando aquilo que foi divulgado (Brennan & Merkel-Davies, 2013; Arantes, Gusmão & Costa, 2018).

Já na perspetiva sociológica a divulgação de informações é “determinada por restrições estruturais exercidas por vários grupos de *stakeholders* ou pela sociedade em geral” (Merkel-Davies & Brennan, 2011, p. 434). O uso da manipulação de impressões é feito como resposta às preocupações apresentadas pelos *stakeholders*, ou em resposta à pressão pública derivada a um evento negativo ou contraditório relacionado com a organização, ou, por fim, devido a divergências apresentadas entre as normas e valores organizacionais e os próprios valores e normas da sociedade (Brennan & Merkel-Davies, 2013; Perkiss et al., 2020). Neste cenário, o foco da organização, é ganhar ou reestabelecer a sua legitimidade. Normalmente esse é o caso quando a organização se encontra relacionada com escândalos corporativos, desastres ambientais e com problemas ligados à segurança e à qualidade de seus produtos (Brennan & Merkel-Davies, 2013; Arantes et al., 2018).

Por fim a perspetiva crítica assume que os relatórios são usados pelos gestores para “estabelecer e manter relações desiguais de poder na sociedade na forma como representam as coisas e posicionam as pessoas” (Merkel-Davies & Brennan, 2011, p.17), e seu objetivo é alcançar a “emancipação e o compromisso com a mudança de realidades opressivas” (Brennan & Merkel-Davies, 2013, p. 26). Para isso procura entender como as palavras, ou narrativa, são usadas “pelos gerentes para convencer o público organizacional da validade, legitimidade ou necessidade de mudanças organizacionais, para retratar escândalos financeiros como incidentes isolados ou para persuadir o público organizacional da natureza excecional das circunstâncias que resultaram em desempenho financeiro negativo” (Brennan & Merkel-Davies, 2013, p. 26).

Em suma, a manipulação de impressões pode ser “considerada como determinada por fatores económicos (e.g, maximização da utilidade) ou psicológicos (e.g., o desejo de

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

maximizar recompensas e minimizar sanções, pressão social) ou restrições externas, como normas e regras sociais (e.g., legitimidade social) ou sistemas de crenças (e.g., capitalismo)” (Merkl-Davies & Brennan, 2011, p.9).

A seguir é apresentada a Tabela 1, que resume as diferenças das perspetivas quanto a teoria que as suporta, motivações que levam ao uso da estratégia, consequências causadas pela mesma, e por fim, o seu foco de análise.

Tabela 1 Diferenças entre as quatro perspetivas em cinco dimensões

Perspetivas	Económica	Psicológica	Sociológica	Crítica
Teorias	Teoria da Agência.	Teoria da Atribuição	- Teoria dos <i>Stakeholders</i> - Teoria da Legitimidade - Teoria da Institucionalização	- Economia Política - Teorias Críticas
Motivações	Maximização de resultados	Ganhar prémios materiais e sociais e evitar sanções	Atrair recursos materiais e sociais, assim como suporte	Ganhar e manter poder
Conceito	Reporting (Reporting bias)	Autosserviço (Self-serving bias)	-Administração simbólica; - Dissociação.	Ideológico (Ideological bias)
Foco da Análise	Ofuscação de resultados organizacionais negativos; Ênfase em resultados organizacionais positivos.	Atribuições de desempenho	Normalização de contas; Reestruturação estratégica	Uso estratégico de recursos retóricos, semânticos e gramaticais.
Consequências	Alocações erradas de capital	Alocações erradas de capital	Apoio injustificado das partes interessadas e da sociedade	Hegemonia

Fonte: Brennan e Merkl-Davies, 2013, p.10

1.1.2.2 Estratégias para aplicação da manipulação de impressões

Dune et al., (2021) destacam que a teoria de Goffman fala muito sobre a performance em si, mas não de como a mesma é preparada, “ele não aborda as palavras ditas e como os performers/atores usam as palavras para dar vida às suas performances e para transmitir um personagem no palco” (p.3), por isso a necessidade de se voltar à teoria da

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

manipulação de impressão e às estratégias até então encontradas, considerando que as mesmas podem fornecer as “lentes” para examinar as “performances”, no caso deste estudo, as informações divulgadas pelas empresas.

Em 1982, Jones e Pittman, com a preocupação de estabelecer os fundamentos para o estudo da manipulação de impressões, apresentaram uma taxonomia de 5 classes de estratégias, sendo elas: bajulação, intimidação, auto-promoção, exemplificação e súplica. A partir desse trabalho outros autores, como Tedeschi e Melburg (1984 como citado em Ogden & Clarke, 2005), Ogden & Clarke (2005), e Dune et al. (2021) identificaram sete estratégias de manipulação assertivas (bajulação, intimidação, auto-promoção, exemplificação, súplica, direitos e melhorias) ao acrescentar duas estratégias às previamente elencadas por Jones e Pittman (1982), e sete estratégias defensivas (pretexto, justificação, isenções de responsabilidade, auto-deficiência, desculpas, restituição e comportamento pró-social). As estratégias assertivas têm como objetivo melhorar ativamente a imagem da organização, enquanto as estratégias defensivas têm por objetivo minimizar ou reparar algum dano causado na imagem da empresa (Cooper & Slack, 2015; Dune et al., 2021).

Brennan e Merkl-Davies (2013), apresentam uma divisão do estudo de manipulação de impressões em quatro perspetivas: económica, psicológica, sociológica e crítica. Em cada uma destas perspetivas identificam-se o uso de estratégias diferentes. Para as perspetivas económica e psicológica, foi identificado o uso das mesmas estratégias: (1) manipulação de facilidade de leitura, (2) manipulação da retórica, (3) manipulação temática, (4) manipulação visual e estrutural (ênfase), (5) comparações de desempenho; (6) escolha do número de ganhos (seletividade), e, (7) atribuição de performance. Na perspetiva sociológica também se verifica a separação das estratégias em duas vertentes: defensivas e aquisitivas. Sendo classificado como estratégias defensivas o uso de desculpas e justificações, onde a empresa procura se desassociar ao evento negativo; e estratégias aquisitivas o uso de estratégias de autopromoção, exemplificação, insinuação, melhorias e direitos. E por fim, a perspetiva crítica que usa de metáforas e hipérboles como estratégias de manipulação de impressão.

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

Abaixo, na tabela 2, adaptada de Dune et al. (2021), apresentam-se as estratégias de cunho narrativo referidas pelos distintos autores. Preferiu-se aqui elencar todas as estratégias encontradas, considerando que nas circunstâncias das divulgações de informações da Vale, considera-se ser possível encontrar a aplicação de todas as estratégias anteriormente identificadas.

Tabela 2 Estratégias assertivas e defensivas

Estratégias Assertivas	
Melhorias (Cooper & Slack, 2015; Hooghiemstra, 2000)	é destacar o lado positivo de algum acontecimento pelo qual a organização é responsável
Exemplificação (Cooper & Slack, 2015; Jones & Pittman, 1982; Mohamed et al., 1999)	envolve projetar uma imagem de integridade ou dignidade moral
Bajulação (Cooper & Slack, 2015)	uso de lisonjas para conquistar determinado público
Atribuição interna (Brennan & Merkl-Davies, 2013)	ato de dar a autoria, ou créditos, referente a bons eventos à própria organização
Comparações de Performances (Brennan & Merkl-Davies, 2013; Cooper & Slack, 2015)	quando uma organização tenta apresentar uma performance forte usando como comparação baixos resultados passados
Autopromoção (Cooper & Slack, 2015; Jones & Pittman, 1982; Mohamed et al., 1999)	quando as empresas destacam seu valor devido às suas competências e conhecimento
Estratégias Defensivas	
Desculpas (Cooper & Slack, 2015; Hooghiemstra, 2000; Mohamed et al., 1999)	quando a empresa aceita a responsabilidade por um evento negativo e expressão remorso
Ocultação (Cooper & Slack, 2015)	quando uma organização minimiza suas transgressões dando a elas menor proeminência.

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

Negação (Hooghiemstra, 2000)	quando a organização nega ser responsável por algum ato
Desassociação (Cooper & Slack, 2015)	é o distanciamento promovido pela organização, entre ela e o evento ocorrido
Atribuição externa (Brennan & Merkl-Davies, 2013)	é o ato de dar a autoria, ou créditos, referente a eventos negativos a outras entidades ou fatores externos
Intimidação (Jones & Pittman, 1982; Mohamed et al., 1999)	quando uma organização enfatiza seu poder, dominância e disposição de machucar aqueles que se opõem a ela
Justificação (Cooper & Slack, 2015; Hooghiemstra, 2000)	é quando a responsabilidade pelo ato é aceite, mas nega-se que o ato tenha sido ruim ou danoso
Omissão (Cooper & Slack, 2015)	quando uma organização retém informação negativa da audiência
Deficiência Organizacional (Mohamed et al., 1999)	quando uma organização apresenta uma tarefa como sendo tão difícil que deveria ser desculpada por não completar a mesma
Restituição (Cooper & Slack, 2015; Mohamed et al., 1999)	quando uma organização oferece compensação para as vítimas de um evento negativo
Seletividade (Brennan & Merkl-Davies, 2013; Cooper & Slack, 2015)	são apresentadas informações cuidadosamente selecionadas, que no todo põe a organização numa posição favorável ou mais positiva
Suplicação (Jones & Pittman, 1982; Mohamed et al., 1999)	quando uma organização tenta apresentar-se como fraca e precisando de ajuda.

Fonte: Adaptado de Dune et al., (2021).

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

2 METODOLOGIA

A seguir intenta-se apresentar os meios, ou métodos, utilizados para a consecução do objetivo do estudo.

2.1 Contexto da Pesquisa

2.1.1 Vale S.A.

A história da Vale começa em 1908 quando dois engenheiros ingleses solicitam à Companhia Estrada de Ferro Vitória a Minas (CEFVM) o transporte de minério das jazidas de Itabira. A concordância com a proposta esteve na origem da constituição da Brazilian Hematite Syndicate, que em 1911 é substituída pela Itabira Iron Ore Company, com sede em Londres, e que tinha por objetivo adquirir, explorar, desenvolver, trabalhar e aproveitar propriedades (jazidas) de minério em Itabira (Vale, 2022a).

Com o governo de Vargas, entre as décadas 30 e 40, havia uma pressão muito grande para nacionalizar as reservas minerais, então em 1939 o contrato da Itabira Iron Ore Company é considerado caducado, perdendo as concessões governamentais para exploração, mas mantendo a propriedade das jazidas. Em agosto de 1939, o proprietário da Itabira Iron Ore Company e outros seis brasileiros fundam a Companhia Brasileira de Mineração e Siderurgia, que recebe também autorização para incorporar a Companhia Estrada de Ferro Vitória a Minas. Logo após, em 1941, é criada a Companhia Itabira de Mineração, com intuito de explorar as minas detidas pela Itabira Iron Ore Company (Vale, 2022a).

Com a entrada dos Estados Unidos na segunda guerra mundial em 1941, o país em questão começa a procurar apoio entre outros países americanos, o que culmina na assinatura dos acordos de Washington em 1942 que obrigaram o governo inglês a adquirir e transferir para o governo brasileiro as jazidas antes detidas pela Itabira Iron Ore Company (Vale, 2022a).

Em 1 de junho de 1942, é oficializada a constituição da Companhia Vale do Rio Doce (CVRD), através da publicação do Decreto-Lei nº 4.352, a empresa foi criada a partir do arrendamento da Companhia Itabira de Mineração e Companhia Brasileira de Mineração e Siderurgia, com intuito de impulsionar o fornecimento de minério para a indústria de

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

armamento americana (Vale, 2022b). Com a constituição, a companhia também recebe a Estrada de Ferro Vitória a Minas, e, no seu momento de criação, o intuito inicial era de que ela durasse apenas 50 anos (Vale, 2022a).

Em 1956 foram a leilão as primeiras ações da CVRD pela Bolsa de Valores do Rio de Janeiro. Em 1997, no meio de muitas polêmicas, principalmente relacionada ao preço de venda, a CVRD é privatizada (Vale, 2022a) pelo então governo de Fernando Henrique Cardoso. Em 2007, em um projeto de reformulação de imagem, a empresa muda o nome de Companhia Vale do Rio Doce para Vale S.A.

Hoje, a Vale é a maior produtora mundial de minério de ferro, hematita e níquel (Vale, 2022b), mas também produz minério de manganês, ferroligas, carvão metalúrgico e térmico, cobre, metais do grupo da platina (PGM), ouro, prata e cobalto. A empresa atua em quatro frentes: mineração, logística, siderurgia e energia. Sua atuação perpassa por 27 países, como: China, Canada, Indonésia, Nova Caledônia, Reino Unido, Japão, Coreia do Sul, Moçambique e outros; e tem valores cotados nas bolsas de São Paulo, Madrid e Nova Iorque. Em 2021, o grupo empresarial empregava 213.413 mil pessoas.

A empresa tem um portfólio robusto de empresas *joint venture*, como: PT Vale Indonésia, Vale Nova Caledônia, Brascos, Vale Oman Pelletizing Company LLC, Corredor Logístico Integrado de Nacala, Vale Moçambique, VLI, MRS, Aliança Geração de Energia, Samarco, entre outras (Vale, 2022c).

2.1.2 Barragens

A construção de barragens está inerente ao processo produtivo da Vale, mas o que fica a cargo da empresa é a escolha de como essas estruturas serão construídas ou tratadas. Presentemente, a Vale possui 124 barragens cadastradas na Agência Nacional de Mineração (ANM), instituição brasileira, e 82% dessas barragens se encontram no estado de Minas Gerais.

As barragens são estruturas projetadas para conter e acumular substâncias líquidas ou mistura de substâncias líquidas e sólidas oriundas do processo de exploração de minérios (Vale, 2022d). O processo de beneficiamento do minério bruto pode tomar duas formas:

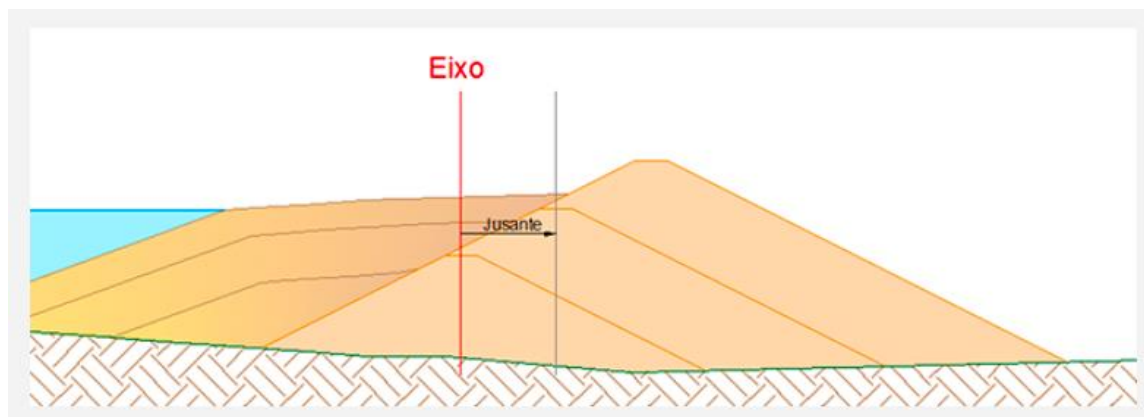
Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

a húmida e a seca; os rejeitos (resíduos) que vão para as barragens são as substâncias desprezadas no processamento a húmido.

Quando uma barragem é formada, primeiramente é contruído um dique para que os rejeitos sejam retidos, esse dique é chamado de dique de partida. Com o passar do tempo a barragem vai recebendo mais rejeitos, criando camadas acima do dique de partida, e a capacidade da barragem vai sendo aumentada, esse processo é chamado de alteamento; a Vale utiliza duas formas para fazer o alteamento de suas barragens, são elas: a jusante e a montante.

No primeiro método, “o maciço da barragem é construído em solo compactado, independentemente do tipo de rejeito depositado na mesma. Os alteamentos são realizados no sentido do fluxo de água (jusante)” (Vale, 2022d). A figura 1 apresenta a construção de uma barragem segundo o referido método.

Figura 1 Barragem segundo método jusante

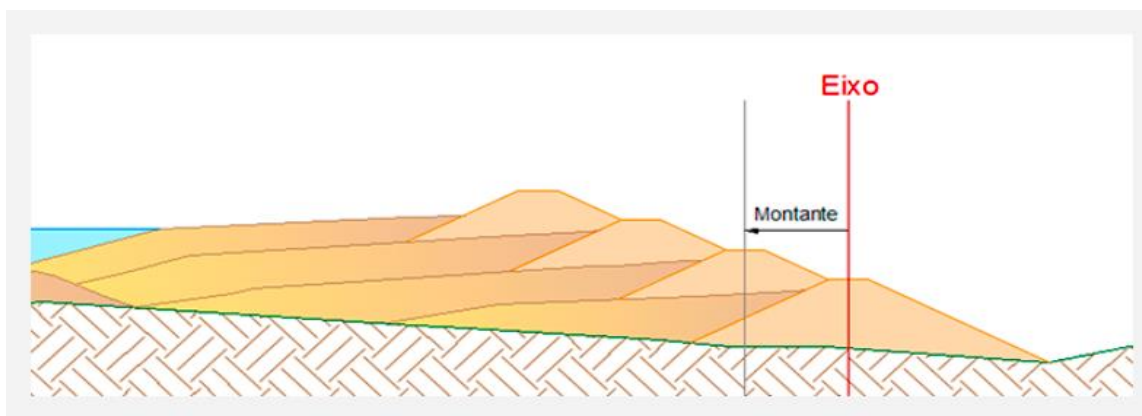


Fonte: Vale, 2022d

No segundo método, o corpo da barragem é construído com o uso de rejeito através de alteamentos sucessivos sobre o próprio rejeito depositado. Os alteamentos são realizados no sentido contrário ao fluxo de água (montante). A barragem necessita de rejeito grosso para que o maciço possa ser construído (Vale, 2022d). A figura 2 apresenta a construção de uma barragem segundo o referido método.

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

Figura 2 Barragens segundo método a montante



Fonte: Vale, 2022d

O método a jusante é considerado com o mais seguro, porém é o que representa um maior custo para a empresa, seja na construção ou na sua manutenção. O método a montante é o mais antigo e mais usado pelos empreendedores devido o seu menor custo, maior velocidade de alteamento e de requer poucos equipamentos de terraplanagem; porém, é o mais propenso a ruturas. Thomé e Passini (2018, p. 58) explicam que as desvantagens do método para montante se devem à menor segurança, sobretudo devido à capacidade de liquefação da massa de rejeitos saturada e em virtude da proximidade da linha freática ao talude de jusante, o que pode ocasionar o fenômeno de entubamento, quando a água é capaz de atravessar determinadas regiões do talude e aparecer a montante da estrutura, enfraquecendo-a.

Os mesmos autores destacam que todos os acidentes que envolveram barragens de rejeitos no estado de Minas Gerais desde 2001, envolveram barragens que utilizavam o método a montante de alteamento; por isso, de forma crescente, os pesquisadores têm defendido a proibição da utilização deste método de construção em empreendimentos com barragens (Thomé & Passini, 2018).

Em 2016, o estado de Minas Gerais promulgou um decreto que instituía a Auditoria Técnica Extraordinária de Segurança de Barragem para empreendimentos que utilizavam

Tirando o pé da lama?

O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

ou tinham utilizado o método de construção de barragens a montante e também suspendia a formalização dos processos e o licenciamento ambiental de novas barragens que pretendessem utilizar o método a montante ou a ampliação de barragens, já existentes, que utilizassem ou pretendesse utilizar o método a montante (Minas Gerais, 2016).

Em 2019, depois de mais um acidente, a Agência Nacional de Mineração (ANM) promulgou a Resolução nº 4/2019, substituída depois pela Resolução nº 13/2019, proibindo a construção de novas barragens pelo método a montante, e exigindo também o descomissionamento e descaracterização das barragens até então construídas por esse método. Descomissionamento é o processo de encerramento de uma barragem, descaracterizando a estrutura como tal e procedendo à reintegração do meio ambiente onde estava inserida.

2.1.3 Os Acidentes

2.1.3.1 Mariana (2015)

Na tarde de 5 de novembro de 2015, no subdistrito de Bento Rodrigues no município de Mariana, a barragem do Fundão, propriedade da empresa Samarco, *joint venture* da empresa Vale e da empresa anglo-australiana BHP Billiton, em Bento Rodrigues rompeu tendo causado 19 mortes. O rompimento ocorreu por volta das 16h00, e a barragem passava por uma obra de alteamento, processo que visa o aumento da capacidade na barragem de rejeitos (Thomé & Passini, 2018). A enxurrada de rejeitos inundou o subdistrito de Bento Rodrigues a 2,5km da instalação, assim como Paracatu de Baixo (Vale & Melo, 2015). São apontadas como causas do rompimento problemas com a drenagem e a liquefação dos rejeitos, agravados por falta de um sistema de gestão eficientes somado ao fato de que a empresa sabia, desde 2013, o risco no qual os habitantes de Bento Rodrigues se encontravam e ainda sim não tinha um plano de emergência implementado (Werneck, 2015; MPF, 2015).

O impacto ambiental foi de tal magnitude que Mariana é considerado o maior desastre ambiental da história do Brasil e do mundo, envolvendo barragens de rejeitos. O valor total de rejeitos despejados foram 50 milhões de metros cúbicos, chegando ao Rio Doce,

Tirando o pé da lama?

O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

que é uma bacia hidrográfica que atende a 230 municípios pertencentes aos estados de Minas Gerais e de Espírito Santo, percorrendo ainda 600 km até chegar ao mar no estado do Espírito Santo. Ao todo os rejeitos contaminados percorreram 663,2 km de corpos hídricos até chegar ao mar (IBAMA, 2015). Cabe destacar que a Vale também despeja rejeitos das suas próprias operações na barragem, apesar da empresa alegar que somente 5% do total de rejeitos era seu, o relatório oficial do Departamento Nacional de Produção Mineral, considera que a representação dos rejeitos da empresa era na verdade de 28% (Folha de São Paulo, 2015).

Em 09 de novembro de 2015 o governador de Valadares, a maior cidade abastecida pelo rio, interrompeu a captação de água devido à camada de rejeitos que se havia instalado (Paranaíba, 2015), fazendo a cidade decretar estado de calamidade cinco dias após o acidente (Camilo, 2015). Após o acidente comprovou-se a presença de metais em níveis muito maiores do que o recomendável; metais como: arsênio, chumbo, cromo, zinco, bário, manganês e outros (Souza, 2019). Por exemplo, foi aferido que o índice de ferro estava 1.366.666% acima do tolerável; o de manganês ultrapassava em 118.000% e alumínio em 645.000% (Souza, 2019).

A junção de todos esses metais altamente prejudiciais na água, ou até mesmo absorvidos na cadeia alimentar local colocam a população em risco eminente de cancro (Souza, 2019). Especialistas ainda alertaram que o alto índice de manganês poderia causar alterações nas contrações musculares, assim como problemas ósseos e intestinais, além de agravar distúrbios cardíacos. Além disso, o desastre desencadeou também um surto de febre amarela na área atingida; sem contar com os danos irreparáveis causados na fauna e na flora no trajeto dos 600km atingidos pelos deslizamentos da lama (Souza, 2019). Outras consequências envolveram: desalojamento de populações, a destruição de estruturas públicas e privadas, a destruição de áreas agrícolas, a interrupção da geração de energia elétrica, a interrupção de pesca, turismo, e outras atividades (IBAMA, 2015).

Muitas foram as reclamações apresentadas pelos afetados sobre o suporte oferecido da Samarco pós-desastre, muitos alegaram que não eram convidados ou ouvidos nas negociações sobre a reconstrução da área afetada ou como se processariam as

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

indenizações. A empresa teve suas atividades suspensas devido ao desastre e por isso os afetados começaram a ser tratados como se eles fossem os culpados pela paralisação ao contrário da própria empresa. Os movimentos sociais que procuravam melhores condições eram fortemente desmotivados, com o surgimento de denúncias de que a própria empresa contratava pessoal para agir dessa forma. Outras denúncias envolviam o fato de que a empresa estava apenas enterrando a lama despejada ao invés de retirá-la e os moradores ficavam incertos quanto a toxicidade da lama que não era removida das suas casas, e se esse era o procedimento certo de uma perspectiva ambiental (Conselho Nacional dos Direitos Humanos [CNDH], 2017).

Em novembro de 2015, a Samarco assinou um acordo para o pagamento de uma caução ambiental de 1 bilhão de reais (aproximadamente 243.902.439 euros a data) para pagamento de medidas emergenciais (Trajano, 2015); e em março de 2016 foi acordado entre a Samarco, Vale, BHP, estados de Minas Gerais e de Espírito Santo e as autoridades brasileiras a criação da fundação Renova que visava a recuperação do meio-ambiente e das comunidades impactadas pelo desastre de Mariana. O acordo tem validade de 15 anos, renovável por períodos de um ano até que sejam alcançadas todas as metas do projeto e estava previsto o pagamento, por parte da Samarco, de 2 bilhões de reais em 2016 (menos o montante já gasto em, ou alocado para as ações de reparação e compensação); 1,2 bilhão de reais em 2017, 1,2 bilhão de reais em 2018, e para 2019 e 2021 os valores seriam entre 800 milhões de reais a 1,600 bilhão de reais considerando a necessidade do projeto (Vale, 2016). O acordo encerrava uma ação civil pública que requeria, pelas autoridades brasileiras, a criação de um fundo de até 20 bilhões de reais para cobrir os custos de limpeza e os danos causados pelo desastre; mas ainda permaneciam ações civis privadas, outras ações civis públicas ou acusações criminais (Vale, 2016).

Em 18 de novembro de 2016 a Samarco, junto com a Vale, BHP e mais 22 pessoas se tornaram réus pela morte de 19 pessoas como homicídio, processo suspenso em julho de 2017 (G1 MG, 2017). Ainda hoje existem vários processos em curso quanto às indenizações, reclamações de atrasos na entrega de casas, e devemos ainda salientar que a última ação registrada no site do Ministério Público Federal (MPF) (MPF, 2022) se

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

referia a uma expedição de ordem conjunta pedindo que a Fundação Renova parasse de propagar informações enganosas (apresentando números e dados que se contrapunham aos relatórios oficiais) e que gastasse menos em contratos de publicidade. “Para as instituições que assinaram a recomendação, a publicidade feita pela Renova não é dirigida às pessoas atingidas, mas aos investidores e ao público em geral, com o claro propósito de promover a imagem das empresas causadoras dos danos e não para promover a informação, desviando os recursos que deveriam ser utilizados para responder aos atingidos pelo acidente” (MPF, 2020).

Esta orientação mostra um desvio na intenção que esteve na génese da criação da fundação Renova, que deveria intervir como um agente independente das empresas que a criaram. De salientar que também ainda tramita em Londres uma ação coletiva que procura obter indenizações por parte da BHP Billiton (Agência Brasil, 2022).

2.1.3.2 Brumadinho (2019)

Na tarde do dia 25 de janeiro de 2019 a barragem 1 da Mina do Córrego do Feijão em Brumadinho, Minas Gerais, rompeu causando a morte de 270 pessoas. A barragem se rompeu por volta das 12h28min, formando uma onda de lama que atingiu as próprias instalações da Vale, como o centro administrativo e o refeitório dos funcionários seguindo em direção a Vila Ferteco até chegar ao Rio Paraopeba; foram despejados no rio 9,7 milhões de metros cúbicos, aproximadamente 75% da capacidade da barragem, em uma onda que chegou a atingir 80 quilómetros por hora (Nascimento, 2019). Brumadinho é considerado o pior acidente mundial com barragens, tendo em consideração o número de perda de vidas humanas.

Em 2018, a mina Córrego do Feijão produziu o equivalente a 2% do total de minério de ferro produzido pela Vale. A Barragem 1 era classificada como “uma estrutura de pequeno porte, com baixo risco e alto dano potencial” (BBC, 2019), e estava inativa, ou seja, não recebia rejeitos desde 2016 (Vale, 2019). Em dezembro de 2018 a Vale havia recebido aprovação para seguir com reaproveitamento dos rejeitos da barragem e seu descomissionamento, que é o processo de desativação da estrutura e proceder à reintegração da mesma no meio-ambiente.

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

Em 27 de janeiro de 2019 a Vale anunciava que o Ministério Público de Minas Gerais lhe bloqueava 11 bilhões de reais devido ao acidente de Brumadinho, também informava sobre as imposições de sanções administrativas por parte do IBAMA no valor de 250 mil reais e pela Secretaria Estadual do Meio Ambiente, no valor de 99.139.167,77 reais.

Três dias após o acidente, a Vale anunciou medidas de apoio aos impactos pela rutura da barragem, as medidas envolviam: doação de 100 mil reais a famílias com vítimas fatais, oferta de suporte psicológico, um novo projeto para construção de diques de contenção, compensações financeiras ao município de Brumadinho, fornecimento de remédios, infraestruturas, água, meios de transporte, entre outras coisas, para as áreas afetadas pelo acidente da barragem (Vale, 2019).

Como causa do rompimento foi apontado o fenómeno da liquefação, que é quando o fluxo de água exerce uma força suficiente para anular o peso e a aderência das partículas do material, fazendo o mesmo deixar de ser um material sólido e este passa comportar-se como um fluido (Paes, 2019), mais concretamente, quando a água se mistura com o rejeito, a água é o fator predominante na composição. Assim a causa da rutura da barragem da Samarco foi a mesma da barragem em Mariana.

Em investigação solicitada pela Vale, foram identificados como principais gatilhos para o rompimento da barragem: a parede que bloqueava a dispersão de rejeitos foi construída de forma demasiadamente íngreme; a água começou a ter contato com a parte superior, ou topo, do montante dos rejeitos; os alteamentos (aumento da estatura da barragem) foram feitos em cima de rejeitos mais fracos e finos; o sistema de escoamento interno não fornecia a drenagem necessária da água; e, por fim, a alta quantidade de ferro depositada junto com a significativa quantidade de chuva ocorrida na data sobre a região, foram os rastilhos para o rompimento da barragem (Paes, 2019).

Em 04 de fevereiro de 2021 a Vale anunciava a celebração de um acordo global com o estado de Minas Gerais para a reparação de danos ambientais e sociais advindos do desastre de Brumadinho, sendo o valor do acordo de aproximadamente 37 bilhões de reais (Vale, 2021). De referir que a Vale, em 2010, foi a primeira empresa mineradora a entrar

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

no Índice de Sustentabilidade da BOVESPA (Vale, 2010), tendo sido excluída do mesmo índice após o desastre de Brumadinho (G1, 2019).

Atualmente a Vale ainda tem processos na justiça brasileira sobre indenizações aos afetados (Pimentel, 2022). A empresa também está sendo processada nos Estados Unidos pela *Securities and Exchange Commission* (SEC), que alega que a companhia mentiu sobre as medidas de segurança aplicadas em suas barragens, omitindo os riscos ambientais e económicos da sua atividade e, por essa via, não cumpriu as leis relativas aos valores mobiliários vigentes nos EUA (Braun, 2022).

2.2 Caracterização da Pesquisa

A pesquisa utilizada no estudo realizado é de natureza qualitativa, que pode ser caracterizada como uma abordagem sistemática e subjetiva que tenta descrever ou entender experiências de vida e dar-lhe sentido (Delgado & Romero, 2021, p. 164). Como método de pesquisa foi utilizado o estudo de caso, que se caracteriza por ser uma investigação empírica que investiga um fenómeno contemporâneo (o “caso”) em profundidade e em seu contexto de mundo real, especialmente quando os limites entre o fenómeno e o contexto puderem não ser claramente evidentes (Yin, 2015, p. 17), aplicado à empresa mineradora brasileira Vale.

A técnica de análise aplicada no estudo foi a análise de conteúdo, que se propõe ser um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (Bardin, 2008, p. 44).

Cabe ressaltar que a análise de conteúdo é vastamente utilizada na pesquisa em contabilidade (Steenkamp & Northcott, 2007; Diouf & Boiral, 2017), e é indispensável nos trabalhos envolvendo a manipulação de impressões (Ogden & Clarke, 2005; Borges, 2011; Cen & Cai, 2013; Cen & Cai, 2014; Arantes et al., 2019; Perkiss et al., 2020; Dune et al., 2021)

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

2.3 Recolha e tratamento dos dados

Para a consecução do objetivo de pesquisa foram analisados os relatórios e *press releases* divulgados entre 2010 e 2021 retirados do website da empresa. O período de estudo foi escolhido com o intuito de analisar o comportamento da Vale antes, durante e após os acidentes, em suma, como a Vale se comportava antes dos acidentes, como abordou o acidente de Mariana em 2015, e como abordou o acidente de Brumadinho em 2019.

O tratamento dos dados obtidos foi dividido em duas etapas, a primeira delas ao que é chamado dentro dos estudos de IM de abordagem *form-oriented*, que se baseia na contagem de determinadas palavras dentro do material de análise (Smith & Taffler, 2000; Brennan, Guilhamon & Pierce, 2009), e a segunda denominada *meaning oriented*, que centra-se na análise dos temas subjacentes nos textos sob investigação (Smith & Taffler, 2000, p. 627), ou seja, uma revisão interpretativa do material coletado (Perkiss et al., 2021) que proporciona uma investigação mais rica que se concentra no significado mais profundo do texto (Merkl-Davies & Brennan, 2007, p. 39). Para Steencamp e Northcott (2007), essas duas abordagens formam as principais dimensões da análise de conteúdo.

Para a primeira etapa, foi utilizado o programa Nvivo, e a funcionalidade de pesquisa de texto, tendo sido pesquisadas as palavras “barragem”, “barragens” e “acidentes” isso porque apesar da funcionalidade de palavras semelhantes, que considera também versões da palavra pesquisada, a versão de 2020 do programa não era de todo inclusiva, então a variação de barragem, “barragens”, foi inserida para confirmar que nenhuma referência fosse perdida.

No período de análise foram coletados 7 tipos de documentos (Tabela 3): relatório de sustentabilidade, relato integrado, relatório 20F; *press releases*, balanço de reparação, relatório financeiro e relatório de produção.

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

Tabela 3 Caracterização dos documentos analisados

Documentos	Definição
Relatório de Sustentabilidade	se propõe informar a sociedade sobre as práticas corporativas de sustentabilidade
Relato Integrado	adotado a partir de 2020, visa integrar as informações financeiras com as práticas de sustentabilidade
Relatório 20F	traz informação sobre o panorama de negócios, com resultados financeiros e operacionais, fatores de risco e investimentos; é uma obrigação da empresa advinda da sua participação no mercado de valores mobiliários dos EUA
<i>Press Releases</i>	são as comunicações oficiais da empresa para a imprensa ou a sociedade em geral
Balanço de Reparação	adotado em 2019, surgiu com o intuito de manter a sociedade atualizada sobre o progresso da implantação das medidas de reparação advindas dos desastres
Relatório Financeiro Trimestral	divulgação do desempenho financeiro, apresentado trimestralmente pela empresa
Relatório de Produção Trimestral	divulgação do desempenho produtivo, apresentado trimestralmente pela empresa

Fonte: Elaboração própria

Nas tabelas 4 e 5 são apresentados quais relatórios foram analisados para cada ano analisado. No anexo 1 é apresentada, em detalhe, a frequência dos termos em todos anos e documentos utilizados.

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

Tabela 4 Documentos analisados entre 2010 e 2015

Documento	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Relatório de Sustentabilidade	X	X	X	X	X	X
Relato Integrado						
Relatório 20F	X	X	X	X	X	X
Press Releases	X	X	X	X	X	X
Balanço de Reparação						
Relatório Financeiro Trimestral	X	X	X	X	X	X
Relatório de Produção Trimestral	X	X	X	X	X	X

Fonte: Elaboração Própria

Tabela 5 Documentos analisados entre 2016 e 2021

Documento	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Relatório de Sustentabilidade	X	X	X	X		
Relato Integrado					X	X
Relatório 20F	X	X	X	X	X	
Press Releases	X	X	X	X	X	X
Balanço de Reparação						X

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

Relatório Financeiro Trimestral	X	X	X	X	X	X
Relatório de Produção Trimestral	X	X	X	X	X	X

Fonte: Elaboração Própria

Na segunda etapa, cada palavra encontrada foi analisada de perto, considerando o contexto em que estava inserida e como estava inserida, com intuito de verificar a aplicação ou não de alguma estratégia de manipulação de impressão. Para a segunda etapa não foi aplicado o programa NVivo, tendo sido utilizado o leitor de documentos do software macOS Monterey.

3 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

A seguir apresentam-se os resultados encontrados, dividindo-os em três períodos: o período pré-acidente, entre os anos de 2010 e 2014, como o nome sugere envolve o período onde ainda não havia ocorrido nenhum acidente; o segundo período é o que engloba o acidente de Mariana, entre 2015 e 2017; e por fim, o terceiro é o que engloba o acidente de Brumadinho, entre 2018 e 2021, que apesar de ter acontecido em 2019, como aconteceu antes da divulgação dos relatórios de 2018 os mesmos foram impactados pelo ocorrido.

3.1 Período Pré-acidentes (2010-2014)

O período pré-acidentes, que engloba os anos de 2010 a 2014, é o que compreende os menores resultados em relação a frequência dos termos pesquisados.

Os resultados mais expressivos foram encontrados no relatório de sustentabilidade, o que corrobora com os resultados obtidos em pesquisas anteriores que identificavam que os relatórios de sustentabilidade, ou outros relatórios similares, como não seguiam regras tão definidas como os relatórios financeiros, eram os instrumentos onde mais se encontrava material para a manipulação de impressões (Brennan & Merkl-Davies, 2013).

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

Foi verificado que nos relatórios de sustentabilidade a Vale realçava e assegurava que as barragens estavam sendo bem geridas bem como eram alvo de um acompanhamento cuidadoso, que estava sempre procurando aplicar melhorias em suas estruturas e que elas estavam sempre de acordo com o padrão de segurança requerido pelas leis brasileiras. Reforçava também, de modo regular, que a parte mais expressiva de seus dispêndios ambientais iam para o aprimoramento dos processos de disposição de rejeitos. Os parágrafos seguintes são exemplos de afirmações que apresentam essa linha de argumentos:

Em 2010, mesmo com o aumento da quantidade de rejeitos e estéril em função da elevação da produção, 726 milhões de toneladas, as estruturas geotécnicas exibiram indicadores de desempenho de segurança dentro dos padrões estabelecidos pela empresa e reconhecidos internacionalmente (Relatório de Sustentabilidade, 2010, p. 62).

De acordo com a Lei da Política Nacional de Segurança de Barragens, 98% das barragens de rejeito da Vale no Brasil estão classificadas em Categoria de Risco Baixa, indicando ótimos níveis de gestão de segurança (Relatório de Sustentabilidade, 2012, p. 184)

As barragens da Vale são construídas e operadas seguindo padrões rígidos de segurança e auditadas periodicamente com o intuito de monitorar e reduzir todos os potenciais riscos, incluindo o de falhas estruturais (Relatório de Sustentabilidade, 2012, p. 154).

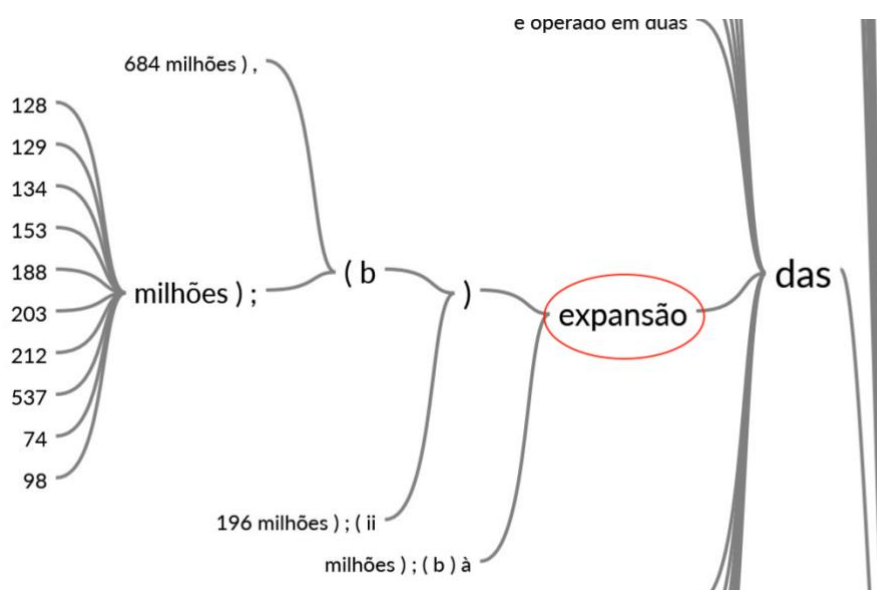
As figuras 4 e 5 apresentam extratos da árvore de palavras construída a partir da pesquisa do termo barragens em resultado da utilização do software NVivo. A árvore completa era demasiadamente grande então somente extratos serão apresentados nesta secção e árvore completa está no anexo 2. A funcionalidade árvore de palavras, é uma forma de output de informação do software NVivo que relaciona o termo pesquisado com os principais outros termos a ele frequentemente associados, colocando o termo principal no centro e a partir dele, mostrando como ramos, os principais outros termos a ele relacionado.

Na apresentação, quanto mais frequente é a relação entre o termo principal e o termo relacionado, maior é a sua fonte na exibição. Nas figuras abaixo podemos notar a relevância da palavra “expansão”, que é a que está mais relacionada aos termos “barragens” e “barragem”, assim com a expressão, que podemos considerar sinónima,

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

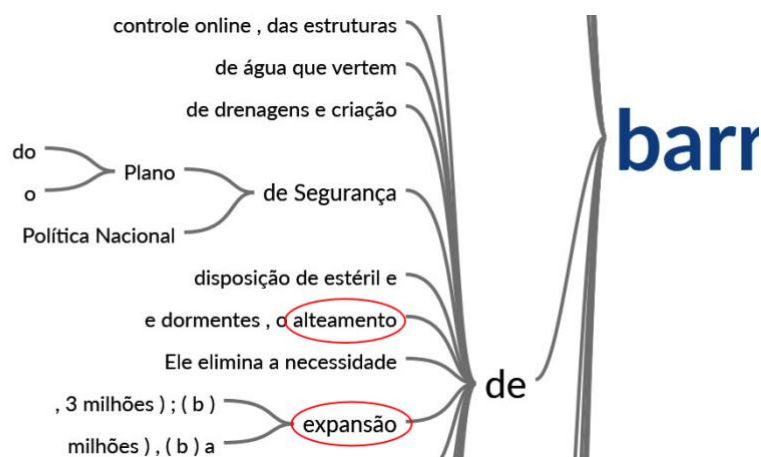
“aumento da capacidade”. Na árvore de palavras do termo barragens também foi sublinhado o termo “alçamento” considerando que o mesmo também se refere a uma obra de expansão de barragens. Ou seja, o resultado obtido reforça a ideia de que, no período pré acidente, a palavra barragem está sempre associada à ideia de expansão da atividade e maior volume de negócios. A figura 6 se refere a árvore de palavras gerada a partir da pesquisa do termo “barragem”.

Figura 3 Primeiro extrato da árvore do termo "barragens" de 2010 a 2014



Fonte: Elaboração própria a partir do software Nvivo.

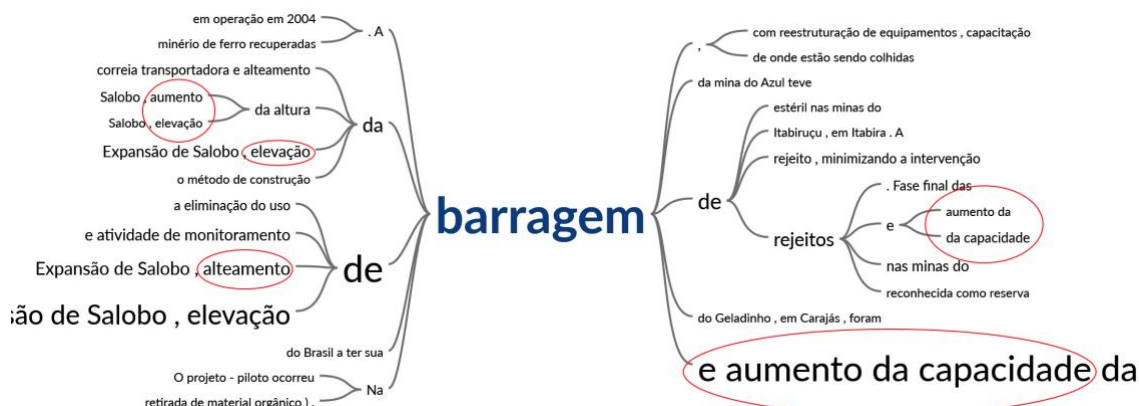
Figura 4 Segundo extrato da árvore do termo "barragens" de 2010 a 2014



Fonte: Elaboração própria a partir do software Nvivo.

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

Figura 5 Árvore de palavras do termo "barragem" de 2010 a 2014



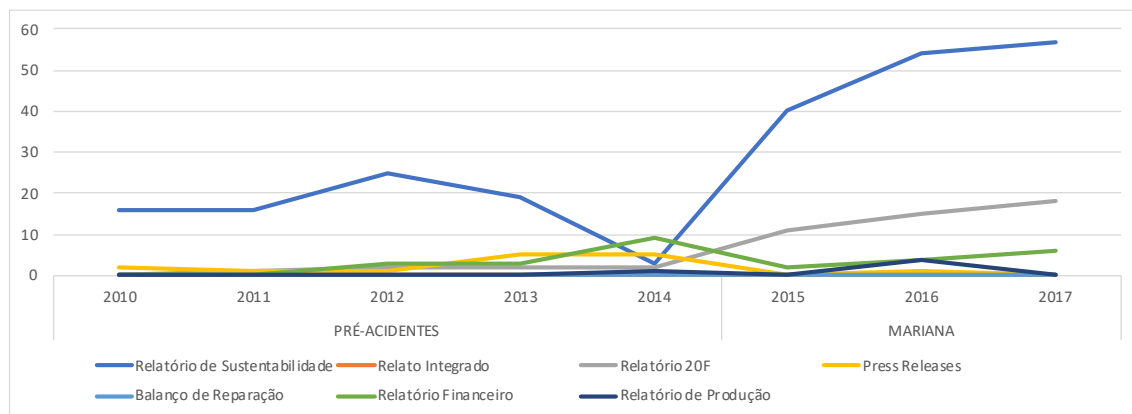
Fonte: Elaboração própria a partir do software Nvivo.

3.2 Período Mariana (2015-2017)

O período Mariana inicia-se em 2015, ano do acidente e vai até 2017. No período de análise vemos a frequência das palavras “barragens” e “barragem” aumentarem. Os gráficos abaixo ilustram o aumento do uso das palavras “barragens”, apresentado no gráfico 1, e “barragem” apresentado no gráfico 2, comparando comportamento das palavras no período pré-acidentes (2010 a 2014) e no período Mariana.

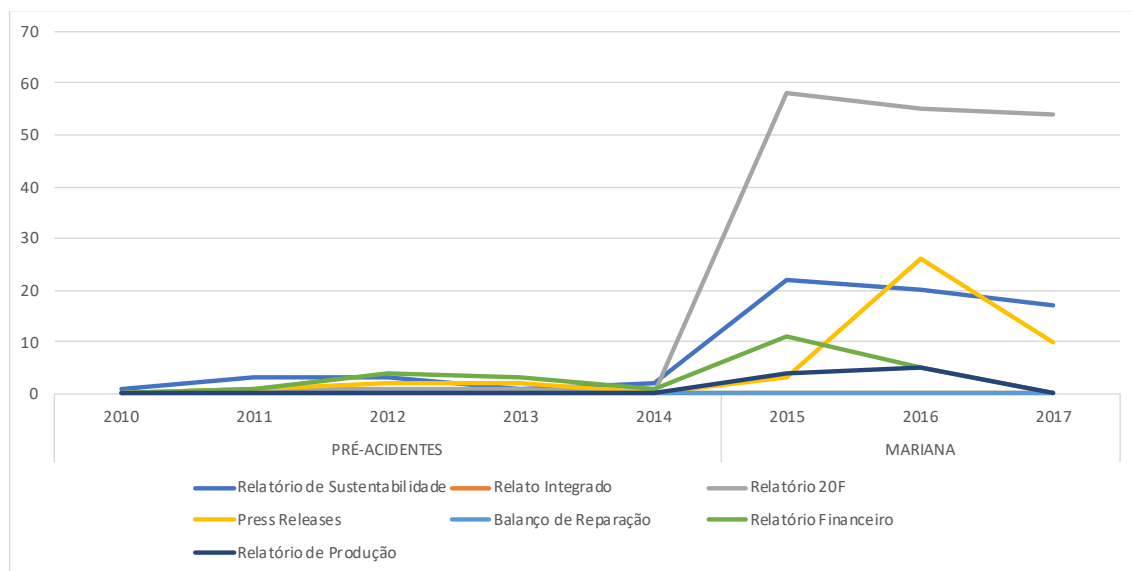
Tirando o pé da lama? *O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

Gráfico 1 Variação do termo "barragens" entre o período pré-acidentes e o período Mariana



Fonte: Elaboração Própria

Gráfico 2 Variação do termo "barragem" entre o período pré-acidentes e o período Mariana



Fonte: Elaboração Própria

O número mais alto de menções do termo “barragens” no período pré-acidente foi de 25 vezes no ano de 2012, enquanto já no primeiro ano do período Mariana a quantidade de menções subiu para 40, apresentando assim um crescimento de 60% entre os anos em questão; já em relação ao termo “barragem” o maior número de menções verificado foram de 3 nos anos de 2011 e 2012, já no primeiro ano do período Mariana as menções subiram para 22, apurando assim um crescimento de 633% entre os anos em questão.

Tirando o pé da lama?

O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

Nos relatórios analisados durante o período em questão, com a abordagem *meaning oriented* pode-se perceber que a Vale aumenta o número das informações divulgadas sobre o que são as barragens, os processos envolvidos e como são geridas nos relatórios de sustentabilidade.

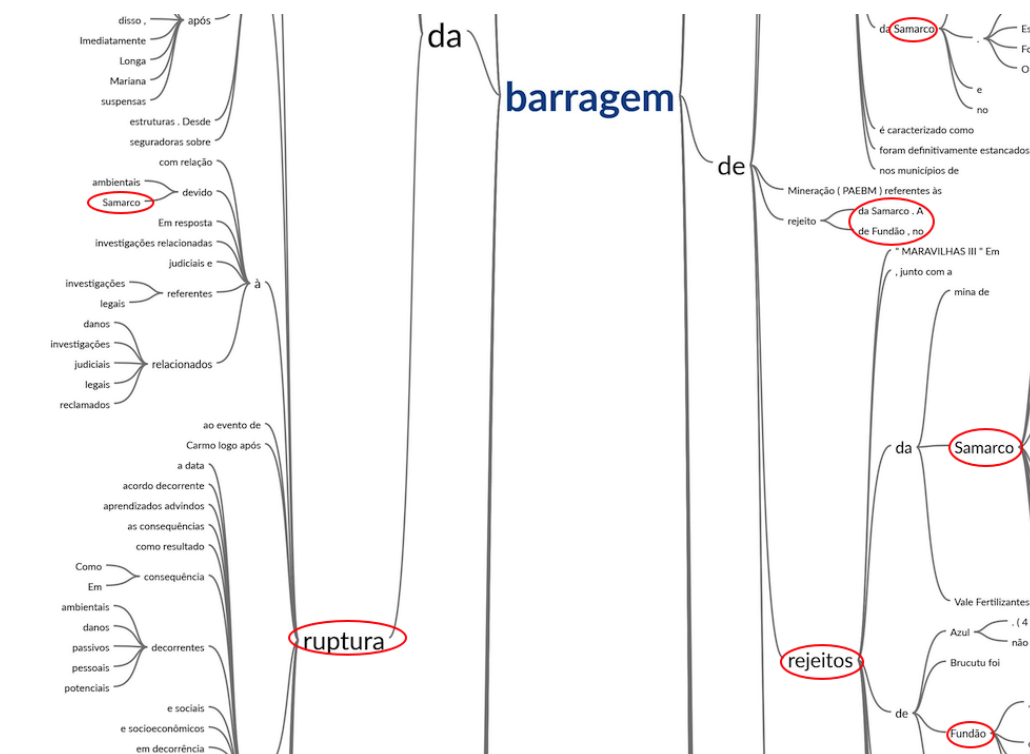
Desde a notificação do acidente, sempre que tem oportunidade, a Vale assegura que a empresa prestou assistência à sua associada Samarco no socorro dos envolvidos e na reparação dos danos causados.

Desde o primeiro momento, a Vale está empenhada em apoiar a Samarco no atendimento às pessoas afetadas e em todos os esforços necessários para minimizar os impactos ao meio ambiente. A empresa disponibilizou recursos humanos e materiais, como helicóptero e equipamentos emergenciais, para auxiliar a Samarco nos trabalhos de resgate, distribuição de água e remoção dos locais de risco dos desabrigados pelo acidente (Relatório de Sustentabilidade de 2015, p. 82)

Na figura abaixo é apresentado um extrato da árvore de palavras gerada a partir do termo “barragem” no período Mariana, a partir dele podemos verificar que a natureza das palavras frequentes relacionado ao termo também mudou, encontra-se agora relacionada com palavras como “acidente”, “ruptura”, “Samarco”, “Fundão” e outras relacionadas ao acidente. No anexo 3 é apresentada a árvore de palavras completa criada a partir do termo barragens para o período de Mariana.

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

Figura 6 Extrato da árvore de palavras do termo "barragem" de 2015 a 2017



Fonte: Elaboração própria a partir do software Nvivo.

Em outros documentos analisados, a Vale alega ter sido prejudicada pelo acidente, como se pode verificar nas seguintes afirmações:

Nossas realizações em um ambiente macroeconômico muito desafiador foram ofuscadas pela ruptura trágica no início de novembro de 2015 de uma das barragens de rejeitos da Samarco, uma joint venture de 50%-50% entre a Vale e a BHPB. A ruptura resultou em 18 fatalidades, com uma pessoa ainda desaparecida, e causou danos materiais e ambientais às áreas afetadas, principalmente no Estado de Minas Gerais (Relatório 20F, 2015, p. 86)

Apesar de todos os esforços, nossas realizações foram ofuscadas pela ruptura da barragem de rejeitos da Samarco no início de novembro de 2015 (Relatório Financeiro do quarto trimestre de 2015, p. 7).

[...] Também podemos enfrentar atrasos na obtenção de licença ambiental e outras licenças para as nossas barragens de rejeitos e outras instalações, e as autoridades brasileiras podem impor condições mais rigorosas em conexão com o processo de licenciamento dos nossos projetos e operações. Além disso, como uma das acionistas da Samarco, nossa reputação foi adversamente afetada pela ruptura da barragem de rejeitos da Samarco. (Relatório 20F, 2017, p. 17)

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

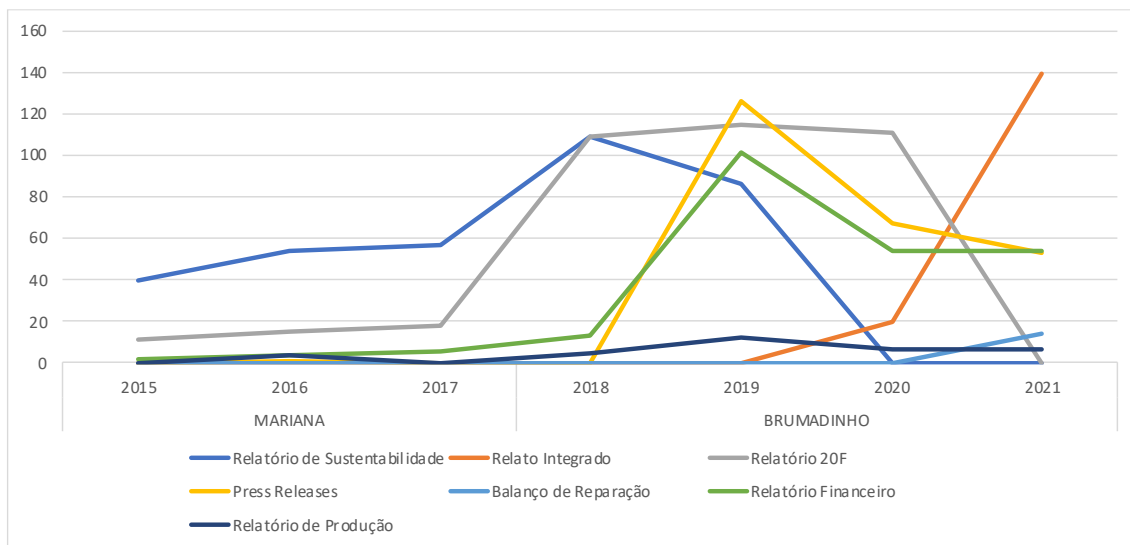
3.3 Período Brumadinho (2018-2021)

O período Brumadinho inicia-se em 2018 e vai até 2021, o último ano de análise. Como o desastre ocorreu em janeiro de 2019, o mesmo foi inserido nos relatórios anuais (ou do último trimestre de 2018, caso dos relatórios trimestrais de produção e financeiro) por ter ocorrido antes da finalização e divulgação dos mesmos. Concernente ao período temporal que do acidente de Brumadinho, pode-se verificar um aumento exponencial no uso das palavras barragem” e “barragens”. Alcançando um aumento de 173% na frequência do termo “barragens”, e 373% do termo “barragem” face ao período do desastre de Mariana.

Nos gráficos seguintes compara-se o comportamento da variação da frequência dos termos no período Mariana (2015 a 2017), onde já havia sido identificado aumento na frequência das palavras “barragens” e “barragem”, e a variação no período Brumadinho (2018 a 2021). No gráfico 3 é a apresentada a comparação entre os períodos relacionado ao termo “barragens”, e no gráfico 4 apresenta-se a mesma análise associada ao uso do termo “barragem”.

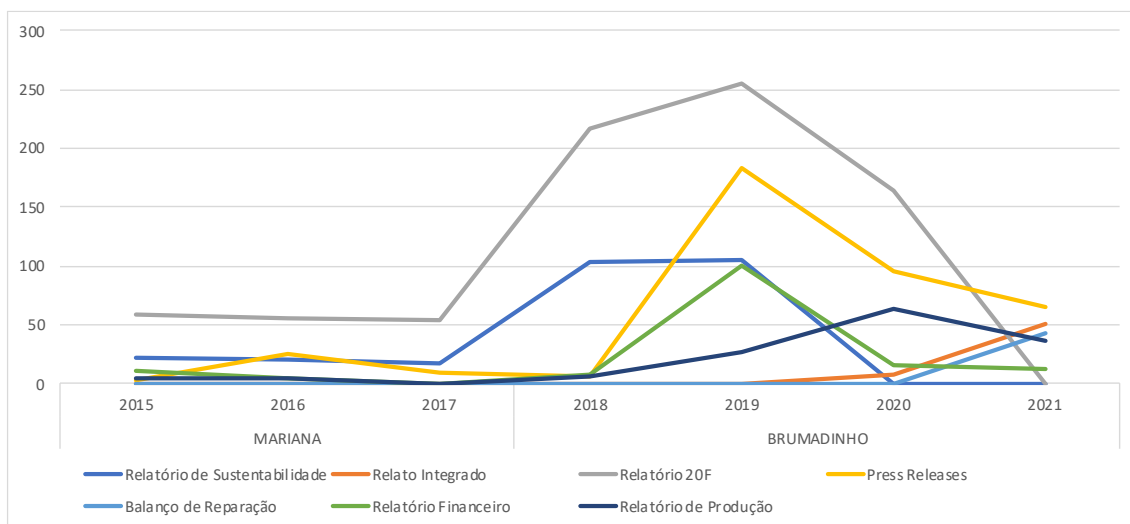
*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

Gráfico 3 Variação do termo "barragens" entre o período Mariana e o período Brumadinho



Fonte: Elaboração Própria

Gráfico 4 Figura 6 Variação do termo "barragem" entre o período Mariana e o período Brumadinho



Fonte: Elaboração Própria

O aumento expressivo da apresentação das palavras criou uma árvore de palavras demasiadamente grande, impossibilitando a inserção da mesma nesta secção ou nos anexos, porém foi possível verificar a maior ocorrência de termos relacionados especificamente com o acidente, como: Brumadinho, Córrego do Feijão, Rompimento e outras, sendo frequente ainda menção a Mariana, mas para além do acidente. Foi também

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

verificado serem frequentes os termos relacionados ao tratamento das barragens pós-acidente, como o descomissionamento.

A abordagem de Brumadinho se diferenciou da abordagem ao acidente de Mariana. Começando com a parte visual, os primeiros relatórios divulgados após o desastre de Brumadinho tinham a sua capa na cor cinza, ao contrário das anteriores que eram nas cores da empresa: verde, laranja ou variações próximas, apresentando ainda um laço como sinal de luto. Quanto às declarações da Vale esta reconheceu as suas responsabilidades quanto ao acidente, o que mostra uma tentativa de justificar o seu comportamento ao mostrar a compreensão da dimensão negativa dos seus atos. São exemplos dessas declarações, as frases a seguir apresentadas:

Impactamos negativamente a vida das pessoas e causamos danos ambientais e econômicos [...] Nossa obrigação é extrair lições dessa tragédia para transformar a Vale em uma empresa mais humana, mais segura e mais sustentável. Para isso, empenharemos todos os esforços e repensaremos métodos e processos, sem jamais esquecer as nossas responsabilidades com Brumadinho. Vamos trabalhar incansavelmente para garantir a segurança das pessoas e das operações da empresa. (Relatório de Sustentabilidade, 2018, p.5)

A Vale pede desculpas à sociedade e lamenta profundamente pelas 270 vítimas fatais, das quais duas eram jovens mulheres grávidas e 11 vítimas ainda não foram localizadas. (Relatório de Sustentabilidade, 2019, p.14)

A entidade mostrou-se consciente do impacto causado ao afirmar:

A Vale entende que as consequências do rompimento da Barragem I da mina Córrego do Feijão não podem ser compreendidas apenas à luz do levantamento de seus impactos sobre a população e o ambiente. Para a empresa, essas situações impactaram direitos humanos das pessoas atingidas, dos moradores e trabalhadores locais (Relatório de Sustentabilidade, 2019, p. 14)

Nesta linha de atuação a Vale manifesta-se comprometida em oferecer o melhor suporte possível aos afetados pelo acidente:

A Vale continua com foco total nos esforços de socorro e apoio aos atingidos. (Press Release de 28/01/19)

Nosso sentimento se divide entre a consternação e o compromisso em atender vítimas e famílias o mais rapidamente e da melhor maneira possível.

Tirando o pé da lama?

O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

Imediatamente após o rompimento da barragem, iniciamos nossa assistência, que envolveu ações como acolhimento, assistência psicológica, atendimento médico, recuperação de infraestrutura, deslocamento de pessoas em situação de risco para abrigos e hotéis, disponibilização de estruturas de hospital para receber os animais resgatados, monitoramento do córrego Ferro-Carvão e dos rios Paraopeba e São Francisco, auxílio financeiro e aportes às instituições que participaram desses esforços. (Relatório de Sustentabilidade, 2018, p.10)

Sem deixar de reforçar, sempre que possível, que a barragem em questão estava dentro dos parâmetros solicitados de segurança:

A Barragem I possuía Declarações de Condição de Estabilidade emitidas pela empresa TUV SUD do Brasil, empresa internacional especializada em Geotecnia. As Declarações de Condição de Estabilidade foram emitidas em 13/06/18 e em 26/09/18, referentes aos processos de Revisão Periódica de Segurança de Barragens e Inspeção Regular de Segurança de Barragens, respectivamente, conforme determina a portaria DNPM 70.389/2017. A barragem possuía Fator de Segurança de acordo com as boas práticas mundiais e acima da referência da Norma Brasileira. Ambas as declarações de estabilidade mencionadas atestavam a segurança física e hidráulica da barragem (Press Release de 27/01/19).

A barragem passava por constante monitoramento e recebia inspeções de campo quinzenais, todas reportadas à Agência Nacional de Mineração (ANM). Também tinha sistema de vídeo monitoramento, sistema de alerta por meio de sirenes e registro da população a jusante (Relatório de Sustentabilidade, 2018, p.11).

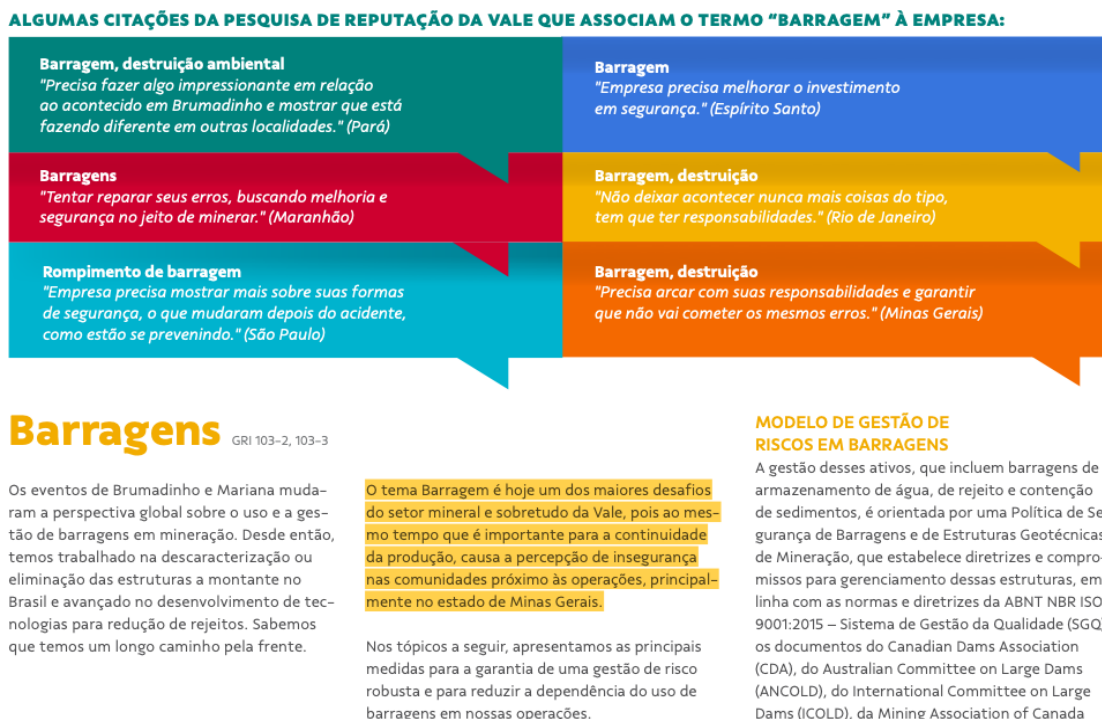
A empresa também divulgou informação que mostra o impacto negativo que o acidente provocou no seu desempenho empresarial:

Nosso desempenho em 2018 foi ofuscado pelo trágico evento em Brumadinho em janeiro de 2019 (20F, 2018, p. 81)

Com a ocorrência do acidente a empresa decidiu apressar o plano de descomissionamento das barragens, que tinha sido divulgado como meta para o ano de 2018. Desde o acidente de Mariana, a empresa já tinha apresentado como objetivo o aumento de divulgação de informações sobre barragens; mas, a partir de Brumadinho, reconheceu que esse aumento de informação visava mudar o sentimento público quanto as barragens e aos seus tratamentos, como apresentado na figura abaixo retirada do Relato Integrado de 2021.

Tirando o pé da lama? O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

Figura 7 Tratamento do termo barragens no Relato Integrado



Fonte: Vale, 2021

A empresa também nega fortemente que as divulgações de informações sobre o acidente ou a divulgação de ações de reparação tenham propósitos comerciais. Exemplo desse comportamento, está presente no Balanço de Reparação de 2021, em que a entidade respondeu diretamente um cliente, no mesmo relatório, que a acusava de estar fazendo “marketing” com as informações divulgadas:

Acusação: Ao invés de gastar energia e dinheiro com marketing, por que não cumprem a obrigação de indenizar as pessoas pelos danos causados pelo rompimento da sua barragem?

Resposta: A Vale não faz marketing. Nós usamos os veículos de comunicação para manter a sociedade informada sobre os avanços da nossa atuação sobre a reparação. O atendimento às pessoas é o nosso principal foco na reparação. Desde 2019, estamos comprometidos com a reparação integral das comunidades atingidas e temos o compromisso de indenizar, de forma rápida e justa, todos

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

aqueles que foram diretamente prejudicados. Para isso, temos equipes dedicadas para buscar o entendimento com as famílias, sempre com a participação da Defensoria Pública de Minas Gerais. As indenizações individuais são calculadas seguindo os parâmetros do Termo de Compromisso assinado com a Defensoria Pública do Estado de Minas Gerais. Até o momento, mais de 11,7 mil pessoas já firmaram acordo de indenização com a Vale. (Balanço de Reparação, 2021, p.27)

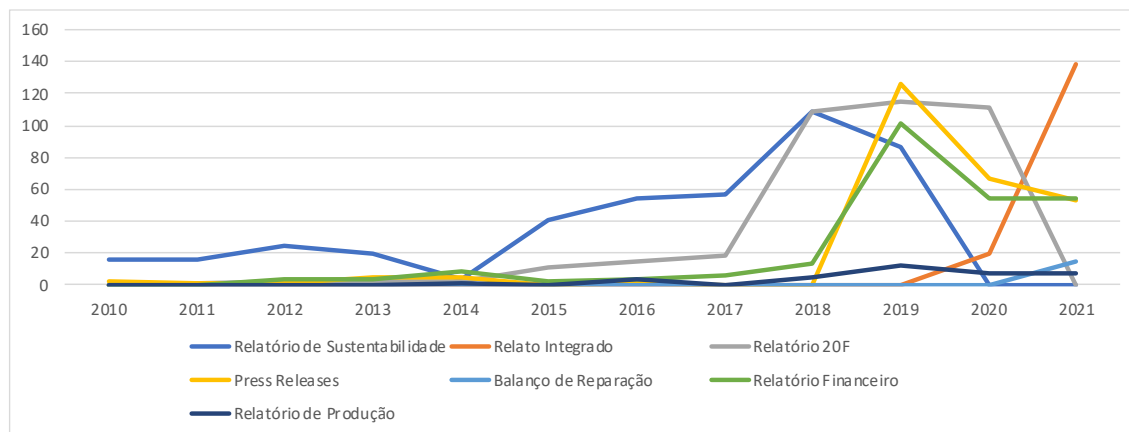
4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Considerando a visão de Goffman de que a manipulação de impressões é como “uma equipa de atores que cooperam entre si para apresentar a uma audiência uma certa definição da situação” (Goffman, 1993, p. 279), procura-se com o estudo desenvolvido compreender, nas palavras de Goffman, se e como a Vale transmitiu a sua situação nas circunstâncias dos atrozes desastres de Mariana e Brumadinho, ou seja, o que a sua performance ou desempenho procurou transmitir para os seus *stakeholders* e para o público geral.

Nos gráficos 5 e 6 podemos visualizar o comportamento das frequências das palavras “barragens” e “barragem” ao longo de todo o período analisado.

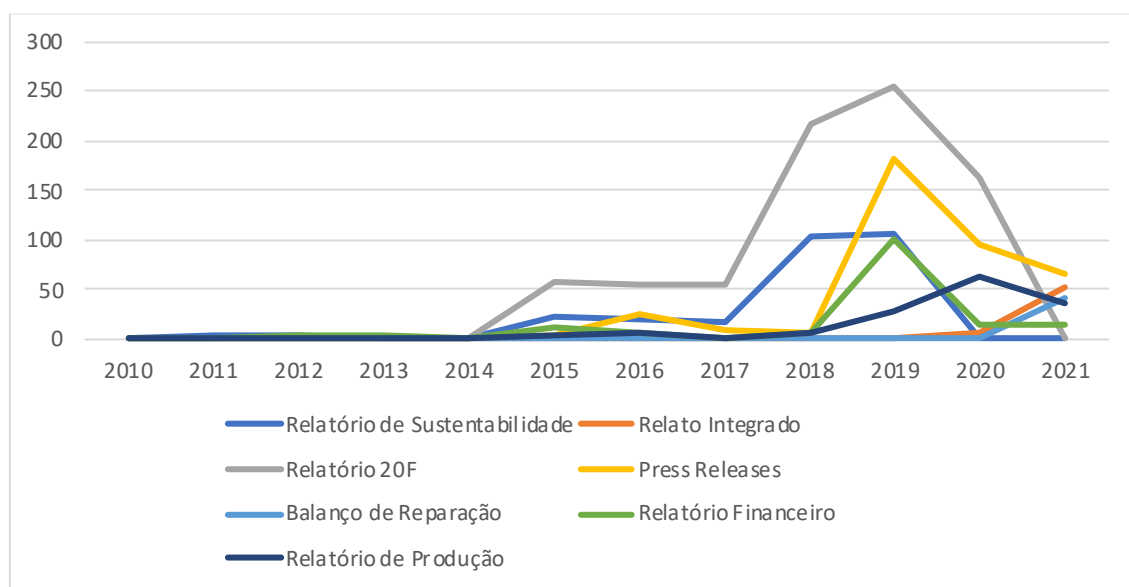
*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

Gráfico 5 Variação do termo “barragens” em todo o período analisado



Fonte: Elaboração Própria

Gráfico 6 Variação do termo "barragem" em todo o período analisado



Fonte: Elaboração Própria

Com o auxílio de ambos os gráficos acima, podemos ver claramente a distinção do comportamento nos três períodos: o primeiro deles marcado por poucas menções, ou frequentemente sem menções, no período anterior aos acidentes (2010 a 2014); com um relativo aumento no período do acidente de Mariana (2015 a 2017); e com um aumento expressivo a partir do acidente de Brumadinho (2018 a 2021).

Tirando o pé da lama?

O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

Através da análise *meaning oriented*, pode-se perceber que o termo “barragens” normalmente se referia a assuntos de políticas gerais envolvendo as estruturas, enquanto “barragem” se referia, principalmente no período envolvendo aos acidentes, às barragens diretamente afetadas pelo ocorrido; por isso podemos ver uma redução no número de menções do termo “barragem” nos anos de 2020 e 2021, após Brumadinho, mas ainda assim, um aumento contínuo nas menções do termo “barragens” principalmente no Relato Integrado, considerando que este veio para substituir o Relatório de Sustentabilidade antes anualmente apresentado pela Vale.

Quanto à imagem compartilhada ou a *impressão* dada pelos relatórios e *press releases* nos períodos analisados, podemos verificar que no primeiro intervalo, pré-acidentes, a Vale se preocupava em passar uma imagem de conformação e cumprimento, que respeitava as regras então impostas quanto a segurança e conformidade das barragens e que, em termos ambientais, ela tinha uma preocupação genuína em desenvolver um negócio sustentável. O que se percebe também é que neste período 66% das menções totais foram encontradas somente no relatório de sustentabilidade, confirmando uma vez mais a suscetibilidade do relatório para implantação de IM.

O estudo de Brito, Dias e Zaro (2022, p. 236) destaca que as organizações que divulgam relatórios de sustentabilidade “auferem benefícios, porque sinalizam um comportamento responsável, favorecendo, com isso, o processo de legitimação perante clientes e investidores e o incremento do nível de lealdade e de investimentos externos”. Estes resultados estão em linha com a teoria da legitimidade que “aponta que as empresas existem até o limite em que a sociedade, ou seu público-alvo, considerar que elas são legítimas e, se for necessário, a sociedade conferir à organização o estado de legitimidade” (Beuren, Gubiani & Soares, 2013, p. 852).

Deve ainda ser ressaltado que ao utilizar estatísticas para representar quantas de suas barragens eram de baixo risco (como aplicado em 2012), a empresa passava uma imagem de segurança, impossibilitando o utilizador da informação de visualizar, ou ter a informação concreta, de que em caso de rutura, que foi o que aconteceu, qual seria o real impacto do ocorrido. Este comportamento está em linha com a tipologia de Goffman

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

(1993), segundo o qual esse tipo de informação seria uma “informação destrutiva”, que é uma informação que em caso de “prestada atenção-durante o desempenho, desmentirão, quebrarão ou inutilizarão a impressão visada” (1993, p. 169).

Já no período do acidente em Mariana, que provocou a morte de 19 pessoas, nos relatórios de 2015 vemos a Vale se esforçar em passar uma imagem de diligente em relação ao suporte nas buscas, acomodações dos afetados e na reparação dos danos. Apesar da Vale, no ano de 2014, ter despejado 28% da quantidade total de rejeitos na barragem de Mariana sem a correspondente licença ambiental, em nenhum momento ela assume algum tipo de responsabilidade relacionada ao desastre. A retenção de informação negativa ao público é considerada por Cooper e Slack (2015) como uma estratégia de manipulação de impressão denominada por omissão.

No relatório de 2016, Brito et al., (2022) destaca que que no ano de 2015 o investimento na área socioambiental foi em torno de 800 milhões de dólares, mas mais a frente ao discriminar os dispêndios de cunho social, que representavam US\$ 228,10 milhões do montante, ela destaca que 70% se dirigia a ações obrigatórias; e uma análise ao resto do relatório não é difícil concluir que os dispêndios ambientais seguem a mesma tendência. Os mesmos autores ainda ressaltam que a empresa não cumpre as normas contabilísticas brasileiras ao não fazer distinção entre investimentos e gastos com manutenção ou recuperação de ambientes degradados, ou com outros projetos ambientais. Ou seja, aqui relaciona-se a manipulação de impressão pelo fato da empresa divulgar o valor do investimento como advindo da sua boa vontade, mas no fim este investimento era maioritariamente motivado apenas pelo cumprimento de obrigações legais, caracterizando assim a utilização da estratégia de atribuição interna.

Vemos também aplicada uma estratégia negação, ao vermos a empresa afirmar que os resíduos despejados não tinham características tóxicas, mesmo que essa informação tenha sido amplamente contestada pela mídia e por trabalhos de especialistas (Maciel, 2022).

Ademais verifica-se uma dicotomia entre o conteúdo apresentado nos distintos relatórios. Enquanto no Relatório de Sustentabilidade ela providencia mais informações sobre as medidas de suporte e de reparação de danos, e reforça que desde o momento em que foi

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

notificada ela tem colocado todo seu esforço no suporte, nos relatórios de natureza mais financeira vemos a Vale se apresentar como vítima, como se o acidente tivesse “roubado” o impacto de todo o seu desempenho do ano de 2015. Posição essa, no mínimo inapropriada perante um acidente que poderia ter sido evitado por parte da empresa, e para além de que não só acarretou mortes humanas como perdas ambientais e sociais perduráveis no tempo, e que conflita completamente com a imagem antes transmitida de que a empresa priorizava as vidas face à produção. O próprio Diretor-Presidente da empresa reforçou, no Relatório de Sustentabilidade de 2015, que “embora os números sejam importantes, para nós, a vida é e sempre será superior à produção” (Vale, 2015).

A abordagem do período Brumadinho foi diferente, podendo-se inferir que isso deriva ao fato de que neste desastre ela estava indubitavelmente ligada diretamente ao ocorrido. Desde a parte visual das apresentações, a empresa se dedicou a mostrar seu luto pelo ocorrido, adotando capas cinzas nos relatórios seguintes ao desastre e com laços pretos em sinal de luto. Na perspetiva de Goffman, quando um individuo, neste caso A Vale, tenciona apresentar para os outros o seu desempenho, o mesmo “tenderá a integrar e a ilustrar os valores oficialmente reconhecidos pela sociedade, mais até, com efeito, do que o faz no seu comportamento global” (Goffman, 1993, p. 50).

Ao longo do texto, podemos verificar a utilização da estratégia de *desculpas* onde ela assume a responsabilidade pelo acidente, e assegura também que irá extrair importantes lições para o futuro (Ogden & Clarke, 2005; Dunne et al., 2021). Assim como do recurso à estratégia de *restituição*, ao tratar das compensações oferecidas devido o desastre, segundo a literatura essa estratégia é adotada para evitar uma imagem de injusta (Cooper & Slack, 2015). Novamente a utilização da estratégia de *negação*, mais uma vez relacionado a qualidade dos rejeitos despejados na barragem do Brumadinho.

Como no acidente da barragem de Mariana, no relatório de 2018, vemos a Vale lamentar a falta de relevância dada ao seu desempenho no período devido ao ocorrido. Uma postura, no mínimo, desconfortável considerando que o acidente em questão matou 270 pessoas e causou grandes estragos em propriedades quer privadas quer públicas e ao

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

meio-ambiente; também contrastante com a imagem de “as pessoas em primeiro”, posição amplamente divulgada em declarações anteriores.

Com a frequência e a forma que a Vale apresenta seus projetos de reestruturação é possível caracterizar o recurso à utilização da estratégia de manipulação *melhorias* (Ogden & Clarke, 2005; Dunne et al., 2021), onde ela acentua os benefícios dos programas aplicados por ela, e seu foco em aplicar aprimoramentos nas áreas afetadas seja pelo desastre de Brumadinho ou nos episódios de deslocamento após o desastre.

CONCLUSÃO

O objetivo do estudo desenvolvido foi verificar se face aos colossais desastres de Mariana e Brumadinho, a empresa brasileira Vale adotou estratégias de manipulação de impressão com o intuito de melhorar a sua imagem perante o público. Partiu-se do ponto de vista de Goffman (1993), precursor da caracterização da manipulação de impressão dentro do campo da psicologia social, que define o fenómeno com uma analogia ao ambiente teatral, ao dizer que a manipulação de impressões se baseia em um grupo de atores que tenta apresentar a uma determinada plateia a sua própria definição da realidade.

Considerando as limitações do ator (Dune et al., 2021) que caracteriza o fenómeno, o referido modelo não explica como o mesmo acontece, pelo que no estudo realizado utilizamos a teoria da manipulação de impressões organizacionais para identificar as estratégias utilizadas pela Vale para a manipulação de impressões. A partir disto, procurou-se analisar os relatórios divulgados pela empresa Vale entre os anos de 2010 a 2021, com o intuito de identificar qual era, segundo a perspetiva de Goffman, a versão da realidade que a companhia procurava passar para o seu público no período anterior aos desastres, anos de 2010 a 2014, durante ocorrência do desastre de Mariana, 2015 a 2017, e também, durante o acidente de Brumadinho, anos de 2019 a 2021.

Os resultados obtidos mostram que no período pré-acidentes a Vale procurava passar uma imagem de conformidade com os padrões de segurança requeridos; no período do acidente de Mariana, ela se mostrou solícita em ajudar a Samarco, a imediata responsável pelo desastre, nas medidas de recuperação; e por fim, no acidente de Brumadinho, por

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

nessa situação a Vale ser a responsável imediata, ela assumiu claramente a responsabilidade pelo acidente, e mostrou-se muito pesarosa quando a ocorrência do mesmo.

De realçar que foi identificada uma contradição de imagem, pois apesar de várias vezes alegarem que a entidade colocava as pessoas em primeiro lugar e a produção em segundo, vemos ela claramente se lamentando pelo seu desempenho não ter tido o destaque merecido devido a ocorrência dos acidentes em questão, mesmo que conjuntamente ambos tenham causado a morte de quase 300 pessoas e causado danos imensuráveis ao meio ambiente.

Para mais, os resultados obtidos no estudo encontram evidência da adoção de estratégias de manipulação de impressão como: omissão, atribuição interna e negação no período do acidente de Mariana; e, desculpas, restituição, negação e melhorias no período do acidente de Brumadinho. Destaca-se aqui que a maioria das estratégias são de cunho defensivo, o que era esperado de acordo com a teoria considerando que a empresa estava enfrentando eventos claramente negativos.

As perdas humanas, naturais e sociais causadas pelos acidentes tratados são grandes e preocupantes exemplos no que tange o impacto que uma organização pode ter em seu entorno. Essa questão, em conjunto com a possibilidade de o princípio da fiabilidade da informação contabilística estar sendo deturpado, ratifica a importância do presente trabalho.

Limitações do estudo e sugestões para estudos futuros

Como limitações para este estudo, com o fim de averiguar a manipulação de impressão adotado pela Vale, cabe ressaltar o fato do estudo se basear somente no campo narrativo de análise, consequentemente abordando somente estratégias narrativas, deixando de lado o campo visual da manipulação de impressão. Outra limitação a ser referida, se refere a natureza da pesquisa se restringir a ser somente qualitativa.

A partir das limitações sugere-se para estudos futuros, uma abordagem do mesmo assunto, comportamento da Vale no período envolvendo os acidentes de Mariana e

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

Brumadinho, abordando tanto a possibilidade de adoção de estratégias de manipulação de impressão de cunho narrativo e visual. Destaca-se até que no futuro (num espaço temporal mais alargado) pode ser analisada a imagem que a companhia irá adotar após as consequências iminentes dos acidentes terem sido superadas. Também se sugere uma abordagem recorrendo a métodos mistos, adotando uma perspetiva qualitativa e quantitativa do assunto.

Outra sugestão de investigação futura reside em analisar simultaneamente a adoção de manipulação de impressão nos relatórios da Vale e da Samarco, nos anos anteriores e posteriores ao acidente de Mariana.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agência Brasil Brasília. (2022, 08 de julho). Justiça da Inglaterra aceita julgar ação do desastre em Mariana. *Agência Brasil*.
<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-07/justica-da-inglaterra-aceita-julgar-acao-do-desastre-em-mariana>

Arantes, V., Gusmão, I., & Costa, M. (2018, Outubro 3-6). *Gerenciamento de impressões, corrupção e manipulação de informações descritas no guidance de empresas investigadas pela Política Federal* [Paper presentation]. EnANPAD 2018, Curitiba.

Arantes, V., Gusmão, I., & Costa, M. (2019). Análise do relatório de guidance em empresas investigadas pela Polícia Federal: exame sob a perspectiva do gerenciamento de impressões. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 13, 1-13.
<http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-6486.rco.2019.148176>

Bardin, L. (2008). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

BBC. (2019, 25 de Janeiro). Brumadinho: O que se sabe sobre o rompimento de barragem que matou ao menos 115 pessoas em MG. *BBC News Brasil*.
<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-47002609>

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

Beelitz, A., & Merkl-Davies, D. (2012). Using Discourse to Restore Organisational Legitimacy: ‘CEO-speak’ After an Incident in a German Nuclear Power Plant. *J Bus Ethics*, 108, 101-120. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1065-9>

Beuren, I., Gubiani, C., & Soares, M. (2013). Estratégias de legitimidade de Suchman evidenciadas nos relatórios da administração de empresas públicas do setor elétrico. *Revista de Administração Pública*, 47(4), 849-875. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122013000400003>

Boiral, O., Brotherton, M., & Talbot, D. (2020). Building trust in the fabric of sustainability ratings: An impression management perspective. *Journal of Cleaner Production*, 260, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120942>

Borges, M. (2011). *Impression management e desempenho organizacional. O caso português* [Dissertação de mestrado, Universidade de Aveiro]. Repositório Institucional da Universidade de Aveiro. <https://proa.ua.pt/index.php/estudosdoisca/article/view/6289/4642>

Braun, J. (2022, 29 de abril). Brumadinho: os próximos passos do processo contra a Vale nos EUA. *BBC News Brasil*. <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-61266813>

Brennan, N., & Merkl-Davies, D. (2013). Accounting Narratives and Impression Management. Em L. Jack, J. Davison, & R. Craig, *The Routledge Companion to Communication in Accounting* (pp. 109-132). Londres: Routledge.

Brennan, N., Guillaumon-Saorin, E., & Pierce, A. (2009). Impression management: Developing and illustrating a scheme of analysis for narrative disclosures – a methodological note. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 22 (5), 789-832. <https://doi.org/10.1108/09513570910966379>

Brito, A., Dias, S., & Zaro, E. (2022). Relatório corporativo socioambiental e greenwashing: análise de uma empresa mineradora brasileira. *Cadernos EBAPE.BR*, 20 (2), 234-246. <http://dx.doi.org/10.1590/1679-395120210057>

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

Camilo, J. (2015, 10 de novembro). Governador Valadares decreta Estado de Calamidade Pública. *O Tempo*. <https://www.otempo.com.br/cidades/governador-valadares-decreta-estado-de-calamidade-publica-1.1162302>

Cen, Z., & Cai, R. (2013). ‘Impression management’ in Chinese corporations: a study of chairperson's statements from the most and least profitable Chinese companies. *Asia Pacific Business Review*, 19 (4), 490-505. <https://doi.org/10.1080/13602381.2013.811825>

Cen, Z., & Cai, R. (2014). Preference in Presentation or Impression Management: A Comparison Study between Chairmen’s Statements of the Most and Least Profitable Australian Companies. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 8 (3), 3-22. <http://dx.doi.org/10.14453/aabfj.v8i3.2>

CNDH. (2017). *Relatório sobre o rompimento da barragem de rejeitos da mineradora Samarco e seus efeitos sobre o Vale do Rio Doce*. Disponível em https://www.gov.br/mdh/pt-br/aceso-a-informacao/participacao-social/old/cndh/relatorios/RelatriodaBarragemdoRioDoce_FINAL_APROVADO.pdf

Cooper, S., & Slack, R. (2015). Reporting practice, impression management and company performance: A longitudinal and comparative analysis of water leakage disclosure. *Accounting and business research*, 45 (6-7), 801-840. <http://dx.doi.org/10.1080/00014788.2015.1081554>

Cornelissen, J. (2020). *Corporate Communication*. (2nd ed.) SAGE Publications. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/corporate-communication/book268492>

Decreto nº 46.993 do Governo de Minas Gerais. (2016). Diário do Executivo – “Minas Gerais”. <http://www.siam.mg.gov.br/sla/download.pdf?idNorma=41216>

Delgado, P., & Romero, M. (2021). Elaboration of a research project using qualitative methodology. *Enfermería Intensiva*, 32, 164-169. <https://doi.org/10.1016/j.enfi.2021.03.001>

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

Diouf, D., & Boiral, O. (2017). The Quality of Sustainability Reports and Impression Management: A Stakeholder Perspective. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 30, (3), 643-667. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-04-2015-2044>

Dunne, N., Brennan, N., & Kirwan, C. (2021). Impression management and Big Four auditors: Scrutiny at a public inquiry. *Accounting, Organizations and Society*, 88, 1-19. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2020.101170>

Eccles, R., & Serafeim, G. (2015). Corporate and Integrated Reporting: A Functional Perspective. In Lawler, E., Mohrman, S., & O'Toole, J. (Eds). *Corporate Stewardship: Achieving Sustainable Effectiveness* (pp. 1-21). Greenleaf. <https://ssrn.com/abstract=2388716> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2388716>

Fabrício, S., Ferreira, D., & Borba, J. (2021). A Panorama of Mariana and Brumadinho disasters: What do we know so far? *Revista Eletrônica de Administração*, 27 (1), 128-152. <http://dx.doi.org/10.1590/1413-2311.310.102806>

Folha de São Paulo. (2015, 04 de dezembro). Vale jogou mais lama em barragem do que havia declarado, aponta laudo. *Folha de São Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2015/12/1715301-vale-jogou-mais-lama-em-barragem-do-que-havia-declarado-aponta-laudo.shtml>.

G1 MG. (2017, 07 de agosto). Processos contra mineradora Samarco após desastre de Mariana. *G1*. Disponível em <https://g1.globo.com/minas-gerais/desastre-ambiental-em-mariana/noticia/processos-contra-mineradora-samarco-apos-desastre-de-mariana.ghtml>

G1. (2019, 08 de fevereiro). B3 exclui ações da Vale de seu índice de sustentabilidade. *G1*. <https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/02/08/b3-exclui-acoes-da-vale-de-seu-indice-de-sustentabilidade.ghtml>

Goffman, E. (1993). *A apresentação do eu na vida de todos os dias*. Lisboa: Relógio d'Água.

Hooghiemstra, R. (2000). Corporate Communication and Impression Management – New Perspectives Why Companies Engage in Corporate Social Reporting. *Journal of Business Ethics*, 27, 55-68. <https://doi.org/10.1023/A:1006400707757>

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

IBAMA. (2015). Laudo Técnico Preliminar: Impactos ambientais decorrentes do desastre envolvendo o rompimento da barragem de Fundão, em Mariana, Minas Gerais. http://www.ibama.gov.br/phocadownload/barragemdefundao/laudos/laudo_tecnico_preliminar_Ibama.pdf

Jones, E., & Pittman, T. (1982). Toward a General Theory of Strategic Self-Presentation. In Suls, J. (Ed.). *Psychological Perspectives on the Self* (pp. 231-262). Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. https://www.researchgate.net/publication/248124372_Toward_a_general_theory_of_strategic_self-presentation

Lewin, S., & Reeves, S. (2011). Enacting ‘team’ and ‘teamwork’: Using Goffman’s theory of impression management to illuminate interprofessional practice on hospital wards. *Social Science & Medicine*, 72(10), 1595-602. . <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2011.03.037>

Maciel, V. (2022, 21 de agosto). Ufes acha materiais tóxicos e minério nas praias ao norte do Rio Doce. *A Gazeta*. <https://www.agazeta.com.br/meio-ambiente/ufes-acha-materiais-toxicos-e-minerio-nas-praias-ao-norte-do-rio-doce-0822>.

Merkel-Davies, D., & Brennan, N. (2007). Discretionary Disclosure Strategies in Corporate Narratives: Incremental Information or Impression Management? *Journal of Accounting Literature*, 27, 116-196. <https://ssrn.com/abstract=1089447>

Merkel-Davies, D., & Brennan, N. (2011). A Conceptual Framework of Impression Management: New Insights from Psychology, Sociology, and Critical Perspectives. *Accounting and Business Research*, 41 (5), 415-437. <https://doi.org/10.1080/00014788.2011.574222>

Moreno, A., & Jones, M. (2021). Impression management in corporate annual reports during the global financial crisis. *European Management Journal*, 40 (4), 503-517. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2021.08.007>

MPF. (2015, 20 de novembro). MPF: Samarco sabia dos riscos de rompimento de barragem desde 2013. *Procuradoria-Geral da República*.

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

<http://www.mpf.mp.br/pgr/noticias-pgr/samarco-deve-responder-por-todos-os-danos-causados-pelo-rompimento-da-barragem-de-fundao-defende-mpf>

MPF. (2020, 05 de novembro). Caso Samarco: MPs e Defensorias Públicas querem que Fundação Renova deixe de veicular conteúdo incorreto e evite gastos milionários em propaganda. MPF. <http://www.mpf.mp.br/mg/sala-de-imprensa/noticias-mg/caso-samarco-mps-e-defensorias-publicas-querem-que-fundacao-renova-deixe-de-veicular-conteudo-incorreto-e-evite-gastos-milionarios-em-propaganda-1>

MPF. (2022). Linha do tempo. MPF. <http://www.mpf.mp.br/grandes-casos/caso-samarco/atuacao-do-mpf/linha-do-tempo>

Nascimento, P. (2019, 01 de fevereiro). Velocidade de lama da barragem da Vale chegou a 80 km/h, diz bombeiro. R7. <https://noticias.r7.com/minas-gerais/velocidade-de-lama-da-barragem-da-vale-chegou-a-80-kmh-diz-bombeiro-29062022>

Ogden, S., & Clarke, J. (2005). Customer disclosures, impression management and the construction of legitimacy. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 18 (3), 313 – 345. <http://dx.doi.org/10.1108/09513570510600729>

Oliveira, J., Azevedo, G., & Borges, F. (2016). Impression management and self-presentation dissimulation in Portuguese chairman's statements. *Corporate Communications: An International Journal*, 21 (3), 388-408. <http://dx.doi.org/10.1108/CCIJ-11-2015-0074>

Oliveira, M., Azevedo, G., & Oliveira, J. (2021). The Relationship between the Company's Value and the Tone of the Risk-Related Narratives: The Case of Portugal. *Economies*, 9 (2), 1-28. <https://doi.org/10.3390/economies9020070>

Paes, C. (2019, 12 de dezembro). Estudo contratado pela Vale confirma que barragem em Brumadinho se rompeu por liquefação. G1. <https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2019/12/12/estudo-contratado-pela-vale-diz-que-barragem-em-brumadinho-se-rompeu-por-liquefacao.ghtml>

Paranaíba, G. (2015, 09 de novembro). Governador Valadares interrompe captação de água por conta da lama no Rio Doce. *Estado de Minas*.

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2015/11/09/interna_gerais,705897/governador-valadares-interrompe-captacao-de-agua-por-conta-da-lama-no.shtml

Passarinho, N. (2019, 29 de janeiro). Tragédia com barragem da Vale em Brumadinho pode ser a pior no mundo em 3 décadas. *BBC*. <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-47034499>

Perkiss, S., Bernardi, C., Dumay, J., & Haslam, J. (2020). A sticky chocolate problem: Impression management and counter accounts in the shaping of corporate image. *Critical Perspectives on Accounting*, 81, 102229. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2020.102229>

Pimentel, T. (2022, 09 de março). Brumadinho: Justiça nega recurso da Vale e mantém indenização de R\$ 1 milhão para herdeiros de funcionários mortos. *G1*. <https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2022/03/09/brumadinho-justica-nega-recurso-da-vale-e-mantem-indenizacao-de-r-1-milhao-para-herdeiros-de-funcionarios-mortos.ghtml>

Reuters, S. (2022, 13 de maio). Petrobras é a maior empresa brasileira do ranking Forbes Global 2000. *Forbes*. <https://forbes.com.br/forbes-money/2022/05/forbes-global-2000-petrobras-e-a-maior-empresa-brasileira-do-ranking/>

Sandell, N., & Svensson, P. (2016). The Language of Failure: The Use of Accounts in Financial Reports. *International Journal of Business Communication*, 53 (1), 5-26. <https://doi.org/10.1177/2329488414525452>

Smith, M., & Taffler, R. (2000). The chairman's statement: A content analysis of discretionary narrative disclosures. *Accounting Auditing & Accountability Journal*, 13 (5), 624-647. <https://doi.org/10.1108/09513570010353738>

Souza, T. (2019). Os Impactos Ambientais Decorrentes do Rompimento da Barragem em Mariana. *Revista do Conselho Nacional do Ministério Público*, (7), 139-145. <https://doi.org/10.36662/revistadocnmp.i7.106>

Steenkamp, N., & Northcott, D. (2007). Content analysis in accounting research: The practical challenges. *Australian Accounting Review*, 17 (3), 12-25. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1835-2561.2007.tb00332.x>

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

Thomé, R., & Passini, M. (2018). Barragens de Rejeitos de Mineração: Características do método de alteamento para montante que fundamentaram a suspensão de sua utilização em Minas Gerais. *Ciências Sociais Aplicadas em Revista*, 18 (34), 49-65. <https://e-revista.unioeste.br/index.php/csaemrevista/article/view/19480>

Trajano, H. (2015, 16 de novembro). MP afirma acordo com Samarco para pagamento de R\$ 1 bilhão. *G1 MG*. <http://g1.globo.com/minas-gerais/noticia/2015/11/mp-e-mpf-firma-acordo-com-samarco-para-pagamento-de-r-1-bilhao.html>

Vale, J., & Melo, R. (2015, 06 de novembro). Barragem que se rompeu passava por obras, afirma Samarco. *Estado de Minas*. https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2015/11/06/interna_gerais,705229/barragem-que-rompeu-passava-por-obras-afirma-samarco.shtml

Vale. (2010). Relatório de Sustentabilidade 2010. *Vale*. https://www.vale.com/PT/investors/information-market/annual-reports/sustainability-reports/Sustentabilidade/Relat%C3%B3rio_Sustentabilidade_Port_2010.pdf

Vale. (2015). Relatório de Sustentabilidade 2015. *Vale*. <https://www.vale.com/brasil/pt/aboutvale/sustainability/paginas/default.aspx>

Vale. (2016, 02 de março). Vale informa sobre acordo alcançado com as autoridades brasileiras. *Vale*. <https://www.vale.com/PT/investors/information-market/Press-Releases/Paginas/vale-informa-sobre-acordo-alcancado-com-as-autoridades-brasileiras.aspx>

Vale. (2019, 27 de janeiro). Vale atualiza informações sobre o rompimento da barragem de Brumadinho. *Vale*. <https://www.vale.com/brasil/PT/aboutvale/news/Paginas/Vale-atualiza-informacoes-sobre-o-rompimento-da-barragem-de-Brumadinho.aspx>

Vale. (2021, 04 de fevereiro). Vale informa sobre Acordo Global para Brumadinho. *Vale*. https://www.vale.com/PT/investors/information-market/Press-Releases/ReleaseDocuments/20210204%20-%20Acordo%20Global_FR_p.pdf

Vale. (2022a). Espaço Memória. *Vale*. <http://www.vale.com/brasil/PT/aboutvale/Paginas/espaco-memoria.aspx>.

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

Vale. (2022b). Sobre a Vale. *Vale.*
<http://www.vale.com/brasil/PT/aboutvale/Paginas/default.aspx>

Vale. (2022c). Gestão de Participações. *Vale.*
<http://www.vale.com/esg/pt/Paginas/GestaoParticipacoes.aspx>

Vale. (2022d). O que são barragens. *Vale.*
http://www.vale.com/brasil/PT/aboutvale/servicos-para-comunidade/minas-gerais/atualizacoes_brumadinho/Documents/PT/entenda-as-barragens-da-vale-pt.html

Werneck, G. (2015, 24 de novembro). Samarco contratou plano de emergência contra desastres, mas nunca pôs em prática. *Estado de Minas.*
https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2015/11/24/interna_gerais,710870/samarco-contratou-plano-de-emergencia-para-desastre-mas-nunca-pos-em.shtml

Yin, R. (2015). *Estudo de Caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

ANEXOS

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

ANEXO 1

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

FREQUÊNCIA DOS TERMOS ESTUDADOS NO PERÍODO E DOCUMENTOS ANALISADOS

	Ano	2010			2011			2012		
	Termo	barragens	barragem	acidentes	barragens	barragem	acidentes	barragens	barragem	acidentes
Documento	Relatório de Sustentabilidade	16	1	40	16	3	16	25	3	30
	Relato Integrado	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Relatório 20F	0	0	2	1	1	8	2	1	9
	Press Releases	2	0	0	1	1	0	1	2	4
	Balanço de Reparação	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Relatório Financeiro	0	0	2	0	1	5	3	4	3
	Relatório de Produção	0	0	0	0	0	2	0	0	1

	Ano	2013			2014			2015		
	Termo	barragens	barragem	acidentes	barragens	barragem	acidentes	barragens	barragem	acidentes
Documento	Relatório de Sustentabilidade	19	1	32	3	2	24	40	22	38
	Relato Integrado	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Relatório 20F	2	1	12	2	0	10	11	58	9
	Press Releases	5	2	0	5	0	0	0	3	5
	Balanço de Reparação	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Relatório Financeiro	3	3	2	9	1	2	2	11	0
	Relatório de Produção	0	0	1	1	0	0	0	4	4

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

FREQUÊNCIA DOS TERMOS ESTUDADOS NO PERÍODO E DOCUMENTOS ANALISADOS

	Ano	2016			2017			2018		
	Termo	barragens	barragem	acidentes	barragens	barragem	acidentes	barragens	barragem	acidentes
Documento	Relatório de Sustentabilidade	54	20	27	57	17	32	109	104	25
	Relato Integrado	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Relatório 20F	15	55	11	18	54	11	109	217	16
	Press Releases	1	26	5	0	10	4	0	6	0
	Balanço de Reparação	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Relatório Financeiro	4	5	2	6	0	0	13	7	0
	Relatório de Produção	4	5	2	0	0	0	5	6	0

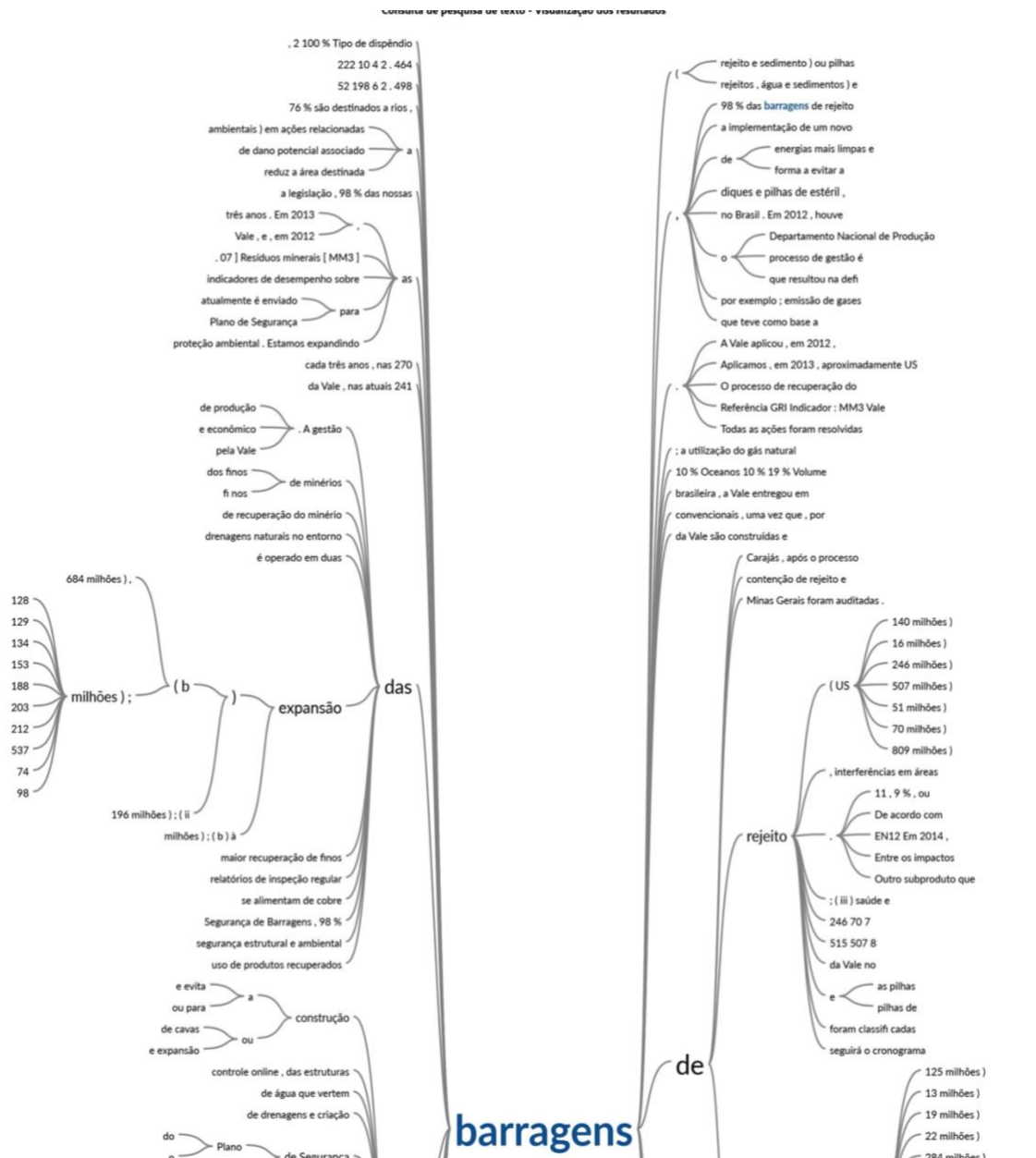
	Ano	2019			2020			2021		
	Termo	barragens	barragem	acidentes	barragens	barragem	acidentes	barragens	barragem	acidentes
Documento	Relatório de Sustentabilidade	86	105	11	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Relato Integrado	N/A	N/A	N/A	20	7	1	139	51	32
	Relatório 20F	115	255	17	111	164	12	N/A	N/A	N/A
	Press Releases	126	183	9	67	96	3	53	65	4
	Balanço de Reparação	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	14	42	0
	Relatório Financeiro	101	101	1	54	15	0	54	13	2
	Relatório de Produção	12	27	1	7	63	1	7	36	0

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

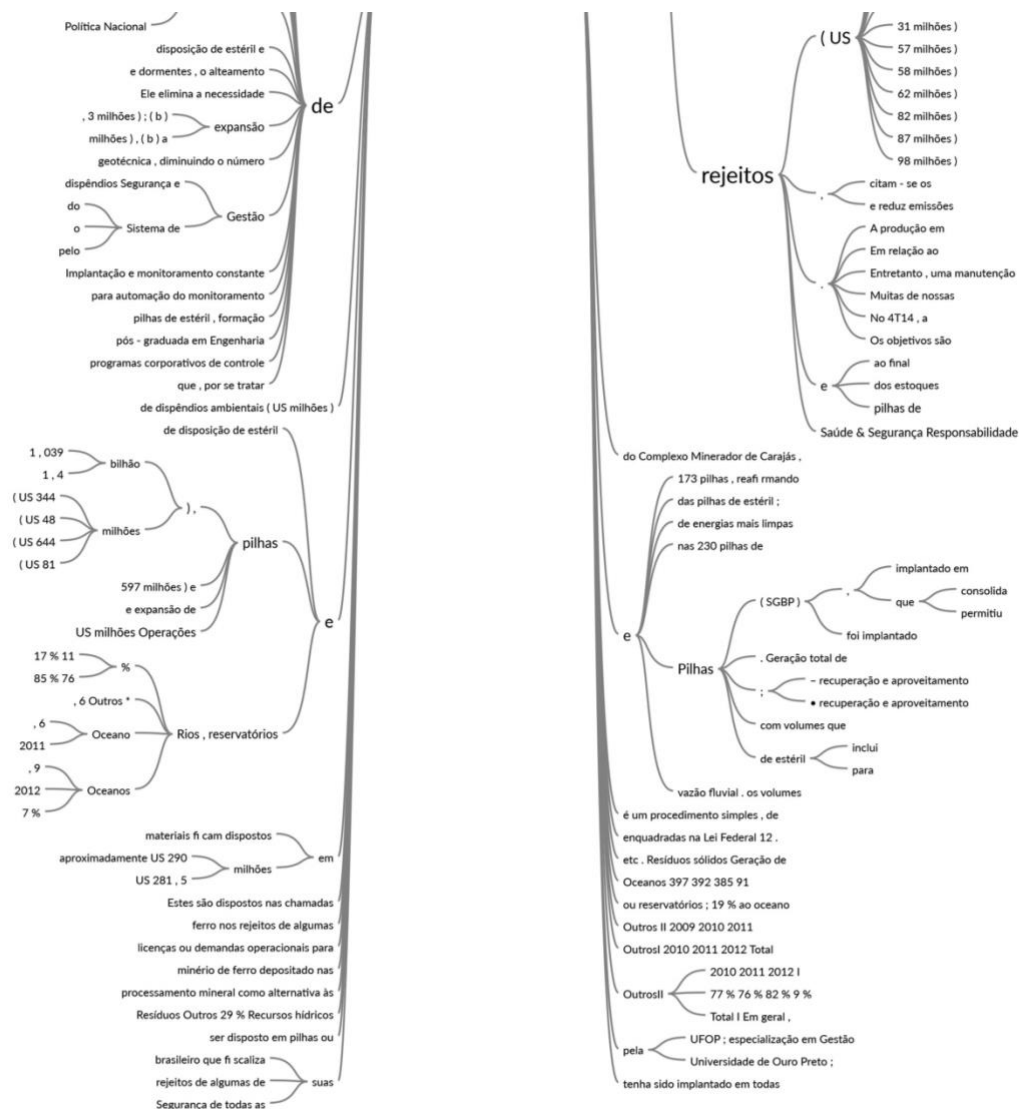
ANEXO 2

Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

ÁRVORE DE PALAVRAS DO TERMO BARRAGENS NO PERÍODO PRÉ-ACIDENTES DE 2010 A 2014



Tirando o pé da lama? O uso de impression management na divulgação de informações da Vale



Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

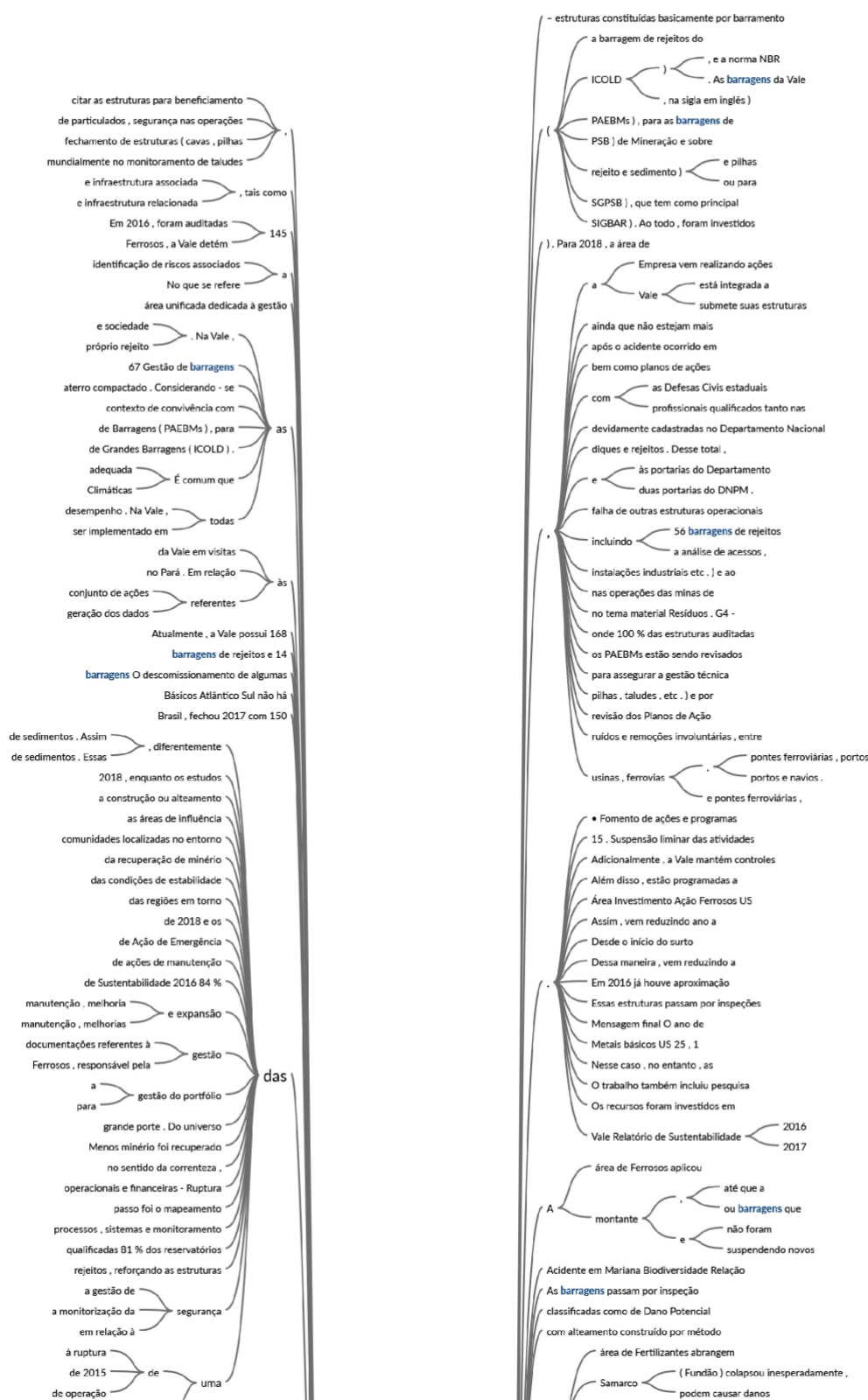
ANEXO 3

*Tirando o pé da lama?
O uso de impression management na divulgação de informações da Vale*

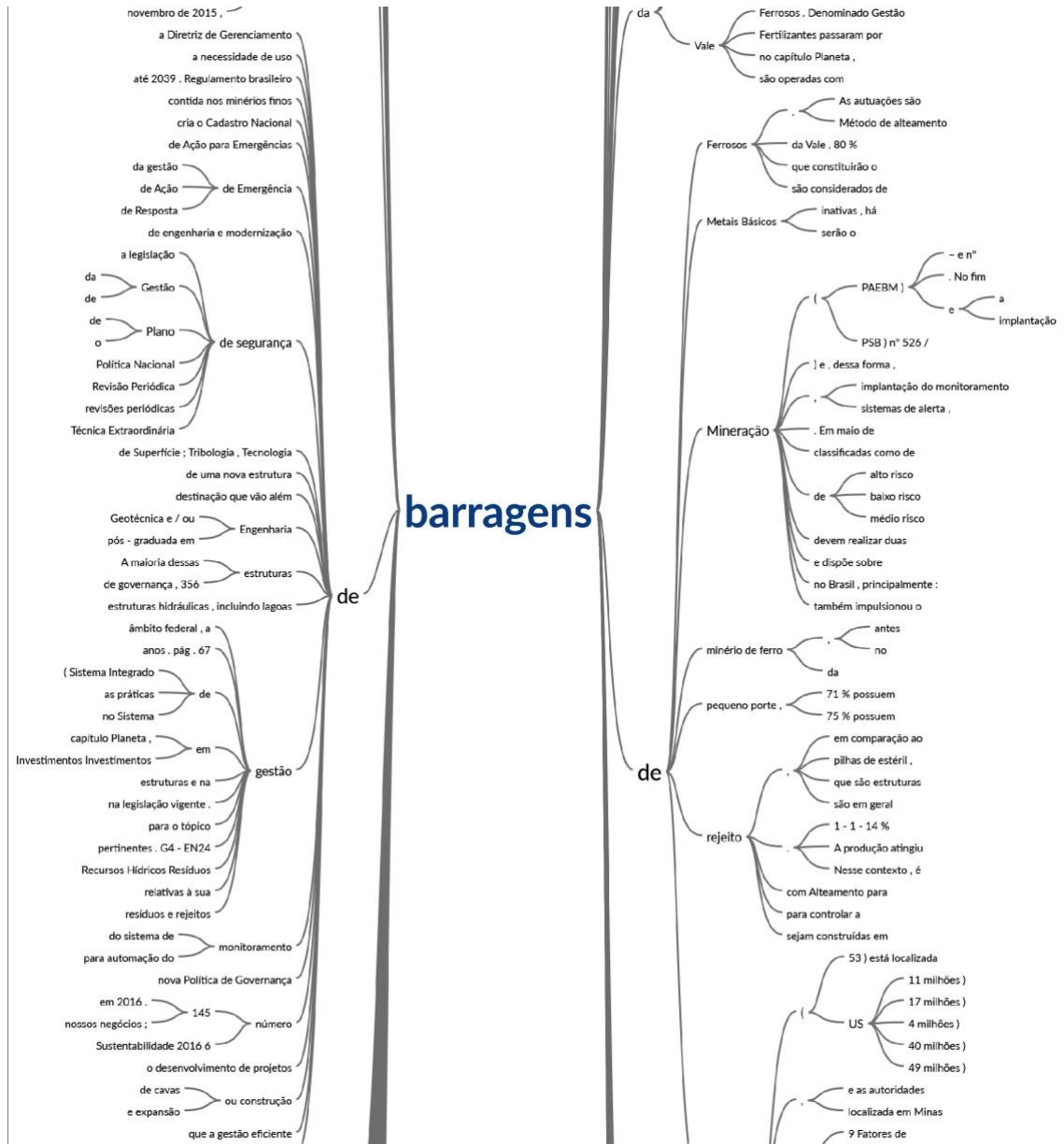
ÁRVORE DE PALAVRAS DO TERMO BARRAGENS NO PERÍODO MARIANA DE 2015 A 2017

Tirando o pé da lama? O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

Consulta de pesquisa de texto - Visualização dos resultados



Tirando o pé da lama? O uso de impression management na divulgação de informações da Vale



Tirando o pé da lama? O uso de impression management na divulgação de informações da Vale

