

Teoria da Legitimidade: contribuições e tendências na Contabilidade a partir da literatura recente

Legitimacy Theory: contributions and trends in Accounting based on recent literature

Camila Ascari^{*1} – camila.ascari@unochapeco.edu.br ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0115-0356>

Silvana Dalmutt Kruger^{*2} – silvana.d@ufms.br ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3353-4100>

Mara Vogt^{*1} – mara.v@unochapeco.edu.br ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3951-4637>

Larissa de Lima Trindade^{*3} – larissa.trindade@uffs.edu.br ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9708-0363>

1 - UNOCHAPECÓ – Universidade Comunitária da Região de Chapecó

2 - UFMS – Universidade Federal do Mato Grosso do Sul

3 - UFFS – Universidade Federal da Fronteira Sul

Resumo

As organizações buscam estratégias para se legitimarem perante seus *stakeholders*, seja criando, mantendo ou reparando suas ações e práticas de governança corporativa. O estudo objetiva identificar as contribuições e tendências das pesquisas em Contabilidade que utilizaram como base teórica a Teoria da Legitimidade. Para isso, uma revisão sistemática de literatura de artigos científicos foi realizada nas principais bases de dados nacionais e internacionais, considerando os últimos seis anos (2016 a 2021). Os resultados demonstram como principal ponto de tendência a publicação de relatórios de sustentabilidade e do relato integrado pelas empresas. Ademais, observou-se a relação da Teoria da Legitimidade com a Teoria Institucional, Teoria da Agência, Teoria da Divulgação Voluntária e Teoria das Partes Interessadas nos estudos realizados na área contábil. Entre as abordagens da Teoria da Legitimidade destacam-se estudos com abordagem da legitimidade institucional e organizacional, bem como, pode-se destacar como contribuições e tendências as fases de aquisição, manutenção e reparação da legitimidade. De forma geral, a pesquisa ressalta a abrangência da teoria em relação aos valores organizacionais e as boas práticas de gestão socioambiental.

Palavras-chave: Teoria da Legitimidade. Contabilidade. Evidenciação Contábil. Revisão Sistemática.

Abstract

Organizations seek strategies to legitimize themselves before their stakeholders, whether creating, maintaining, or repairing their corporate governance actions and practices. The study aims to identify the contributions and trends of research in accounting that used the Theory of Legitimacy as a theoretical basis. For this, a systematic literature review of scientific articles was carried out in the main national and international databases, considering the last six years (2016 to 2021). The results demonstrate the publication of sustainability reports and integrated reporting by companies as the main point of trend. Furthermore, the relationship between Legitimacy Theory and Institutional Theory, Agency Theory, Voluntary Disclosure Theory and Stakeholder Theory was observed in studies carried out in the accounting area. Among the approaches of the Theory of Legitimacy, studies with an approach to institutional and organizational legitimacy stand out, as well as the phases of acquisition, maintenance and repair of legitimacy can be highlighted as contributions and trends. In general, the research emphasizes the scope of the theory in relation to organizational values and good socio-environmental management practices.

Keywords: Theory of Legitimacy. Accounting. Accounting Disclosure. Systematic Review.

Recebimento: 22/12/2022 | **Aprovação:** 17/10/2023

Editor responsável aprovação: Dra. Luciana Klein

Editor responsável edição: Dra. Luciana Klein

Avaliado pelo sistema: *Double Blind Review*

DOI: <http://dx.doi.org/10.5380/rcc.v15i3.89242>

1 Introdução

No contexto mundial, as discussões sobre boas práticas de governança corporativa, relatórios socioambientais, sustentabilidade e políticas ambientais vêm sendo postas em pauta devido às preocupações com a degradação do meio ambiente (Tachizawa, 2008) e pela necessidade das empresas em trabalhar tais questões (Paffarini, Colognese & Hamel, 2017). Todavia, a falta de incentivos ou de padrões para que possam ser implantados, além dos gastos necessários para a elaboração dos relatórios, que por sua vez, não são obrigatórios cria uma barreira para implantação (Teixeira, Rech, Zanolla, & Couto, 2021).

Nesse intuito, a Teoria da Legitimidade vem sendo estudada para compreender o comportamento das organizações ao implementar, desenvolver e comunicar políticas de responsabilidade social, trazendo como pressuposto o cumprimento de uma espécie de contrato social, demonstrando seu papel na sociedade (Zyznarska-Dworczak, 2018; Tharmini & Lakshan, 2021).

Para Suchman (1995), a Teoria da Legitimidade é utilizada pelas organizações para justificar seu direito de existir e, são os *stakeholders* que julgam se as organizações merecem ou não esse *status*. Frente às adversidades faz-se necessário implantar estratégias a fim de criar, manter ou reparar a legitimidade (Duff, 2017; Lehner, Harer & Quast, 2019; Kuruppu, Milne & Tilt, 2019; Lepistö, Dobroszek, Lepistö & Zarzycka, 2020).

Estudos correlatos sobre a temática como os de Vouvachis, Woodward, Woodward e Patten (2016), Duff (2017), Arena e Vouvachis (2018), Furtado, Antonovz, Correa, Silva e Panhoca (2019), Patten (2019) e Cooray, Senaratne, Herath e Samudrage (2021) abordam a utilização de relatórios socioambientais e a evidenciação da Responsabilidade Social Corporativa (RSC), *Environmental, Social and Corporate Governance* (ESG) e Relatórios Integrados (RI) para a manutenção da legitimidade. Vale ressaltar que a Teoria da Legitimidade é utilizada como forma das organizações legitimar suas ações perante as partes interessadas (Islam, 2017; Cunha & Moneva, 2018; Zyznarska-Dworczak, 2018; Sehn Zanchet & Gomes, 2018; Beske, Haustein & Lorson, 2019; Soewarno, Tjahjadi & Fithranti, 2019; Maama, 2021). Por outra ótica Deegan (2019) e Patten (2019) demonstram preocupação com a falta de avanços da Teoria da Legitimidade, falta de interesse e estímulos ao pesquisar a teoria, além da necessidade de renovação nos estudos e o uso de novas perspectivas.

Desta forma, o objetivo deste estudo é identificar as contribuições e tendências das pesquisas em Contabilidade que utilizaram como base teórica a Teoria da Legitimidade, a partir de uma revisão sistemática da literatura recente.

Tendo em vista o fato desta teoria ser muito explorada nos estudos sobre a RSC, Alvarez e Martínez (2022) frisam que a divulgação de Responsabilidade Social Corporativa está relacionada ao desempenho corporativo das empresas, contribuindo com sua legitimação e beneficiando seus *stakeholders*. Portanto, cabe às organizações apresentarem relatórios com informações verídicas sobre o que estão fazendo para melhorar o ambiente interno e externo, podendo assim evitar futuras ameaças a sua legitimidade e valor perante a sociedade (Roman, Martin & Gonzales, 2020), fato que também justifica a relevância da pesquisa. O estudo corrobora na compreensão da aplicação da Teoria da Legitimidade na área contábil, sinalizando possíveis contribuições e tendências, bem como, potencialidades para estudos futuros.

2 Teoria da Legitimidade

A Teoria da Legitimidade visa compreender o comportamento da organização ao implementar, desenvolver e comunicar as políticas de responsabilidade social, sendo o seu objetivo o cumprimento do contrato social, o que a organização entrega para a sociedade (Zyznarska-Dworczak, 2018). Ao longo dos anos, pesquisadores apresentaram diversas definições da legitimidade e na área contábil, introduziram o termo Teoria

da Legitimidade a partir da literatura referente a Contabilidade Social e Ambiental, tais como: Parker (1989), Patten (1992), Gray, Kouhy, & Lavers (1995), Deegan e Rankin (1996) e Gordon (1996).

Deegan (2019) preconiza que a Teoria da Legitimidade adota a suposição de que a manutenção das operações organizacionais exige dos gerentes, a garantia da operação de acordo com as expectativas dos *stakeholders*, atribuindo assim à empresa o *status* de legítima. A legitimidade busca identificar e demonstrar o porquê as empresas estão cada vez mais preocupadas com a divulgação de seus relatórios socioambientais, além de compreender a necessidade das mesmas em reconhecer suas atividades perante a sociedade (Deegan, 2002; Hummel & Schlick, 2016; Islam, 2017; Cunha & Moneva, 2018; Zyznarska-Dworczak, 2018; Patten, 2019; Beske et al., 2019; Soewarno et al., 2019; Alam, 2021; Maama, 2021; Zhang & Yang, 2021).

A organização que não é considerada legítima é aquela que não atende às expectativas de seus *stakeholders*, sofrendo com sanções ou restrições em suas operações, dificuldade em atrair mão de obra e redução de demanda por seus bens e serviços (Deegan, 2019). Um dos pontos principais destacados é a busca pela continuidade e credibilidade, pois a legitimidade aumenta a estabilidade e a compreensibilidade das atividades das organizações e, por sua vez, faz com que a estabilidade e compreensibilidade melhorem uma à outra (Suchman, 1995).

Vale ressaltar que a Teoria da Legitimidade possui ramificações ou tipologias, baseadas em Suchman (1995), abrindo um leque para novas análises a partir de suas contribuições, as quais foram utilizadas em estudos recentes, para fundamentar suas análises (Artiach, Irvine, Mack, & Ryan, 2016; Mcmeeking, 2016; Yusuf & Omoteso, 2016; Duff, 2017; Dumitru & Guse, 2017; Islam, 2017; Arena, Liong & Vourvachis, 2018; Sehn et al., 2018; Sowarno et al., 2018; Zyznarska-Dworczak, 2018; Beske et al., 2019; Deegan, 2019; Kuruppu et al., 2019; Haustein & Lorson, 2019; Kawak, Zhang & Yu, 2019; Krambia-Kapardis, 2019; Kwak, Zhang & Yu, 2019; Elsayed & Ammar, 2020; Cooray et al., 2021; Alam, 2021; Islam et al., 2021).

Suchman (1995) aborda a legitimidade organizacional, sob duas perspectivas: (i) a legitimidade estratégica, a qual se refere à forma como as organizações manipulam o apoio da sociedade por meios documentais e simbólicos; (ii) a legitimidade institucional, que analisa a estruturação setorial das organizações e sua dinâmica em relação às pressões culturais e sociais. A legitimidade estratégica indica que as organizações buscam a legitimação por dois meios gerais, que são: a gestão e a gestão simbólica (Suchman, 1995). A gestão propriamente dita, é capaz de afetar a realidade social, é construída e pode fornecer novas justificativas de acordo com as mudanças dos valores (Ashforth & Gibbs, 1990; Artiach, 2016; Islam, 2017; Kuruppu et al., 2019; Corray et al., 2021). Já na gestão simbólica, não há mudança física na organização, somente é feito o gerenciamento simbólico de valores, informações e expectativas sociais.

Além disso, na gestão simbólica, são criados símbolos e imagens convincentes, como a rotulagem e impressão mais convicta, promovendo assim, metas socialmente aceitáveis. Ademais, aprovações de produtos por celebridades, patrocínio de times de esportes, de comunidade de eventos e a incorporação do nome da empresa no cotidiano da população, são alguns exemplos comuns dessa prática (Ashforth & Gibbs, 1990).

A legitimidade institucional está relacionada a fatores culturais e externos (Krambia-Kapardis, 2019; Lehner et al., 2019) destacando também regras, crenças e normas internamente criadas (Yusuf & Omoteso, 2016), levando em conta a natureza construtiva do ambiente da organização (Artiach et al., 2016). Existem três tipos de legitimidade quando se trata da institucional, sendo estas: legitimidade pragmática, legitimidade moral e legitimidade cognitiva (Suchman, 1995; Duff, 2017; Lepistö et al., 2020; Alam, 2021; Islam et al., 2021), conforme Figura 1.

Figura 1

Tipos de Legitimidade Institucional



Fonte: adaptado de Suchman (1995).

De acordo com o exposto na Figura 1, a legitimidade institucional é identificada a partir de três abordagens. Entende-se que a legitimidade pragmática apresenta a troca direta entre a organização e o público mais próximo, em que interesses são negociados. O público ou também denominados de *stakeholders* apoiam a organização, não necessariamente por acreditar nela, mas por atenderem aos seus interesses (Suchman, 1995; Artiach et al., 2016; Shahib & Ireandi, 2016; Duff, 2017; Dumitru & Guse, 2017; Islam, 2017; Voltarelli & Zanchet, 2017; Sehn et al., 2017; Krambia-Kapardis, 2019).

A legitimidade moral, por sua vez, busca a realização de uma avaliação do comportamento ético da organização, usando como principal sustentação o que é certo para a organização, não necessariamente tomando as decisões pensando em seus *stakeholders* (Suchman, 1995; Artiach et al., 2016; Shahib & Irwandi, 2016; Chedrawi & Osta, 2017; Dumitru & Guse, 2017; Islam, 2017; Elsayed & Ammar, 2020; Kuruppu, et al., 2019; Islam et al., 2021). Já a legitimidade cognitiva não está relacionada a interesses ou avaliações, pois seu papel é analisar, compreender e prever circunstâncias relacionadas ao meio social da organização e seus *stakeholders* (Suchman, 1995; Artiach et al., 2016; Shahib & Ireandi, 2016; Dumitru & Guse, 2017; Voltarelli & Zanchet, 2017; Sehn et al., 2018; Krambia-Kapardis, 2019).

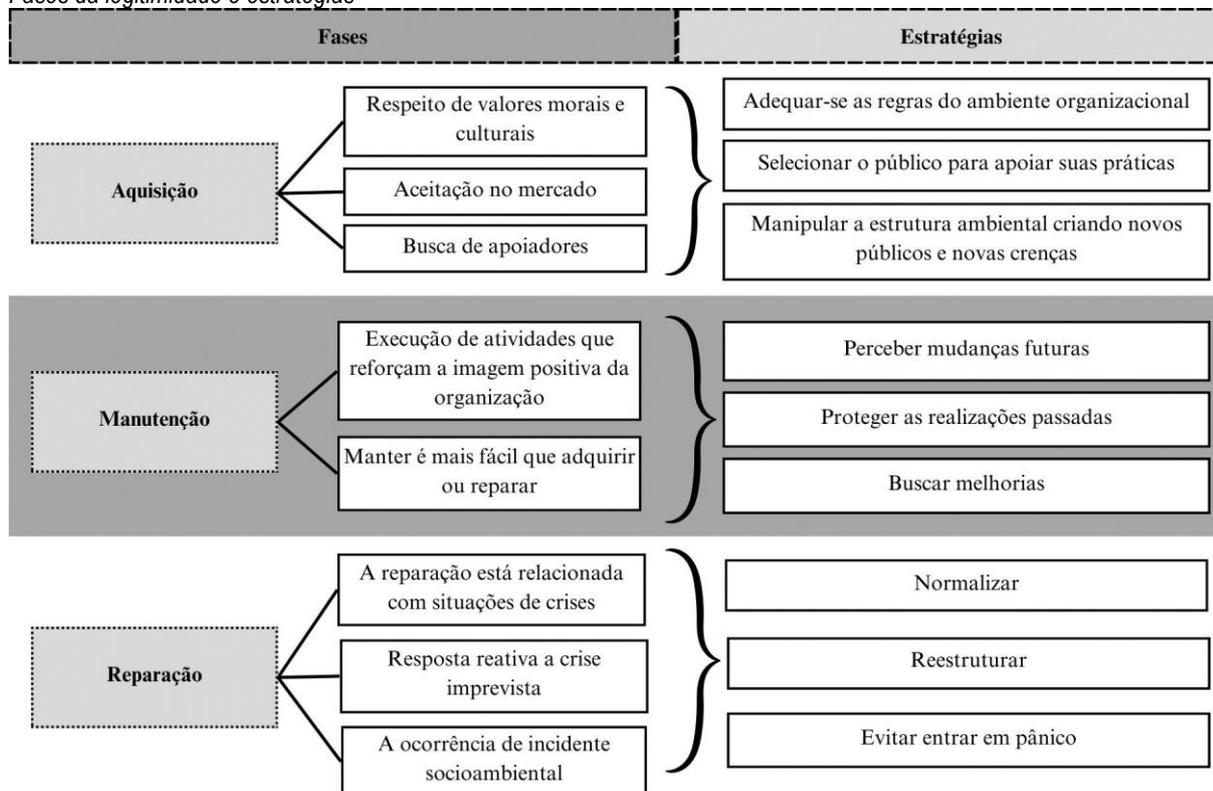
Na Figura 2, pode-se observar algumas características das fases da legitimidade: aquisição, manutenção e reparação, além de suas estratégias. Como é possível visualizar na Figura 2, a aquisição da legitimidade é o ponto inicial para a organização, em que a mesma busca aceitação no mercado para seus produtos e serviços, bem como, novos apoiadores para as suas atividades, além de respeitar sempre valores morais e culturais para se legitimar perante a sociedade, visando construir uma identidade social (Suchman, 1995; Vourvachis et al., 2016; Kwak et al., 2019).

A manutenção da legitimidade está relacionada à execução de atividades que reforçam e mantêm o *status quo* da organização perante a sociedade (Duff, 2017; Kuruppu et al., 2019). Para Suchman (1995), manter a legitimidade se torna mais fácil do que adquiri-la ou repará-la. A reparação da legitimidade deve existir quando ocorre alguma crise organizacional ou desastre ambiental, pois a organização perde sua credibilidade e valor perante seus *stakeholders* e diante disso, essa situação precisa ser reparada para evitar mais perdas, visando manter a empresa no mercado (Suchman, 1995; Kuruppu et al., 2019).

Com base nas fases da legitimidade, as empresas adotam estratégias para se legitimar, conforme apresenta a Figura 2. As estratégias para a aquisição de legitimidade vêm ao encontro do fato de medir esforços para a organização se adequar às regras já existentes no ambiente organizacional (Ashforth & Gibbs, 1990; Suchman, 1995; Kuruppu et al., 2019). Também é necessário o esforço para selecionar o(s) público(s) que

apoiará(ão) as atividades organizacionais, criar vínculos com novos públicos e criar novas crenças legitimadoras (Ashforth & Gibbs, 1990; Suchman, 1995; Kuruppu et al., 2019).

Figura 2
Fases da legitimidade e estratégias



Fonte: adaptado de Suchman (1995).

Para a manutenção da legitimidade, as estratégias a serem utilizadas são as mais simples, pois é necessário identificar novas mudanças que estão ocorrendo no mercado, proteger o que foi conquistado e buscar por melhorias contínuas (Suchman, 1995; Kuruppu et al., 2019). Já as estratégias de reparação da legitimidade são designadas para colocar “a casa em ordem” e, portanto, é preciso normalizar as atividades, reestruturar seu *modus operandi*, voltando-se para a busca de redenção e recuperação da legitimidade (Ashforth & Gibbs, 1990; Suchman, 1995; Kuruppu et al., 2019).

De forma geral, a legitimidade organizacional está relacionada com as preocupações socioambientais e com o que as empresas estão fazendo frente às partes interessadas (Milne & Patten, 2002). Ademais, a teoria preconiza aspectos relacionados às pressões sociais e políticas que as empresas enfrentam, com base no seu desempenho perante seus *stakeholders* (Zyznarska-Dworczak, 2018; Tharmini & Lakshan, 2021).

3 Procedimentos Metodológicos

Este estudo caracteriza-se quanto aos objetivos como uma pesquisa descritiva, quanto aos procedimentos refere-se a uma revisão sistemática de literatura, quanto à abordagem do problema tem-se uma pesquisa qualitativa. Para a realização do estudo identificaram-se artigos científicos de âmbito nacional e internacional publicados no período de 2016 a 2021, relacionados à Teoria da Legitimidade e Contabilidade,

publicados em diferentes bases de dados, o período de coleta de dados ocorreu de 23/11/2021 a 09/12/2021. Posteriormente a análise das pesquisas ocorreu entre janeiro e maio de 2022.

Pesquisas de cunho descritivo buscam relatar características de um determinado fenômeno ou tema (Pereira, 2019), neste caso revelar contribuições de pesquisas na área contábil que abordam a Teoria de Legitimidade. Neste estudo, utilizou-se a técnica de levantamento bibliográfico sistemático nas seguintes bases de dados: Portal de Periódicos da Capes, EBSCOhost, ScienceDirect e SPELL. Para a identificação dos estudos foram definidos os seguintes descritores: na língua portuguesa “Teoria da Legitimidade” combinado com “Contabilidade” e na língua inglesa os descritores utilizados foram “*Legitimacy Theory*” combinado com “*Accounting*”, considerou-se todos artigos identificados em cada base a partir dos descritores, de forma que todos os artigos que continham esses descritores foram selecionados, a quantidade de artigos encontrados nessa primeira etapa totalizou 1.694, conforme se apresenta na Tabela 1.

Tabela 1

Composição do Portfólio bibliográfico

Bases	Selecionados pelas palavras-chaves		Após exclusão (não gratuitos ou duplicados) e com objetivo/ resumos desalinhados		Base final da análise, após leitura integral dos artigos	
	Inglês	Português	Inglês	Português	Inglês	Português
Capes	1.292	56	59	4	21	1
EBSCOhost	2	9	2	1	1	1
ScienceDirect	333	0	6	0	2	0
Spell	1	1	0	0	0	0
Total	1.628	66	67	5	24	2

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Para o desenvolvimento do estudo foram contempladas 4 principais etapas de desenvolvimento, ou seja, o seguinte protocolo de pesquisa:

- (i) Etapa 1: identificação dos artigos junto as quatro bases selecionadas, considerando os descritores “Teoria da Legitimidade” e “Contabilidade” e na língua inglesa “*Legitimacy Theory*” and “*Accounting*”;

Dessa forma a partir da etapa 1, foi necessário identificar nos artigos encontrados os descritores no título, palavras-chave ou resumo, além dos critérios de inclusão e exclusão. Como critérios de inclusão definiu-se: artigos científicos, publicados no período de 2016 a 2021, em português e inglês, disponíveis gratuitamente nas bases, periódicos revisados por pares e que abordassem a Teoria da Legitimidade como base teórica. O período temporal de 6 anos, visa contemplar pesquisas recentes e atuais sobre o tema, no intuito de atingir o objetivo proposto pelo estudo.

- (ii) Etapa 2: seleção dos artigos a partir da análise dos resumos e palavras-chaves, contemplando a temática da Teoria da Legitimidade no contexto da Contabilidade, disponibilidade de acesso e não duplicidade;

Na etapa 2 ocorreu a seleção dos artigos encontrados a partir dos resumos e palavras-chaves, um total de 1.622 artigos foram excluídos pois eles continham os descritores mencionados somente uma ou duas vezes ao longo de todo artigo, sendo que dessa forma não atenderiam o objetivo do estudo, dentre estes artigos excluí-se 5 artigos duplicados nas bases.

- (iii) Etapa 3: exclusão dos artigos que não atendiam as premissas/critérios indicados na etapa 2 do estudo;

Os critérios de exclusão foram: artigos em duplicidade e em outros idiomas diferente do português e inglês ou artigos que não traziam uma contribuição ou tendência ou ainda que não tinham uma base teórica

alinhada aos descritores. Diante disso, obteve-se um total de 72 artigos refinados, conforme demonstrado na Tabela 1, sendo 67 no idioma inglês e 5 no idioma português.

- (iv) Etapa 4: análise integral dos artigos selecionados para compor o portfólio bibliográfico do estudo, visando responder ao objetivo proposto.

Na etapa 4 foram analisados os 72 artigos que possuíam as características necessárias para compor a base bibliográfica, a partir desse momento foi iniciado o processo de baixa desses artigos para a leitura integral, porém destes 72 artigos, foi possível identificar que 20 deles solicitavam a assinatura nas revistas para tê-los na íntegra, excluindo estes da base, dos 52 artigos restantes, 2 artigos foram excluídos por não estarem em inglês ou português dentro dos filtros, 24 foram excluídos devido ao fator de estarem mencionando os descritores, porém não contribuírem com nossa pesquisa bibliográfica por não conterem nenhuma contribuição ou tendência, pela ausência do uso da teoria estudada ou falta de embasamento com os resultados, delimitando a identificação do objetivo proposto. Após os ajustes, o portfólio da análise é composto por 26 artigos, ou seja, estes representam estudos com contribuições ou tendências relacionadas à Teoria da Legitimidade junto à Contabilidade.

A Tabela 1, evidencia o número de estudos por base sem critérios, apenas com os descritores, já num segundo momento revela o número de artigos incluindo os critérios de exclusão e inclusão definidos na revisão e por fim o número final de artigos que compõem a análise, ou seja, 26 estudos.

Posteriormente, a Etapa 4 do estudo contemplou-se a organização, leitura e análise dos 26 estudos, os quais foram organizados e sistematizados em planilha de excel, contendo informações em relação a: autoria, ano, periódico, idioma, objetivo geral, metodologia aplicada, país de origem do estudo, qualis (Capes) do periódico, principais contribuições da pesquisa estudo para área, possíveis contribuições e tendências identificadas no estudo. Ainda, foram observados os tipos de legitimidade ou abordagem adotada pelas pesquisas e se havia alguma relação com outra abordagem teórica. Sendo assim, na seção a seguir apresenta-se a análise dos resultados e as discussões.

4 Análise e Discussão dos Resultados

A fim de identificar contribuições das pesquisas realizadas na área contábil que usaram como base a Teoria da Legitimidade, 26 estudos foram identificados e sistematizados a fim de revelar seus impactos para o campo científico. Na Figura 3 são apresentados os países de origem dos estudos analisados.

Figura 3
Países de origem dos estudos

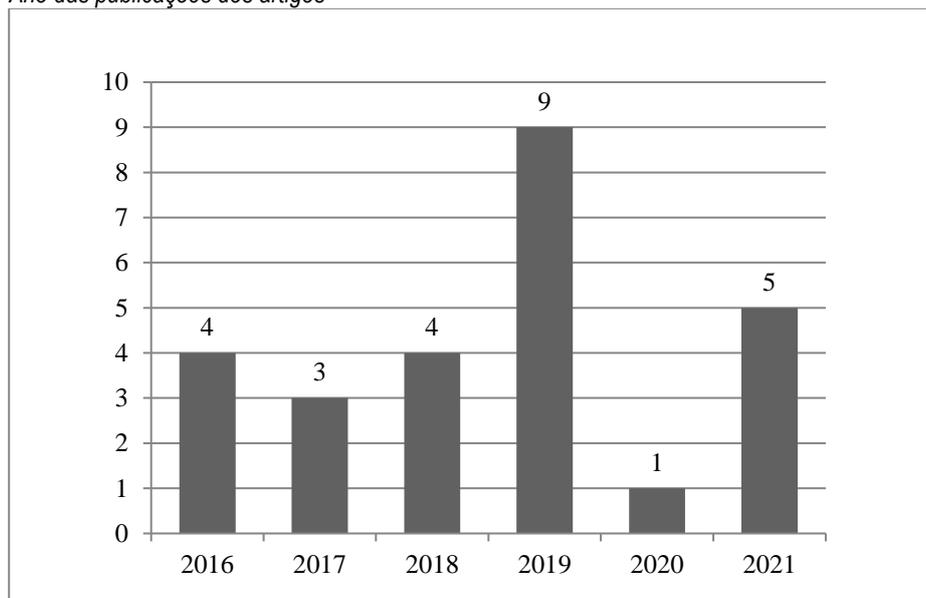


Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Por meio da Figura 3 percebe-se que, em primeiro lugar encontra-se o Reino Unido com 16 artigos publicados nos últimos seis anos nas bases investigadas e, em segundo lugar está o Brasil, com três artigos publicados. Este resultado justifica a predominância do inglês como idioma, o qual está relacionado ao país de origem (Reino Unido, em sua maioria) e revela que esta temática é bastante discutida pela literatura internacional, visto que os demais países também possuem a língua inglesa como nativa. Na Figura 4 é apresentado o ano de publicação dos 26 artigos selecionados.

Figura 4

Ano das publicações dos artigos



Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Observa-se na Figura 4 que o ano de 2019 destaca-se com o maior número de publicações, isto é, nove artigos no total. Identificou-se como tendência nos estudos publicados neste ano, a utilização de relatórios de RSC para legitimar as empresas, a qual foi verificada em três estudos.

Outro fato verificado a partir da análise das pesquisas foi referente a distribuição do Qualis Capes entre os artigos selecionados, pois observou-se que oito dos artigos possuem Qualis A1, oito artigos possuem Qualis A2, três artigos são caracterizados pelo Qualis A4, e um artigo possui Qualis B1. Outros seis dos artigos da análise não possuem avaliação de acordo com o Qualis 2017-2020 observado.

Verificou-se também que a Teoria da Legitimidade também possui ligação com outras teorias, as quais tem semelhança com o objetivo fim da legitimidade (fornecer e divulgar informações para as partes interessadas e assim ser considerada legítima). Nos estudos analisados, utilizando a Teoria da Legitimidade na área contábil, verificou-se relação com as seguintes teorias, conforme apresentado na Figura 5.

Identificou-se em 8 estudos a indicação de outras teorias, além da Teoria da Legitimidade: a Teoria da Agência (1 estudo), a Teoria dos Stakeholders (4 estudos), e Teoria Institucional (2 estudos) e a Teoria da Divulgação Voluntária (1 estudo), foram identificadas no decorrer nas análises como teorias relacionadas com a Teoria da Legitimidade. Os demais 18 artigos apresentaram discussões e análises a partir da lente da Teoria da Legitimidade, conforme evidencia a Figura 5.

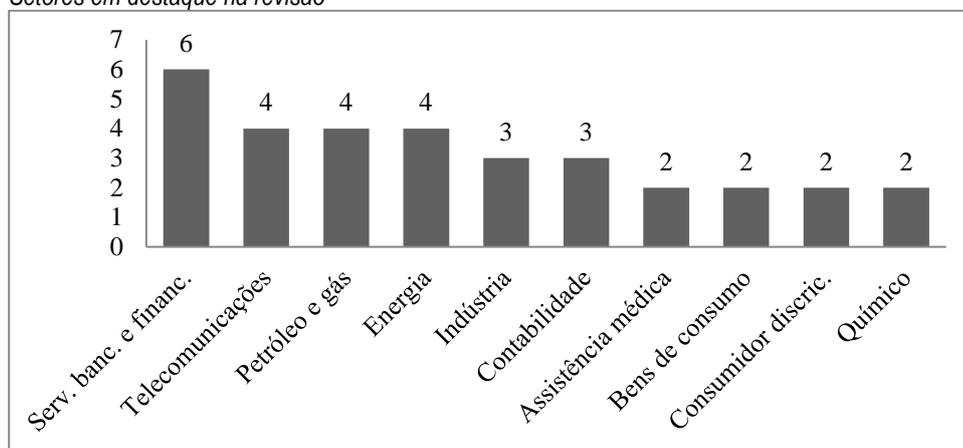
Figura 5
Convergências da Teoria da Legitimidade



Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Nota-se a convergência com a Teoria da Agência no estudo de Zhang e Yang (2021), Teoria dos Stakeholders abordada nos estudos de Yusuf e Ometeso (2016), Artiach et al. (2016), Cunha e Moneva (2018) e Furtado et al. (2019), Teoria da Divulgação Voluntária na pesquisa de Hummel e Schlick (2016) e, Teoria Institucional nos estudos de Deegan (2019) e Kwak et al., (2019), o restante dos estudos (18 no total) abordam somente a Teoria da Legitimidade. Também foi possível identificar os setores de aplicação dos estudos analisados, de acordo com a Figura 6.

Figura 6
Setores em destaque na revisão



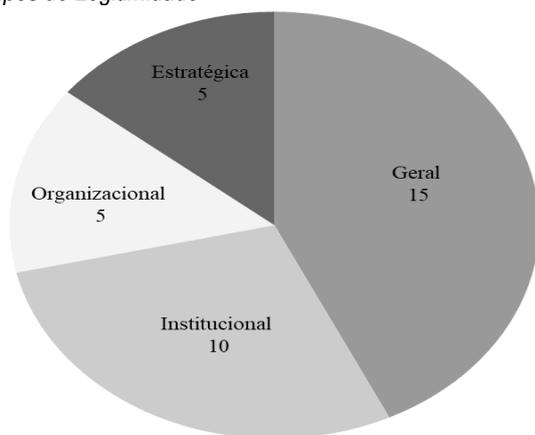
Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Os setores que mais foram utilizados nos estudos foram os de serviços bancários, financeiros e finanças sendo mencionados em seis artigos. Telecomunicações; petróleo e gás; energia que foram mencionados em quatro estudos, aplicações em indústrias e considerando a relação da teoria com a Contabilidade foram mencionados em três artigos cada, e os setores como assistência médica; bens de consumo; consumidor discricionário (empresas que produzem bens e serviços não essenciais); e químico foram encontrados em dois artigos cada. Tal resultado demonstra maior aplicação da Teoria na análise de setores com maiores riscos à legitimidade, pois estão relacionados à utilização de informações pessoais ou degradação do meio ambiente.

Foi possível identificar também outros setores, os quais foram mencionados somente em um artigo cada, são estes: materiais de consumo, papel e aço; mineração; publicidade, entretenimento e mídia; computadores e *software*; fabricantes de automóveis; varejo; alimentos e bebidas; serviços comerciais; farmacêuticos; seguros; *Real Estate Investment Trust* (REITs) ou seja, empresas que possuem ou financiam imóveis que geralmente geram renda; aeroespacial e defesa; engenharia e construção; distribuição de gás, água e eletricidade; aéreo; utilidade pública; tecnologia da informação; cimento; siderúrgica; metais; novas energias; eletrônico; público; comércio eletrônico e utilidades, somando um total de 28 setores distintos.

Os tipos de legitimidade abordados e identificados nos artigos analisados nesta revisão de literatura são evidenciados na Figura 7.

Figura 7
Tipos de Legitimidade



Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Quanto aos tipos ou abordagens da Teoria da Legitimidade, pode-se perceber que a legitimidade geral foi mais abordada (15 artigos), a legitimidade institucional foi mencionada em 10 artigos, e na sequência tem-se a legitimidade organizacional e estratégica em cinco artigos cada. Na Tabela 2 são apresentadas as principais contribuições e tendências dos estudos sobre a Teoria da Legitimidade relacionados à Contabilidade, em ordem cronológica e a tipologia de legitimidade observada em cada pesquisa.

Tabela 2
Abordagens dos estudos

Autor/ano	Tipo de Legitimidade	Contribuições e Tendências
Hummel e Schlick (2016)	Geral	Tendência: uso da Teoria da Legitimidade em Relatórios de Sustentabilidade (RS), que, se bem elaborados, sinalizam positivamente ao mercado.
Vourvachis et al. (2016)	Geral	Tendência: divulgação de RSC para legitimação. Contribuição: uso da Teoria dentro do setor aéreo, especialmente para melhorar a imagem após acidentes aéreos recentes.
Yusuf e Ometeso (2016)	Geral	Contribuição: foi analisada a legitimidade da exploração de petróleo da Shell no território Africano, a legitimidade da Shell baseada em vantagens históricas e décadas de operações acabaram cedendo diante da oposição local à sua conduta percebida como irresponsável em relação às suas práticas ambientais.
Artiach et al. (2016)	Estratégica; Institucional	Contribuição: análise dos processos de regulação da Austrália, a regulação é vinculada a processos políticos que atendem as necessidades dos eleitores, quando é vinculado um novo regulador, é necessário estabelecer a legitimidade para garantir sua sobrevivência.
Duff (2017)	Institucional	Tendência: divulgação de RSC está sendo usada para manutenção da legitimação.

Dumitru e Guse (2017)	Institucional	Tendência: publicação de Relato Integrado para legitimação.
Islam (2017)	Geral; Institucional	Tendência: divulgação de informações de antissuborno em RS para manter a legitimidade simbólica.
Cunha e Moneva (2018)	Geral	Contribuição: divulgação de informações referente a gestão da água para legitimação, quanto maior a alavancagem da empresa maior é a divulgação de informações relacionadas a riscos e recursos hídricos.
Sehn et al (2018)	Geral	Tendência: divulgação de RS com informações de RSC para legitimação.
Arena e Vourvachis (2018)	Geral; Estratégica	Tendência: organizações tendem a aumentar sua divulgação de RSC para obter prêmios de boas práticas de RSC para legitimação.
Zyznarska-Dworczak (2018)	Geral; Institucional; Estratégica	Tendência: divulgação de RSC está sendo usada para manutenção da legitimação. Contribuição: utilização da contabilidade gerencial sustentável como ferramenta de legitimidade estratégica.
Deegan (2019)	Organizacional	Tendência: necessidade de evoluir com a teoria, considerando que as novas pesquisas aplicadas à Teoria da Legitimidade possuem <i>insights</i> valiosos.
Kuruppu et al. (2019)	Organizacional; Estratégica	Tendência: utilização do RS para legitimação.
Patten (2019)	Geral	Tendência: divulgação de RSC para melhorar a imagem da empresa para legitimação.
Beske et al (2019)	Geral	Tendência: divulgação de RS e relato integrado para legitimação.
Furtado et al. (2019)	Organizacional	Contribuição: a inovação como estratégia pode ser entendida como uma forma de legitimar as ações da RSC, mas está mais voltada para obrigações impostas por órgãos reguladores.
Soewarno et al. (2019)	Geral	Contribuição: as medidas de desempenho, valor e estrutura de capital das empresas exercem influência significativa na divulgação de RSC para legitimação. Tendência: menção do termo legitimidade organizacional ambiental.
Lehner et al (2019)	Institucional	Tendência: conexão entre estratégias de legitimação e identidade social perante relatórios tanto financeiros quanto não financeiros.
Krambia-Kapardis (2019)	Geral	Contribuição: agências anticorrupção, estão sendo menos apoiadas pelo setor público, pois a legitimidade do Estado hoje está mais propensa a ser contestada.
Kwak et al. (2019)	Geral	Tendência: utilizar a legitimidade no comércio eletrônico para legitimar as empresas. Contribuição: sugestão da criação de parâmetros para utilizar a legitimidade no e-commerce.
Lepistö, et al. (2020)	Institucional	Contribuição: utilização da contabilidade gerencial terceirizada para construção de legitimidade.
Alam (2021)	Geral; Organizacional; Institucional	Contribuição: proposta de outro tipo de legitimidade (ética) que deriva das práticas de governança organizacional por meio de seus mecanismos internos.
Cooray et al. (2021)	Institucional; Estratégica	Tendência: publicação de Relato Integrado para legitimação.
Maama (2021)	Geral	Tendência: utilização da Teoria da Legitimidade para explicar a relação entre os relatórios ESG e a sustentabilidade financeira dos bancos.
Islam et al. (2021)	Institucional	Tendência: divulgações de informações de anti-suborno em RS para legitimação.
Zhang e Yang (2021)	Geral; Organizacional	Tendência: divulgação de RSC para legitimação.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Ao observar as contribuições e tendências destacadas na Tabela 2, nota-se a existência de uma tendência na utilização de relatórios de sustentabilidade nas organizações para legitimação perante seus stakeholders, pois se repete em diversos estudos analisados, sendo que a RSC é a mais mencionada e está presente nos estudos de Hummel e Schlick (2016), Voucachis et al. (2016), Duff (2017), Sehn et al. (2018), Arena e Vouvachis (2018), Zyznarska-Dworczak (2018), Furtado et al. (2019) e Zhang e Yang (2021). O uso do relatório de sustentabilidade como forma de legitimação aparece nos estudos de Kuruppu et al. (2019), Islam

(2017) e Islam et al. (2021). O Relatório Integrado também está em destaque sendo mencionado para legitimação nos estudos de Dumitru e Guse (2017) e Cooray et al. (2021).

Ao observar a existência de diversos setores nas pesquisas levantadas, destaca-se que os setores mencionados como Contabilidade (3 estudos) são pesquisas que abordam a Contabilidade/área contábil em colaboração com os aspectos sociais em busca da legitimidade de negócios e empreendimentos sustentáveis, e a utilização e criação do termo Contabilidade Gerencial Sustentável como uma ferramenta de legitimidade. Os demais estudos, se referem a aplicação ou análise considerando os diversos setores/segmentos, englobam as divulgações de informações ambientais, financeiras e a prestação de contas aos *stakeholders*, abordando o papel da Contabilidade em prol dessas divulgações e sua importância para manter, criar ou reparar a legitimidade desses setores. De forma geral, os estudos evidenciam conjuntamente a importância da Contabilidade e a legitimidade, demonstrando que os setores trabalham com informações delicadas e frágeis que devem ser abordadas de forma legítima e cuidadosa para não gerar danos e perdas, tanto para as empresas como para seus usuários.

No estudo de Kwak et al. (2019) é possível destacar como tendência a utilização da legitimidade no *e-commerce*, após realizarem um estudo analisando o comércio eletrônico na China, o surgimento do Alibaba e a maneira como a empresa trabalhou sua legitimidade. Nesse sentido, foi possível identificar que os autores mencionaram sobre a importância da legitimação do comércio eletrônico, sendo uma sugestão considerada interessante, pois com a pandemia de Coronavírus, que eclodiu no Brasil e no mundo no início de 2020, houve retração das atividades econômicas e na contramão ocorreu o crescimento do mercado eletrônico em 41% no Brasil em 2020 em relação ao ano anterior (Tomé, 2021). Diante disso, entende-se que esse estudo possa trazer um ponto-chave para as novas formas de consumo no Brasil e no mundo e a maneira como as empresas de comércio eletrônico devem se preocupar com seus *stakeholders*, além de que, o uso de indicadores pode ser uma tendência para novas aplicações.

Soewarno et al. (2019) trazem um novo termo para a legitimidade a “Legitimidade Organizacional Ambiental” que aborda a legitimação das empresas ao pilar ambiental das organizações. Na mesma linha, o estudo de Alam (2021) propõe outro tipo de legitimidade “legitimidade ética/shariah” que deriva das práticas de Governança Organizacional por meio de seus mecanismos internos. Já Zyznarska-Dworczak (2018) apresenta seu estudo na área contábil e a relevância da Contabilidade Gerencial para tomada de decisões inserindo como ferramenta de legitimidade estratégica a “contabilidade gerencial sustentável” emergida da necessidade do desenvolvimento socioambiental corporativo.

Foi possível observar que nos artigos selecionados, a maioria utiliza como fundamentação o estudo de Suchman (1995). Deegan (2019) aborda a preocupação com a falta de avanços da teoria, bem como novos *insights*: i) contextualização socioambiental das organizações, mudanças na mídia de divulgação de informações; ii) discussão de como a “conectividade política” pode impactar a necessidade de fornecer divulgações legitimadoras; iii) debate sobre como a liberdade de imprensa em determinados países afeta a propensão de gerentes em produzir divulgações legitimadoras; iv) as informações sociais são mais propensas a serem divulgadas em países democráticos; v) o nível de proteção do investidor e natureza regulatória de um país impacta a propensão dos gestores em empregar divulgações legitimadoras e; vi) os compromissos nacionais com meio ambiente demonstram influenciar a propensão dos gestores em publicar informações ambientais. O autor também frisa que os pesquisadores ainda ignoram ou negligenciam esses novos *insights*, o que se torna prejudicial para os avanços da teoria.

Patten (2019) destaca seu desapontamento com as pesquisas encontradas sobre a temática de RSC sem estar relacionada com a Teoria da Legitimidade, além da preposição de que a divulgação voluntária de RSC é prejudicial. Além disso, argumenta que as empresas por vezes utilizam a comunicação para legitimação, com o intuito de reduzir riscos sociais e políticos, todavia, deixando a desejar nas práticas e ações mais efetivas para colaborar com a sustentabilidade. Evidencia ainda a falta de menção da Teoria da Legitimidade relacionada com a RSC, todavia, pode ser restrito à região norte-americana. Outros estudos em regiões diferentes de Patten (2019) relacionam claramente a RSC e a teoria, são estes: Hummel e Schlick (2016),

Voucachis et al. (2016), Duff (2017), Sehn et al. (2018), Arena e Voucachis (2018), Zyznarska-Dworczak (2018), Furtado et al. (2019) e Zhang e Yang (2021).

Diante do exposto, nota-se uma convergência entre os estudos de Deegan (2019) e Patten (2019), no ponto em que ambos se preocupam com a falta de atualização da teoria, vale destacar que Deegan é um pesquisador australiano e Patten, americano. Deegan (2019) consegue abordar novos *insights*, que podem ser levados em consideração para a melhoria e renovação da teoria com novas abordagens, despertando o interesse por novas pesquisas, conforme o apelo de Patten (2019). De acordo com Dumitru e Guse (2017), entre os maiores interessados nessas informações estão as organizações não governamentais.

Como contribuição para novas pesquisas, ainda pode-se destacar a partir da análise a compreensão da utilização da Teoria da Legitimidade, considerando as abordagens organizacional e institucional, bem como, as fases de adoção da legitimidade (aquisição, manutenção ou reparação), observando como as empresas de setores distintos enfrentam a reparação da legitimidade, ponderando com os argumentos teóricos.

5 Considerações Finais

Com o objetivo de identificar as contribuições e/ou tendências das pesquisas em Contabilidade que utilizaram como base teórica a Teoria da Legitimidade nos últimos seis anos, realizou-se uma pesquisa descritiva, qualitativa, utilizando a técnica de revisão sistemática de literatura. A busca foi realizada em quatro bases de dados eletrônicas nacionais e internacionais, com relação ao período de seis anos e os resultados a partir dos critérios de inclusão e exclusão permitiram identificar um total de 26 estudos, os quais revelam contribuições e tendências relacionados à legitimação das organizações.

As tipologias da Teoria da Legitimidade que foram mais usuais nos artigos desta revisão da literatura foram a legitimidade abordada de modo geral e a legitimidade institucional. De acordo com Suchman (1995), a legitimidade institucional se apresenta em legitimidade moral, pragmática e cognitiva, que são mais mencionadas entre os artigos desta revisão, algumas dessas denominações mais citadas e outras menos, porém todas juntas são trabalhadas para legitimar as organizações perante os *stakeholders*. Os resultados revelam a íntima relação entre a RSC e a Teoria da Legitimidade. Também se destaca que os Relatórios de Sustentabilidade e os Relatos Integrados, são os utilizados para legitimar os compromissos das organizações para com seus usuários.

Observou-se como tendência a utilização de outras teorias atreladas à Teoria da Legitimidade, tais como: Teoria das Partes Interessadas (*stakeholders*), Teoria Institucional, Teoria da Agência e Teoria da Divulgação Voluntária, as duas primeiras com maior frequência nos estudos. Ainda, são identificados como tendências, *insights* relacionados a novas abordagens da teoria como, por exemplo: a legitimidade organizacional ambiental que relaciona a legitimação das empresas ao pilar ambiental das organizações (Soewarno et al., 2019), e a legitimidade ética, que aborda seus mecanismos internos com práticas anticorrupção, por exemplo, (Alam, 2020) além da contabilidade gerencial sustentável, como ferramenta de legitimidade estratégica (Zyznarska-Dworczak, 2018) e, a utilização da teoria nas práticas de *e-commerce*, visto o seu crescimento e expansão cada vez maior e a necessidade de ser considerado um negócio legítimo para se manter no mercado (Kwak et al., 2019). O estudo contribui com a identificação da preocupação das empresas em se tornarem legítimas perante a sociedade e a utilização de relatórios para esse propósito.

Como limitações desta pesquisa, tem-se que diversos estudos não estavam disponíveis de forma gratuita, sendo necessária a exclusão deles desta análise, limitando a descoberta de novas tendências da teoria. Como sugestão para pesquisas futuras, sugere-se a verificação da teoria em empresas que a utilizam como forma de manutenção e/ou reparação da legitimidade. Pode-se constatar que ainda existem oportunidades de estudos e abordagens que explorem a legitimidade organizacional e institucional, ponderando as percepções dos *stakeholders* frente ao contexto de reparação da legitimidade, especialmente quando

eventos desfavoráveis afetam a imagem dos negócios. Neste sentido, sugere-se analisar como reagem as empresas para reparar a reputação, bem como a manutenção dos aspectos relacionados à criação de valor e legitimação, elementos que embasam as discussões da teoria e, ainda podem ser explorados e estudados, considerando diferentes contextos de países e ambientes de negócios.

Referências

- Alam, M. K. (2021). Rationality of fourth party in legitimacy theory: Shariah governance of Islamic Financial Institutions. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 418-438. doi: <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2019-0154>.
- Arena, C., Liong, R., & Vourvachis, P. (2018). Carrot or stick: CSR disclosures by Southeast Asian companies, *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 9(4), 422-454. doi: <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-06-2016-0037>.
- Artiach, T., Irvine, H., Mack, J., & Ryan, C. (2016). The legitimation processes of a new regulator: the case of the Australian charities and non-for-profits commission, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 29(5), 802-827. doi: <https://doi.org/10.1108/AAAJ-10-2014-1850>.
- Ashforth, B. E., & Gibbs, B. W. (1990). The Double-Edge of organizational Legitimation. *Organization Science*, 1(2), 177-194. doi: <http://doi.org/10.1287/orsc.1.2.177>.
- Beske, F., Haustein, E. E., & Lorson, P.C. (2019). Materiality analysis in sustainability and integrated reports. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 11(1), 162-186. doi: <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-12-2018-0343>.
- Chedrawi, C., & Osta, S. (2017). CSR in the banking sector: A legitimacy approach to the shareholders' and stakeholders' debate. *Marketing and Branding Research*, 4(1), 280-291. doi: <https://doi.org/10.33844/mbr.2017.60272>.
- Cooray, T., Senaratne, S., Herath, R., & Samudrage, D. N. (2021). Adoption of integrated reporting in Sri Lanka: coverage and trend. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 20(3/4), 389-415. doi: <https://doi.org/10.1108/JFRA-04-2020-0116>.
- Cunha, D. R., & Moneva, J. M. (2018). The elaboration process of the sustainability report: A case study. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 20, 533-549. doi: <https://doi.org/10.7819/rbgn.v0i0.3948>.
- Deegan, C. M. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282-311. doi: <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>.
- Deegan, C. M. (2019). Legitimacy theory: Despite its enduring popularity and contribution, time is right for a necessary makeover. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(8), 2307-2329. doi: [10.1108/AAAJ-08-2018-3638](https://doi.org/10.1108/AAAJ-08-2018-3638).
- Duff, A. (2017). Corporate social responsibility as a legitimacy maintenance strategy in the professional accountancy firm. *The British Accounting Review*, 49(6), 513-531. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.bar.2017.08.001>.
- Dumitru, M., & Gușe, R. G. (2017). The legitimacy of the international integrated reporting council. *Accounting and Management Information Systems*, 16(1), 30-58. doi: <https://doi.org/10.24818/jamis.2017.01002>.
- Elsayed, N., & Ammar, S. (2020). Sustainability governance and legitimisation processes: Gulf of Mexico oil spill. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 11(1), 253-278. doi: <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-09-2018-024>.
- Furtado, L. L., Antonovz, T., Correa, M. D., Silva, O. A. P., & Panhoca, L. (2019). Relação entre sustentabilidade e inovação: Uma análise da legitimidade organizacional das empresas do setor elétrico brasileiro. *Revista Catarinense da Ciência Contábil*, 18(1), 1-16. doi: <https://doi.org/10.16930/2237-766220192807>.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47-77. doi: <https://doi.org/10.1108/09513579510146996>.
- Hummel, K., & Schlick, C. (2016). The relationship between sustainability performance and sustainability disclosure—Reconciling voluntary disclosure theory and legitimacy theory. *Journal of Accounting and Public Policy*, 35(5) 455-476. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2016.06.001>.
- Islam, M. A. (2017). Disclosures of social value creation and managing legitimacy: a case study of three global social enterprises. *Australian Accounting Review*, 27(3), 297-314. doi: <https://doi.org/10.1111/auar.12130>.
- Islam, M. A., Cooper, B. J., Haque, S., & Jones, M. J. (2021). Moral versus pragmatic legitimacy and corporate anti-bribery disclosure: evidence from Australia. *Accounting Forum*, 46(1), 30-56. doi: <https://doi.org/10.1080/01559982.2021.1925037>.

- Krambia-Kapardis, M. (2019). Disentangling anti-corruption agencies and accounting for their ineffectiveness. *Journal of Financial Crime*, 26(1), 22-35. doi: <https://doi.org/10.1108/JFC-01-2018-0016>.
- Kuruppu, S. C., Milne, M. J., & Tilt, C. A. (2019). Gaining, maintaining and repairing organizational legitimacy: when to report and when not to report. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(7), 2062-2087. doi: <https://doi.org/10.1108/AAAJ-03-2013-1282>
- Kwak, J., Zhang, Y., & Yu, J. (2019). Legitimacy building and e-commerce platform development in China: The experience of Alibaba. *Technological Forecasting And Social Change*, 139(1), 115-124. doi: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.06.038>.
- Lehner, O. M., Harrer, T., & Quast, M. (2019). Building institutional legitimacy in impact investing: Strategies and gaps in financial communication and discourse. *Journal of Applied Accounting Research*, 20(4), 416-438. doi: <https://doi.org/10.1108/JAAR-01-2018-0001>
- Lepistö, S., Dobroszek, J., Lepistö, L., & Zarzycka, E. (2020). Controlling outsourced management accounting to build legitimacy. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 17(3), 435-463. doi: <https://doi.org/10.1108/GRAM-05-2019-0062>.
- Maama, H. (2021). Achieving Financial Sustainability in Ghana's Banking Sector: Is environmental, social and governance reporting contributive? *Global Business Review*, 1(1), 1-13. doi: <https://doi.org/10.1177/09721509211044300>.
- Milne, M. J., & Patten, D. M. (2002). Securing organizational legitimacy: An experimental decision case examining the impact of environmental disclosures. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 372-405, 2002. doi: <https://doi.org/10.1108/09513570210435889>.
- Paffarini, J., Colognese, M. M. F., & Hamel, E. H. (2017). A insuficiência da responsabilidade socioambiental empresarial na perspectiva do desenvolvimento sustentável. *Direito e Desenvolvimento*, 8(2), 55-75. doi: <https://doi.org/10.25246/direitoedesenvolvimento.v8i2.541>.
- Patten, D. M. (1992). Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: a note on legitimacy theory. *Accounting Organizations and Society*, 17(5), 471-475. doi: [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(92\)90042-Q](https://doi.org/10.1016/0361-3682(92)90042-Q).
- Patten, D. M. (2019). Seeking legitimacy. *Sustainability Accounting, Management And Policy Journal*, 11(6), 1009-1021. doi: <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-12-2018-0332>.
- Pereira, J. M. (2019). *Manual de metodologia da pesquisa*. (4. ed.). São Paulo: Atlas.
- Sehn, L. C., Zanchet, A., & Gomes, M. (2018). Divulgação das informações ambientais pelas cooperativas agropecuárias: uma análise a partir da Teoria da Legitimidade. *Informe GEPEC*, 22(1), 63-82. doi: <https://doi.org/10.48075/igepec.v22i1.18686>.
- Shahib, H. M., & Irwandi, S. A. (2016). Violation regulation of financial services authority (FSA), financial performance, and corporate social responsibility disclosure. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 19(1), 141-154. doi: <https://doi.org/10.14414/jebav.v19i1.533>.
- Soewarno, N., Tjahjadi, B., & Fithrianti, F. (2019). Green innovation strategy and green innovation: The roles of green organizational identity and environmental organizational legitimacy. *Management Decision*, 57(11), 3061-3078. doi: <https://doi.org/10.1108/MD-05-2018-0563>.
- Suchman, M. C. (1995). Gerenciando a legitimidade: abordagens estratégicas e institucionais. *Academy of Management Review*, 20(3), 571-610. doi: <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080331>.
- Tachizawa, T. (2008) *Gestão socioambiental: estratégias na nova era da sustentabilidade*. Elsevier.
- Teixeira, A. C., Rech, I. J., Zanolla, E., & Couto, M. H. A. (2021). Nível da divulgação das informações não financeiras das empresas brasileiras participantes do projeto piloto de relato integrado. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, 18(46), 16-31. doi: <https://doi.org/10.5007/2175-8069.2021.e62657>.
- Tharmini, T., & Lakshan, A. M. I. (2021). Impact of Financial Management Practices on Performance of Small and Medium Enterprises – Legitimacy Theory Perspectives. *Kelaniya Journal of Management*, 10(1), 43-64. doi: <http://doi.org/10.4038/kjm.v10i1.7666>.
- Tomé, L. M. (2021). Comércio eletrônico x pandemia de coronavírus. *Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil (Caderno Setorial ETENE)*, 6(178), 1-6. Recuperado em 21 novembro, 2021, de <https://www.bnb.gov.br/s482-dspace/handle/123456789/908>.
- Voltarelli, F. R., & Zanchet, A. (2017). Divulgação de informações sociais e ambientais pela Itaipu Binacional: um estudo sob a ótica da Teoria da Legitimidade. *Revista de Contabilidade da UFBA*, 11(3), 4-30. doi: <https://doi.org/10.9771/rc-ufba.v11i3.23868>.
- Vourvachis, P., Woodward, T., Woodward, D. G., & Patten, D. M. (2016). CSR disclosure in response to major airline accidents: a legitimacy-based exploration. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 7(1), 26-43. doi: <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-12-2014-0080>.
- Yusuf, H. O., & Omoteso, K. (2016). Combating environmental irresponsibility of transnational corporations in Africa: an empirical analysis. *Local Environment*, 21(11), 1372-1386. doi: <https://doi.org/10.1080/13549839.2015.1119812>.

Zhang, Y., & Yang, F. (2021). Corporate social responsibility disclosure: responding to investors' criticism on social media. *International Journal Of Environmental Research And Public Health*, 18(14), 1-27. doi: <https://doi.org/10.3390/ijerph18147396>.

Zyznarska-Dworczak, B. (2018). Legitimacy theory in management accounting research. *Problemy Zarządzania*, 16(1), 195-203. doi: <https://doi.org/10.7172/1644-9584.72.12>.

DADOS DOS AUTORES

Camila Ascari

Mestranda em Ciências Contábeis e Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis e Administração pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó – UNOCHAPECÓ.

Email: camila.ascari@unochapeco.edu.br

Orcid: 0000-0002-0115-0356

Silvana Dalmutt Kruger

Doutora em Contabilidade pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC

Professora do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul - UFMS

Email: silvana.d@ufms.br

Orcid: 0000-0002-3353-4100

Mara Vogt

Doutora em Ciências Contábeis e Administração pela Universidade Regional de Blumenau - FURB

Professora da Graduação e do Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis e Administração pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó – UNOCHAPECÓ.

E-mail: mara.v@unochapeco.edu.br

Orcid: 0000-0002-3951-4637

Larissa de Lima Trindade

Doutora em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC.

Professora do curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS

Colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis e Administração (PPGCCA) da Universidade Comunitária da Região de Chapecó – UNOCHAPECÓ.

E-mail: larissa.trindade@uffs.edu.br

Orcid: 0000-0002-9708-0363

Contribuição dos Autores:

Contribuição	Camila Ascari	Silvana Dalmutt Kruger	Mara Vogt	Larissa de Lima Trindade
1. Concepção do assunto e tema da pesquisa		X	X	X
2. Definição do problema de pesquisa	X	X	X	X
3. Desenvolvimento das hipóteses e constructos da pesquisa (trabalhos teórico-empíricos)		X	X	X
4. Desenvolvimento das proposições teóricas (trabalhos teóricos os ensaios teóricos)	-	-	-	-
5. Desenvolvimento da plataforma teórica	X			
6. Delineamento dos procedimentos metodológicos	X	X	X	X
7. Processo de coleta de dados	X			
8. Análises estatísticas	X			
9. Análises e interpretações dos dados coletados	X			
10. Considerações finais ou conclusões da pesquisa	X			
11. Revisão crítica do manuscrito		X	X	X
12. Redação do manuscrito	X			