

**DE RECÉM-CHEGADO AO OLHO DO FURACÃO: O GERENCIAMENTO DE
IMPRESSÕES EM SITUAÇÃO DE CRISE**

MARAIN GOMEZ YIN
FEA USP

PAULO CÉSAR DA SILVA NETO
FIA BUSINESS SCHOOL

O caso

Thomas Meier é o novo coordenador de Relações Públicas de uma varejista de móveis e, em seu primeiro dia de trabalho, se vê no centro de uma crise. A empresa, conhecida por suas campanhas sustentáveis, é acusada de greenwashing por um influenciador. Cabe a Thomas decidir como responder e qual estratégia adotar para proteger a reputação da marca. O caso explora dilemas como os riscos do prejuízo reputacional em contextos de crise e gerenciamento de impressões.

Objetivo de ensino

O objetivo deste caso de ensino é aplicar as estratégias defensivas de gerenciamento de impressões expostas por Ellis et al. (2002) e Mohamed et al. (1999) ao cenário narrado, promovendo a discussão entre estudantes sobre as ações da organização, bem como seu impacto ambiental, o prejuízo reputacional devido às críticas sofridas por, supostamente, praticar greenwashing e suas estratégias de reparação.

Fontes e Métodos de coleta

O caso de ensino foi estruturado a partir de uma combinação entre elementos fictícios e dados secundários reais. O personagem principal, Thomas, e todas as situações vividas por ele são fictícias e não correspondem à realidade, sendo estruturadas apenas para fins pedagógicos. A situação vivenciada pela companhia foi inspirada por um caso real, envolvendo uma grande empresa do setor de varejo.

Disciplinas sugeridas para uso do caso

Disciplinas que abordem a temática do gerenciamento de impressões, como: comportamento organizacional, teoria geral da administração e introdução à administração.

Sugestões de bibliografia

Blunden, H., & Brodsky, A. (2024). A Review of Virtual Impression Management Behaviors and Outcomes. *Journal of Management*, 50(6), 2197-2236.

Ellis, A. P. J., West, B. J., Ryan, A. M., & DeShon, R. P. (2002). The use of impression management tactics in structured interviews: A function of question type? *Journal of Applied Psychology*, 87, 1200-1208.

Mohamed, A.; Gardner, W., Joseph G. H. (1999). A taxonomy of organizational impression management tactics. *Advances in Competitiveness Research*, v.7, n. 1, Indiana, 1999. p. 108-123.