

**ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DAS PUBLICAÇÕES SOBRE GERENCIAMENTO DE IMPRESSÃO NA CONTABILIDADE: TENDÊNCIAS, MOTIVAÇÕES E IMPACTOS NA DIVULGAÇÃO CONTÁBIL**

**ALINE GIRÃO BOYADJIAN**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

**EDITINETE ANDRÉ DA ROCHA GARCIA**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

# ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DAS PUBLICAÇÕES SOBRE GERENCIAMENTO DE IMPRESSÃO NA CONTABILIDADE: TENDÊNCIAS, MOTIVAÇÕES E IMPACTOS NA DIVULGAÇÃO CONTÁBIL

## RESUMO

O presente estudo teve como objetivo analisar a produção científica acerca do gerenciamento de impressão na divulgação contábil, a partir de uma análise descritiva e bibliométrica. Para tanto, foram selecionados artigos publicados nas bases de dados Scopus e Web of Science, que discorreram sobre a temática, compondo uma amostra final de 316 artigos. Os dados obtidos foram exportados e processados por meio do pacote Bibliometrix, no RStudio, e convertidos no Biblioshiny para realizar análises gráficas. Os resultados apontam que o pico de publicações sobre a temática ocorreu no ano de 2024, apesar do aumento a partir dos anos 2000. William Aerts foi identificado como o autor mais produtivo e Vivien Beattie foi a autora de maior impacto. O Reino Unido liderou o *ranking* dos países com maior número de artigos, e as nações de língua inglesa tiveram o maior grau de colaboração internacional. Dentre os periódicos, o *Accounting, Auditing and Accountability Journal* e o *Journal of Business Ethics* apresentaram o maior volume de publicações. Verificou-se que as teorias da agência, legitimidade, atribuição, institucional, sinalização e dos *stakeholders* foram as perspectivas teóricas mais utilizadas pelos autores. Ademais, foram identificadas tendências de pesquisa sobre a temática no contexto de divulgações financeiras e voluntárias.

**Palavras-chave:** gerenciamento de impressão; divulgação contábil; bibliometria.

## ABSTRACT

This study aimed to analyze the scientific production on impression management in accounting disclosure, based on a descriptive and bibliometric analysis. To this end, articles published in the Scopus and Web of Science databases that discussed the topic were selected, composing a final sample of 316 articles. The data obtained were exported and processed using the Bibliometrix package, in RStudio, and converted in Biblioshiny to perform graphical analyses. The results indicate that the peak of publications on the topic occurred in the year 2024, despite the increase since the 2000s. William Aerts was identified as the most productive author and Vivien Beattie was the author with the greatest impact. The United Kingdom led the ranking of countries with the largest number of articles, and English-speaking nations had the highest degree of international collaboration. Among the journals, the *Accounting, Auditing and Accountability Journal* and the *Journal of Business Ethics* presented the largest volume of publications. It was found that agency, legitimacy, attribution, institutional, signaling and stakeholder theories were the theoretical perspectives most used by the authors. Furthermore, research trends on the topic were identified in the context of financial and voluntary disclosures.

**Keywords:** impression management; accounting disclosure; bibliometrics.

## 1 INTRODUÇÃO

Na contabilidade, o conceito de gerenciamento de impressões tem sido amplamente aplicado para descrever as estratégias pelas quais as empresas procuram apresentar aos *stakeholders* uma impressão mais favorável do que aquela que refletiria sua real situação econômica, por meio de suas demonstrações contábeis (McBride; Atkins; Atkins, 2024). Bolino, Long e Turnley (2016) constataram que este fenômeno começou a ser estudado na década de 1960 por sociólogos e psicólogos sociais, com foco no entendimento do comportamento humano nas interações sociais. A partir da década de 1980, conforme destacam os autores, o gerenciamento de impressões também ganhou relevância no campo organizacional, refletido nos relatórios corporativos.

Para Al Amosh e Khatib (2022), a divulgação corporativa representa um panorama holístico das informações fornecidas pelas organizações aos *stakeholders*, englobando tanto as divulgações financeiras obrigatórias quanto as de caráter voluntário. Tais informações podem ser motivadas por pressões externas ou tomada de decisões estratégicas internas. Nesse contexto, se compreende o gerenciamento de impressão como um mecanismo que objetiva destacar a apresentação de resultados positivos e a ofuscação de informações negativas (Merkl-Davies; Brennan; McLeay, 2011).

Pesquisas anteriores utilizaram diversas abordagens teóricas para explicar o fenômeno do gerenciamento de impressão. Por exemplo, a teoria da agência sugere que os administradores exploram assimetrias de informação para maximizar sua utilidade, influenciando a percepção dos acionistas sobre o desempenho financeiro (Merkl-Davies; Brennan, 2007; Al Amosh; Khatib, 2022). Por sua vez, a teoria dos *stakeholders* considera que as empresas utilizam os relatórios corporativos para distorcer as percepções das partes interessadas, a fim de atender às suas expectativas (Merkl-Davies; Brennan, 2007).

Embora o gerenciamento de impressões seja amplamente discutido na literatura acadêmica, ainda não há uma análise sistemática das discussões no campo contábil relacionadas a esse fenômeno, dificultando a consolidação do conhecimento na referida área. Frente à necessidade de aprimorar a compreensão desse cenário, este estudo levantou o seguinte questionamento: **Quais são as discussões nos estudos no campo da contabilidade relacionadas a influência do gerenciamento de impressão na informação contábil?**

Diante disso, a pesquisa tem como objetivo geral analisar as tendências, motivações e impactos dos estudos sobre o gerenciamento de impressão no contexto da divulgação contábil. Ademais, foram traçados os seguintes objetivos específicos: analisar as características bibliométricas das publicações sobre a temática; verificar as discussões e achados nos estudos de contabilidade; identificar as lacunas e as abordagens teóricas que explicam o gerenciamento de impressão, bem como outros aspectos tratados nas publicações existentes.

Apesar dos estudos sobre a temática terem ganhado relevância a partir da década de 80, pesquisas anteriores têm se concentrado, principalmente, em fatores como a legibilidade dos relatórios não financeiros, a manipulação de informações financeiras e a legitimidade organizacional, tratando-os isoladamente. No entanto, tais estudos não abarcam uma análise do fenômeno em sua totalidade, considerando as diferentes perspectivas sob as quais ele se manifesta na contabilidade.

À luz desse cenário, a metodologia bibliométrica possibilita aos pesquisadores avaliarem o panorama da produção científica, examinando tendências de pesquisa e delimitando os principais tópicos (Qian; Sun, 2022). Por meio de métodos robustos para dar sentido a grandes volumes de dados não estruturados, a bibliometria contribui para mapear e compreender o conhecimento científico acumulado e as sutilezas evolutivas de domínios estabelecidos (Passas, 2024). Portanto, o estudo busca fornecer uma visão sistemática sobre o tema, identificando tendências, lacunas e direcionamentos para pesquisas futuras e novos pesquisadores na área.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Gerenciamento de Impressão na Contabilidade

Segundo Leary e Kowalski (1990), o gerenciamento de impressão, também conhecido como autoapresentação, refere-se ao processo pelo qual os indivíduos tentam controlar as impressões que terceiros formam deles e, quando bem-sucedido, aumenta a probabilidade de se obter resultados desejados e evitar consequências indesejadas. Na década de 50, psicólogos sociais e sociólogos conduziram os primeiros estudos sobre esta temática, com o trabalho seminal de Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life* (Beattie, 2014; Bolino;

Long; Turnley, 2016). Entretanto, somente a partir de 1980 os pesquisadores começaram a dedicar-se ao gerenciamento de impressão no contexto organizacional, contribuindo para aumentar a compreensão deste tópico ao longo dos anos (Bolino; Long; Turnley, 2016).

Sob a ótica organizacional, tal fenômeno é utilizado estrategicamente nos relatórios corporativos para manipular as percepções e impressões transmitidas aos *stakeholders* (Clatworthy; Jones, 2001; Yuthas; Rogers; Dillard, 2002). Portanto, o gerenciamento de impressões envolve a ênfase de resultados organizacionais favoráveis ou a ocultação de resultados desfavoráveis, incluindo a exibição de números de lucros mais atrativos em narrativas corporativas ou o destaque dos efeitos positivos de forma mais acentuada que os negativos (Merkl-Davies; Brennan; McLeay, 2011).

No campo das narrativas contábeis, tem-se pesquisado principalmente o comportamento dos gerentes empresariais na manipulação ou controle da descrição das informações presentes nos relatórios financeiros, a fim de expor uma boa imagem corporativa ao público (Wang, 2016). Desse modo, os gestores buscam influenciar o entendimento dos usuários através da divulgação seletiva e da distorção de informações.

A influência dos gestores se dá pela divulgação narrativa em relatórios anuais, sendo um canal pelo qual comunicam-se informações úteis, contribuindo para que a avaliação do desempenho empresarial por parte dos investidores (Leung; Parker; Courtis, 2015). Nesse sentido, pressupõe-se que os documentos narrativos corporativos podem não apenas servir como um veículo para transmitir informações tendenciosas, mas também para fornecer um relato dos resultados organizacionais como resultado de ações e eventos gerenciais (Merkl-Davies; Brennan; McLeay, 2011).

No que tange às divulgações voluntárias, em virtude de seu conteúdo não ser completamente regulamentado, torna-se mais fácil para os gerentes manipularem as informações nos relatórios não financeiros, sendo estes, portanto, potenciais veículos para o gerenciamento de impressões (Brennan; Guillamón-Saorín; Pierce, 2009). Além de distorcer a apresentação e o conteúdo da divulgação voluntária, a gestão de impressões pode ser refletida na recusa de comunicação, ou seja, na divulgação mínima ou não divulgação na narrativa discricionária (Leung; Parker; Courtis, 2015).

Nesse sentido, as divulgações narrativas discricionárias podem fornecer informações e explicações mais detalhadas sobre o desempenho e as perspectivas corporativas, mas também estão sujeitas a intervenções da gerência com relação à ênfase, reforço ou omissão de informações corporativas (Leung; Parker; Courtis, 2015; Merkl-Davies; Brennan, 2007). Caso elas sejam usadas para gerenciamento de impressões em vez de fins de informação incremental, a qualidade dos relatórios financeiros será prejudicada, podendo resultar em alocações adversas de capital (Merkl-Davies; Brennan, 2007).

O envolvimento dos gerentes em tal fenômeno se explica com a expectativa de que acionistas e *stakeholders* possam responder de maneiras menos indesejadas, por meio da neutralização de consequências na divulgação corporativa (Merkl-Davies; Brennan; McLeay, 2011). Portanto, a gestão de impressões ocorre quando a administração seleciona estrategicamente as informações a serem divulgadas e as apresenta de forma a distorcer as percepções dos leitores acerca das realizações corporativas (Godfrey; Mather; Ramsay, 2003).

Desse modo, em antecipação a eventos negativos previsíveis, as empresas podem gerenciar as impressões das partes interessadas através da divulgação voluntária ou gerenciamento de impressão antecipada (Bass *et al.*, 2023). Portanto, é crucial entender as motivações e estratégias por trás da seleção e/ou ocultação de informações, a fim de identificar e mitigar os vieses contidos nas divulgações dos relatórios corporativos.

## 2.2 Teorias Relacionadas ao Gerenciamento de Impressão na Contabilidade

O fenômeno do gerenciamento de impressão na apresentação da informação contábil tem como base algumas teorias, como: teoria da agência, da sinalização, da legitimidade, da atribuição, dos *stakeholders* e institucional (Merkl-Davies; Brennan; McLeay, 2011; Merkl-Davies; Brennan, 2007, 2017).

Estudos desenvolvidos com base na teoria da agência buscaram explicar o viés de relato introduzido pelo comportamento oportunista da administração, que seleciona um estilo de apresentação e escolha de conteúdo que favorecem seus próprios interesses (Merkl-Davies; Brennan, 2007). Nesse sentido, surge o conflito de interesses, que pode gerar potenciais custos de agência à medida que os gestores conduzem a empresa em desacordo com as intenções dos acionistas (Davidson III *et al.*, 2004). Essa prática pode, portanto, ofuscar resultados econômicos e dificultar a tomada de decisão pelos *stakeholders* (Davidson III *et al.*, 2004).

Diferentemente da teoria da agência, que se concentra em empresas com baixo desempenho, a teoria da sinalização tem como foco o comportamento dos gestores em empresas com desempenho elevado, que sinalizam essa superioridade por meio de maior transparência na divulgação e apresentação de informações (Merkl-Davies; Brennan, 2007). Conforme defendido por Al Amosh e Khatib (2022), esta teoria pode servir como um mecanismo de comunicação aos *stakeholders* e reforço da legitimidade, pois a divulgação de informações envia sinais ao mercado sobre a conformidade das empresas com as demandas das partes interessadas.

Por sua vez, a teoria da atribuição é utilizada para explicar os vieses atribucionais dos gestores na divulgação de informações, relacionando os resultados positivos e negativos a fatores internos e externos, respectivamente (Merkl-Davies; Brennan, 2007, 2017). Os estudos de divulgação atribucional identificam diferentes tipos de estruturas, como desculpas, justificativas, negações de causalidade, aprimoramentos, direitos e explicações contábeis (Berkin; Aerts; Van Caneghem, 2023).

A teoria dos *stakeholders* como a da legitimidade explicam as práticas de divulgação por meio das pressões e ameaças que as empresas podem enfrentar, e as pressionam para divulgar informações sobre suas atividades, a fim de evitar o confronto com as partes interessadas e aumentar sua legitimidade (Al Amosh; Khatib, 2022). Entretanto, enquanto a primeira enfatiza a satisfação, o engajamento e a responsabilização dos *stakeholders*, a segunda promove a conformidade com normas e padrões (Barroso-Méndez; Pajuelo-Moreno; Gallardo-Vázquez, 2024).

No que tange à teoria institucional, Bansal e Clelland (2004) argumentam que as empresas que adotam normas institucionais legítimas reduzem seu risco não sistemático do mercado de ações, ao alinhar seu desempenho ambiental às expectativas dos *stakeholders*. Assim, juntamente às teorias da legitimidade e dos *stakeholders*, ela foca no desempenho social e ambiental, ao passo que as teorias da agência e sinalização focam no desempenho financeiro (Merkl-Davies; Brennan, 2007).

### 3 METODOLOGIA

Para atingir o objetivo da pesquisa utilizou-se a análise bibliométrica. A coleta dos artigos foi realizada no dia 2 de maio de 2025, na coleção principal da Web of Science (WoS) e na Scopus. A busca foi realizada em inglês, nos campos “tópico” (WoS) e “título, resumo e palavras-chave” (Scopus), utilizando a seguinte combinação de termos: ("*impression management*" OR "*narrative\* disclosure\**" OR "*selective\* disclosure\**" OR "*strategic\* disclosure\**") AND (*accounting* OR "*financial disclosure\**" OR "*non-financial disclosure\**" OR "*corporate\* report\**" OR "*accounting disclosure\**" OR "*information disclosure\**" OR "*reporting practice\**" OR "*corporate\* communication\**").

Em seguida, procedeu-se com o critério de filtragem por tipo de documento “artigo”. Para delimitar o campo da pesquisa, foram selecionadas na WoS as categorias “*Business*

*Finance*”, “*Management*”, “*Business*”, “*Ethics*”, “*Public Administration*” e “*Communication*”, enquanto na Scopus foram incluídas as áreas “*Business, Management and Accounting*”, “*Economics, Econometrics and Finance*”, “*Social Sciences*”, “*Decision Sciences*” e “*Multidisciplinary*”. Desse modo, obteve-se uma amostra de 748 artigos, sendo 462 provenientes da WoS e 286 da Scopus. Os artigos foram tratados de forma a eliminar duplicidade (174 artigos), artigos que não se relacionavam com a temática central (249 artigos) e artigos com identificação inconsistente (9 artigos). A amostra final foi de 316 artigos.

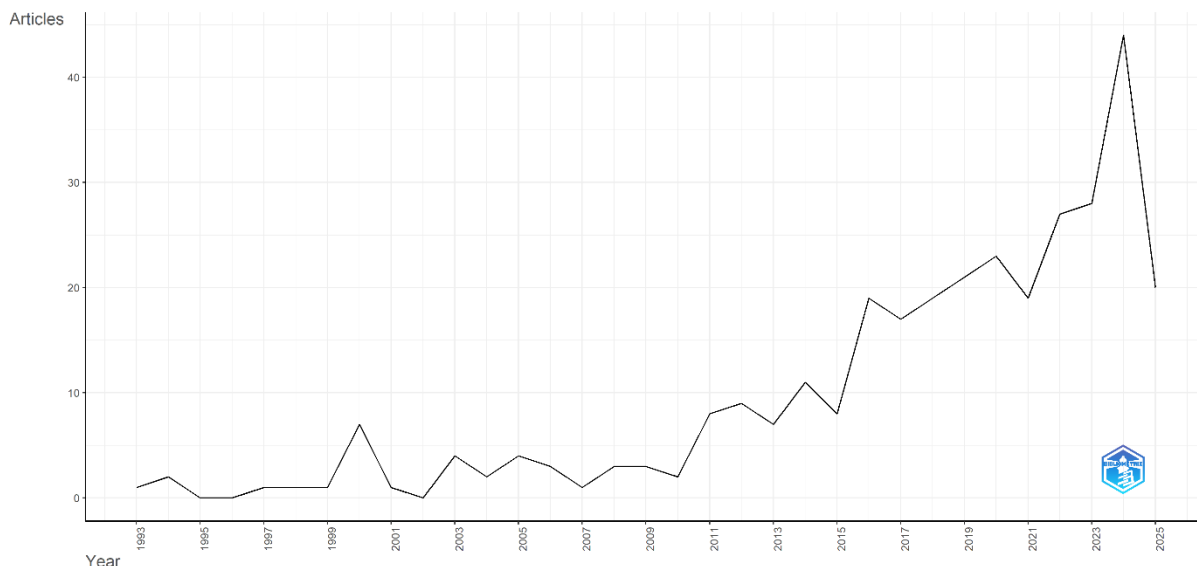
Os dados foram processados no ambiente RStudio, utilizando comandos em linguagem R para filtragem cruzada via identificador DOI e processados por meio do pacote Bibliometrix e utilização da interface do Biblioshiny (Aria; Cuccurullo, 2017).

## 4 RESULTADOS

### 4.1 Evolução da Produção Científica

O gráfico 1 demonstra a evolução da produção científica relacionada ao gerenciamento de impressão na contabilidade, no período de 1993 a 2025.

Gráfico 1 – Evolução da Produção Científica por Ano  
Annual Scientific Production



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

De modo geral, observa-se que as produções acadêmicas relacionadas a temática apresentaram um crescimento gradual ao longo das últimas décadas, marcado por oscilações, com um aumento nos anos 2000. Essa evolução pode ser atribuída aos escândalos financeiros globais ocorridos desde o início da década de 2000, decorrentes da manipulação da informação contábil (Killı; Evcı; Kefe, 2024; Srivastava; Anand, 2024).

A tendência de crescimento se intensifica em 2014, quando o número de publicações atinge 11 artigos, achado semelhante ao de Qian e Sun (2022). Os autores observaram um aumento nas publicações sobre narrativas contábeis nos relatórios anuais a partir de 2014, devido à crescente conscientização dos *stakeholders* sobre assimetria informacional, ocasionando uma mudança de narrativa nos estudos dos relatórios corporativos.

O maior número de estudos na literatura sobre gerenciamento de impressão na contabilidade ocorreu em 2024, com 44 publicações, um aumento de 16 artigos em relação ao ano anterior. Apesar da queda pontual em 2025, devido ao recorte temporal da pesquisa, que

considerou os artigos publicados até 2 maio de 2025, a tendência geral confirma a consolidação do gerenciamento de impressão como objeto de estudo relevante na literatura contábil.

## 4.2 Principais Autores e Teorias

Os autores mais prolíficos são evidenciados na Tabela 1, que abrange os dez mais relevantes em ordem decrescente, de acordo com o número de publicações.

Tabela 1 – Autores mais produtivos

Autor	Temáticas abordadas	Nº de publicações	Nº de citações
Aerts, W.	Análise de desempenho usando <i>Machine Learning</i> , atribuições de resultados, declarações do CEO e narrativas contábeis.	8	451
Jones, M.J.	Narrativas contábeis, relatórios anuais e uso de gráficos durante crises financeiras.	7	724
Cho, C.H.	Atenção visual ( <i>eye-tracking</i> ), linguagem e <i>marketing</i> , relatórios de sustentabilidade e uso de gráficos.	5	373
Maroun, W.	Biodiversidade, relatórios integrados, relatórios não financeiros, teoria da legitimidade e teoria da sinalização.	5	226
Merkel-Davies, D.M.	Análise de discurso, comunicação contábil externa, <i>frameworks</i> teóricos, legitimidade organizacional e linguagem corporativa.	5	657
Moreno, A.	Análise textual longitudinal, declarações do CEO, narrativas em contextos bilíngues e de falência e relatórios anuais.	5	100
Beattie, V.	Análise de gráficos financeiros, narrativas contábeis, qualidade da divulgação e relatórios anuais.	4	925
Boiral, O.	Biodiversidade, engajamento com <i>stakeholders</i> , neutralização de riscos ESG e relatórios de sustentabilidade.	4	442
Beretta, V.	Análise de tom, composição do conselho, divulgação não financeira, ESG e relatórios integrados.	3	130
Brennan, N.M.	Comunicação contábil externa, <i>frameworks</i> teóricos, narrativa corporativa e psicologia social.	3	465

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A análise bibliométrica revelou William Aerts como o autor mais prolífico na área, com 8 publicações, seguido por Michael John Jones, com 7. Destacam-se também Charles H. Cho, Warren Maroun, Doris M. Merkl-Davies e Alonso Moreno, todos com 5 publicações. Em seguida, figuram Vivien Beattie e Olivier Boiral, com 4 artigos cada, e Valentina Beretta e Niamh M. Brennan, com 3 publicações cada. Ademais, Vivien Beattie, Michael John Jones e Doris M. Merkl-Davies lideram em número de citações, evidenciando que o impacto científico está atrelado à repercussão alcançada pelos estudos ao longo do tempo.

Referido achado contrapõe os resultados de Grueso-Gala e Zornoza (2022), que apontaram Isabel-María García-Sánchez como a autora que mais contribuiu com publicações, com uma linha de pesquisa relacionada à qualidade e credibilidade das divulgações de

responsabilidade social corporativa (RSC). Apesar disso, Grueso-Gala e Zornoza (2022) também identificaram Maroun, W. e Cho, C.H. entre os autores mais prolíficos da área, ocupando a terceira e oitava colocação, respectivamente.

Do ponto de vista conceitual, diversas abordagens teóricas têm sido utilizadas para compreender o fenômeno do gerenciamento de impressão. Van Zijl, Wöstmann e Maroun (2017), por exemplo, em seu estudo “*Strategy Disclosures By Listed Financial Services Companies: Signalling Theory, Legitimacy Theory and South African Integrated Reporting Practices*”, investigaram a extensão da divulgação de estratégias sociais, ambientais e econômicas por empresas do setor financeiro, à luz das teorias da sinalização e da legitimidade.

Já Merkl-Davies e Brennan (2011, 2017) em suas publicações “*A Conceptual Framework of Impression Management: New Insights From Psychology, Sociology and Critical Perspectives*” e “*A Theoretical Framework of External Accounting Communication Research Perspectives, Traditions, and Theories*”, associaram o gerenciamento de impressão a diferentes perspectivas teóricas. Os autores relacionam o fenômeno às teorias da agência, atribuição, legitimidade, institucional e dos *stakeholders*.

### 4.3 Produção Científica por País

A Tabela 2 apresenta os dez países mais prolíficos, classificados em ordem decrescente pelo número de ocorrências nos artigos analisados. Juntos, esses países concentram 71% das 396 ocorrências totais, evidenciando sua predominância na produção científica, que inclui publicações de 46 nações distintas.

Tabela 2 – Países mais produtivos

País	Artigos	Frequência Relativa
Reino Unido	62	16%
Estados Unidos	56	14%
China	36	9%
Austrália	26	7%
Canadá	26	7%
Itália	23	6%
Espanha	21	5%
Brasil	12	3%
Holanda	10	3%
Nova Zelândia	10	3%
Demais países	114	29%
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100%</b>

Nota: O total de 396 ocorrências indica a representação dos países nos artigos, podendo um mesmo artigo ser contabilizado por mais de um país devido às coautorias internacionais.

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Observa-se que o Reino Unido lidera o *ranking* de publicações de artigos sobre gerenciamento de impressão na contabilidade, com 62 contribuições, seguido dos Estados Unidos, com 56 artigos publicados, China, com 36 publicações, Austrália e Canadá, ambos com 26 contribuições, evidenciando a predominância das pesquisas no hemisfério norte.

Os achados corroboram com os resultados obtidos por Qian e Sun (2022) e Srivastava e Anand (2024), que identificaram os Estados Unidos, Reino Unido, Austrália, China e Canadá, como os países mais prolíficos na área. Os autores também observaram que as nações

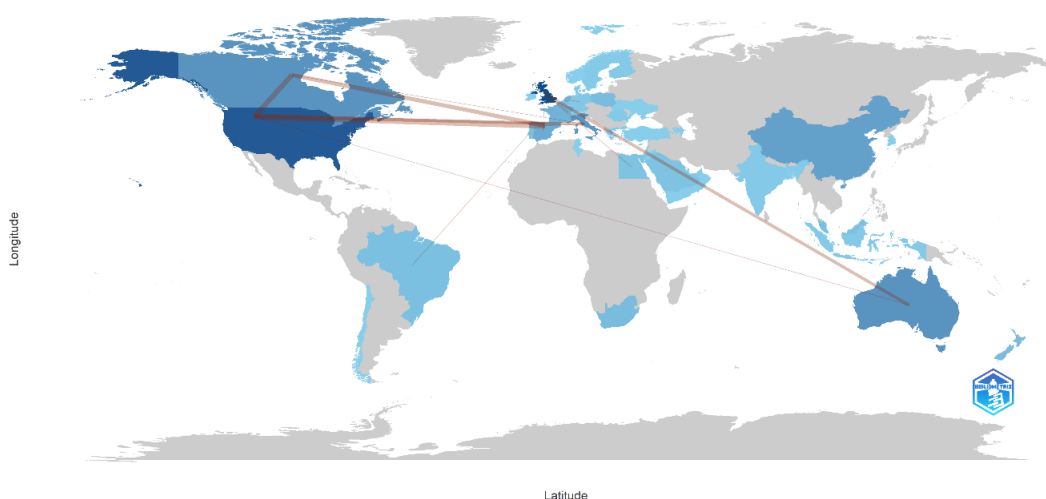
desenvolvidas e com maior nível de industrialização dão maior ênfase à temática, em comparação aos países em desenvolvimento.

Com exceção da China, os países supracitados operam sob o regime jurídico de *common law*, de origem inglesa (La Porta; Lopez-De-Silanes; Shleifer, 2008), que incentiva práticas de governança voltadas à transparência corporativa e resulta em elevados níveis de divulgação (Dayanandan *et al.*, 2016; Liao; San; Tsang, 2024). Essa estrutura regulatória assegura informações consistentes e acessíveis aos *stakeholders*, o que contribui para a viabilidade de investigações empíricas e pode explicar a elevada produção acadêmica sobre gerenciamento de impressão nesses países.

Já o destaque da China pode ser atribuído ao crescente escrutínio de investidores estrangeiros e *stakeholders* em compreender as práticas contábeis e de controle estatal chinesas, devido ao caráter híbrido da economia (Chua *et al.*, 2024).

A figura 2 demonstra a colaboração internacional, em que as linhas que conectam os países indicam parcerias científicas, enquanto a intensidade de cor dos territórios reflete o volume de publicações associado a cada nação.

Figura 2 – Colaboração entre países  
Country Collaboration Map



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

O mapa revela que os Estados Unidos são a nação que mais colabora com outros países, em consonância com os achados de Kılılı, Evci e Kefe (2024). Porém, o resultado diverge do estudo de Grueso-Gala e Zornoza (2022), que identificou a Inglaterra como o país com maior grau de colaboração internacional.

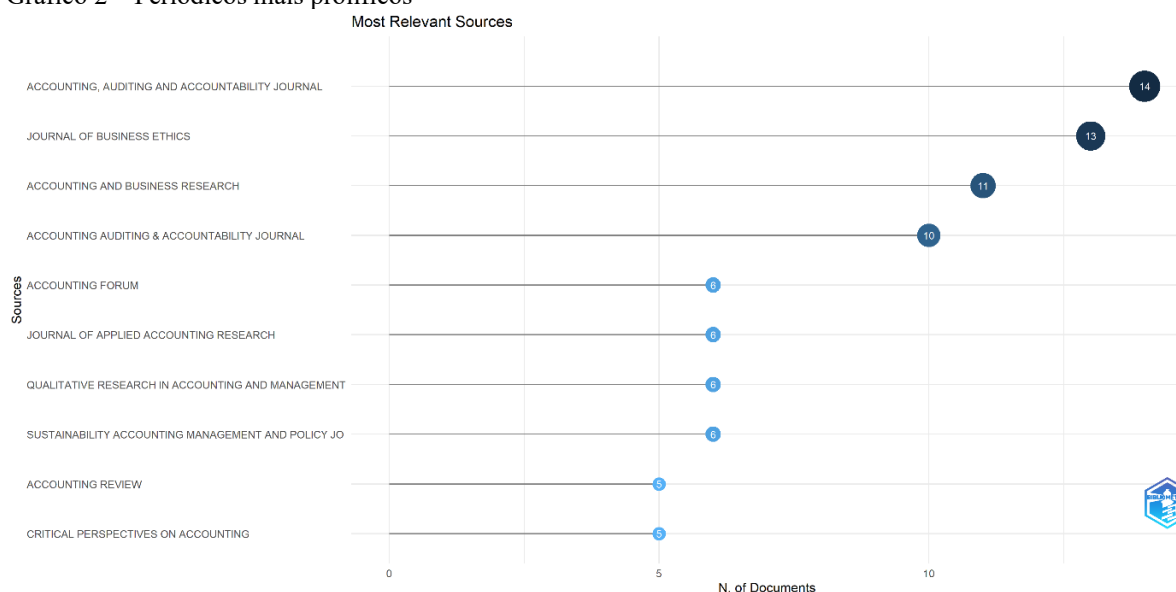
Em seguida, identifica-se que países como Reino Unido, Canadá e Austrália também exercem influência nas redes de coautoria internacionais e estão interligados, sobretudo, com instituições da Europa Ocidental, demonstrando uma relevante rede de cooperação acadêmica.

Constata-se, portanto, que os países falantes da língua inglesa possuem maior força de cooperação internacional, podendo o idioma ser um fator limitante à colaboração interpaíses. Pesquisadores com uma língua materna distinta podem ter dificuldade em adquirir a fluência necessária para desenvolver pesquisas em inglês e enfrentam maiores barreiras linguísticas para cooperar internacionalmente (Cao *et al.*, 2024).

#### 4.4 Periódicos mais Relevantes

O gráfico 2 demonstra os dez periódicos mais relevantes dos artigos selecionados, ordenados em ordem decrescente conforme o número de artigos publicados.

Gráfico 2 – Periódicos mais prolíficos



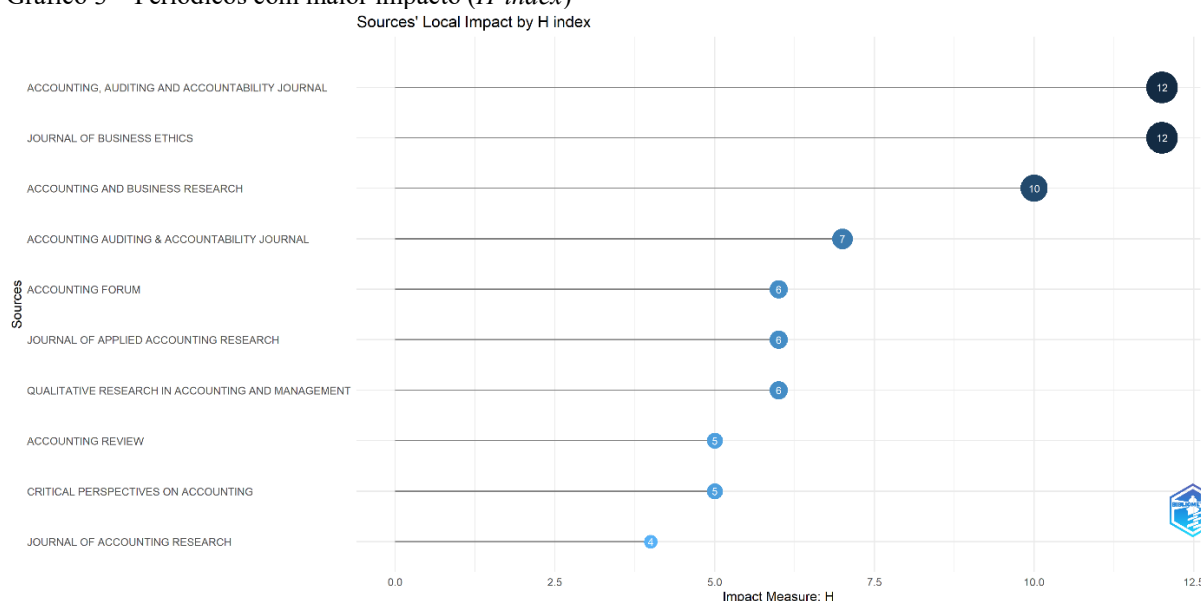
Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Conforme observado no Gráfico 2, o periódico *Accounting, Auditing and Accountability Journal* lidera o ranking, com 14 publicações, seguido pelo *Journal of Business Ethics*, com 13 artigos, corroborando os estudos de Qian e Sun (2022) e Pombinho, Fialho e Novas (2023). Entretanto, o resultado diverge dos achados de Killi, Evci e Kefe (2024) e Srivastava e Anand (2024), que identificaram o *Accounting Review* como o periódico mais prolífico.

Destacam-se também como periódicos relevantes o *Accounting and Business Research*, com 11 artigos, *Accounting Auditing & Accountability Journal*, com 10, *Accounting Forum*, *Journal of Applied Accounting Research*, *Qualitative Research in Accounting and Management* e *Sustainability Accounting Management and Policy Journal*, com 6 publicações cada. Por fim, *Accounting Review* e *Critical Perspectives on Accounting* contribuem com 5 artigos.

O gráfico 3 apresenta os periódicos com maior impacto local em ordem decrescente, segundo o índice H (*H-index*), que relaciona a produtividade ao número de citações recebidas pelos artigos publicados.

Gráfico 3 – Periódicos com maior impacto (*H-index*)



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Conforme se observa nas tabelas acima, periódicos como o *Accounting, Auditing and Accountability Journal* e *Journal of Business Ethics* estão em ambos os gráficos, evidenciando produtividade e impacto nas publicações. Já periódicos como o *Journal of Accounting Research* e o *Critical Perspectives on Accounting* destacam-se pelo seu impacto, apesar do número reduzido de artigos. Por outro lado, o *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, embora apresente elevado número de publicações, não possui o mesmo impacto em citações, sugerindo uma produção ainda em processo de consolidação.

#### 4.5 Principais Artigos Citados

A tabela 4 apresenta os artigos mais citados da amostra analisada, dispostos em ordem decrescente pelo número de citações, demonstrando os 10 mais relevantes.

Tabela 3 – Artigos Mais Citados

Título do Artigo	Autoria (Ano)	Periódico	Citações
Corporate Communication and Impression Management – New Perspectives Why Companies Engage in Corporate Social Reporting	Hooghiemstra, R. (2000)	Journal of Business Ethics	32
Impression management and retrospective sense-making in corporate narratives: A social psychology perspective	Merkel-Davies, DM. (2011)	Accounting, Auditing & Accountability Journal	25
Financial reporting of good news and bad news: evidence from accounting narratives	Clatworthy, M. (2003)	Accounting and Business Research	22
Picking up the pieces: impression management in the retrospective attributional framing of accounting outcomes	Aerts, W. (2005)	Accounting, Organizations and Society	21
On the use of accounting logic as an explanatory category in narrative accounting disclosures	Aerts, W. (1994)	Accounting, Organizations and Society	19
Obfuscation, Textual Complexity and the Role of Regulated Narrative Accounting Disclosure in Corporate Governance	Rutherford, B.A. (2003)	Journal of Management and Governance	18
A methodology for analysing and evaluating narratives in annual reports: a comprehensive descriptive profile and metrics for disclosure quality attributes	Beattie, V. (2004)	Accounting Forum	16
Customer disclosures, impression management and the construction of legitimacy: Corporate reports in the UK privatised water industry	Ogden, S. (2005)	Accounting, Auditing & Accountability Journal	13
Differential patterns of textual characteristics and company performance in the chairman's statement	Clatworthy, M.A. (2006)	Accounting, Auditing & Accountability Journal	13
Impression Management in Sustainability Reports: An Empirical Investigation of the Use of Graphs	Cho, C.H. (2012)	Accounting and the Public Interest	12

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Dentre os artigos analisados, o de maior impacto foi o estudo de Hooghiemstra (2000), intitulado “*Corporate Communication and Impression Management – New Perspectives Why Companies Engage in Corporate Social Reporting*”, com 32 citações, que discute como as empresas utilizam os relatórios de responsabilidade social corporativa como ferramenta de gerenciamento de impressão. Em seguida, destaca-se o artigo de Merkel-Davies e Brennan

(2011), com 25 citações, que busca compreender as estratégias narrativas nos relatórios corporativos, integrando psicologia social e contabilidade.

Por sua vez, o trabalho de Clatworthy (2003), com 22 citações, explora a assimetria na apresentação de boas e más notícias em demonstrações financeiras, enquanto os estudos de Aerts (1994, 2005) investigam o uso da lógica contábil na construção de sentido e a atribuição de causalidade nas narrativas empresariais. Destacam-se, ainda, os estudos de Rutherford (2003) e Beattie (2004), ambos com 16 citações, Ogden (2005) e Clatworthy (2006), com 13 cada, e Cho (2012), com 12 citações.

#### 4.6 Estrutura Temática do Campo

A análise de coocorrência de palavras-chave identifica temas, tendências e relacionamentos prevalentes dentro um campo de pesquisa, revelando tópicos significativos e recorrentes (Donthu *et al.*, 2021). A Figura 3 ilustra a rede de coocorrência construída a partir das palavras-chave dos autores sobre gerenciamento de impressão na contabilidade. Para garantir maior clareza na visualização, optou-se por selecionar os 20 termos mais frequentes, com no mínimo 2 ocorrências. Essa configuração permitiu destacar os principais núcleos temáticos da amostra, excluindo palavras-chave isoladas e pouco conectadas.

Figura 3 – Mapa de rede de coocorrência de palavras-chave



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Observa-se que o termo “*impression management*” ocupa posição central na rede, conectando-se a diferentes grupos de palavras-chave, dispostas em 5 *clusters*. O *cluster* 1 (cor azul) relaciona este termo a “*accounting*”, “*accountability*”, “*financial reporting*”, “*accounting narratives*” e “*annual reports*”, ressaltando a dualidade das divulgações narrativas nos relatórios financeiros, concebidas tanto como mecanismos para gerenciar impressões, quanto para prestação de contas através de informações incrementais (Merkl-Davies; Brennan, 2007).

O *cluster* 2 (cor verde) compreende as palavras “*sustainability*”, “*sustainability reporting*”, “*textual analysis*” e “*integrated reporting*”, que reúne pesquisas com foco na análise textual dos relatórios socioambientais, constantemente utilizados como ferramenta de gerenciamento de impressões (Monteiro; Gonçalves, 2025).

O *cluster* 3 (cor laranja) conecta os termos “*corporate social responsibility*” e “*legitimacy*”, compondo um núcleo teórico que enfatiza estratégias para sustentar a legitimidade organizacional por meio do relatório social corporativo, reforçando uma imagem institucional positiva. Assim, as divulgações voluntárias representam uma estratégia para moldar a percepção pública e legitimar as ações corporativas (Hooghiemstra, 2000).

O *cluster* 4 (cor vermelha), agrupa as palavras “*readability*”, “*legitimacy theory*”, “*annual report*”, “*corporate governance*” e “*obfuscation*”, indicando um eixo centrado na complexidade da legibilidade nos relatórios anuais. Essa prática, utilizada para obscurecer

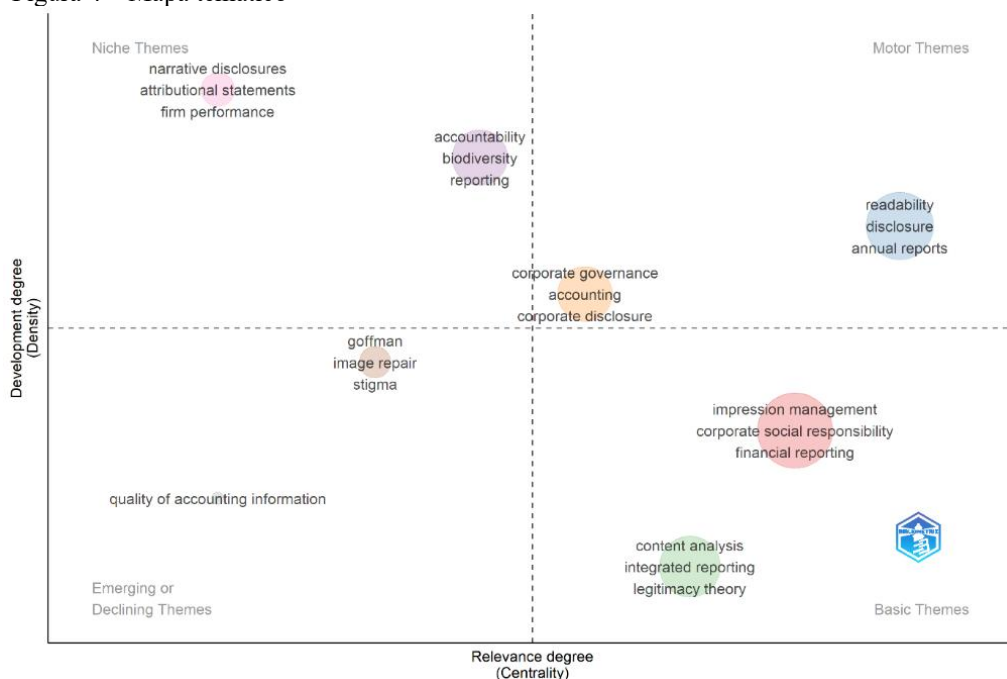
ações controversas e preservar a legitimidade organizacional (Cho *et al.*, 2015), são reconhecidas pelos mecanismos de governança como prejudiciais à precisão das informações (García Osma; Guillamón-Saorín, 2011).

Já o *cluster 5* (cor roxa), com os termos “*narratives*”, “*disclosure*” e “*content analysis*”, relaciona-se a estudos que investigam a divulgação corporativa sob a ótica da análise de conteúdo e da construção discursiva. Diante disso, estudos como o de Bujaki, Mansurov e McConomy (2024) utilizaram a análise de conteúdo para identificar práticas de gerenciamento de impressão nas narrativas corporativas.

#### 4.7 Mapa Temático

O mapa temático, obtido a partir das palavras-chave dos autores, divide os tópicos presentes nas publicações em quatro campos, de acordo a densidade e a centralidade dos temas. A Figura 4 demonstra os temas motores, básicos, emergentes ou em declínio, e os nichos temáticos relacionados ao gerenciamento de impressão.

Figura 4 – Mapa temático



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Os temas motores, evidenciados no quadrante superior direito, caracterizam-se pela alta densidade e centralidade, representando as temáticas norteadoras dos estudos. Esses temas estão organizados em dois clusters: azul, que reúne os termos “*readability*”, “*disclosure*” e “*annual reports*”, relacionados à legibilidade das informações divulgadas nos relatórios anuais, e laranja, composto por “*corporate governance*”, “*accounting*” e “*corporate disclosure*”, que aborda mecanismos de governança corporativa nas práticas de divulgação contábil.

Os temas básicos, localizados no quadrante inferior direito, caracterizam-se pela alta centralidade e baixa densidade, considerados os fundamentos do campo. Esses temas estão dispostos em dois *clusters*: verde, que engloba as palavras “*content analysis*”, “*integrated reporting*” e “*legitimacy theory*”, evidenciando estudos que analisam o conteúdo dos relatórios integrados e sua relação com a teoria da legitimidade, e vermelho, que dispõe os termos “*impression management*”, “*corporate social responsibility*” e “*financial reporting*”, indicando que o gerenciamento de impressão está presente tanto em relatórios financeiros como em relatórios de RSC.

Os temas de nicho, encontrados no quadrante superior esquerdo, possuem alta densidade e baixa centralidade, ou seja, são tópicos desenvolvidos que contemplam um segmento específico. Os nichos temáticos no *cluster* rosa, formado pelos termos “*narrative disclosures*”, “*attributional statements*” e “*firm performance*”, refletem o uso das narrativas para gerir a percepção do desempenho empresarial, atribuindo resultados negativos a externalidades e positivos, a causas internas. Já o *cluster* roxo contém os termos “*accountability*”, “*biodiversity*” e “*reporting*”, indicando como a prestação de contas sobre biodiversidade nos relatórios corporativos é usada para reforçar a legitimidade organizacional, por meio de estratégias de gerenciamento de impressão.

Os temas emergentes ou em declínio, localizados no quadrante inferior esquerdo, têm baixa densidade e baixa centralidade, indicando temas incipientes ou com indícios de descontinuidade. As palavras-chave abrangidas no *cluster* marrom são “*goffman*”, “*image repair*” e “*stigma*”, sugerindo que as abordagens clássicas de Goffman, como o estigma e a reparação de imagem, têm recebido menor atenção nos estudos recentes. Já o *cluster* cinza, representado pelo termo “*quality of accounting information*”, é identificado como um tema ainda periférico, que se conecta às discussões sobre qualidade da divulgação de informações, sinalizando um campo para investigações futuras.

Assim, este último quadrante evidencia áreas ainda pouco consolidadas, que podem tanto sinalizar a necessidade de renovação para se manterem relevantes, quanto representar oportunidades para novas investigações.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo principal analisar as tendências dos estudos sobre o gerenciamento de impressão na informação contábil, apontando discussões que poderão auxiliar investigações futuras. Os resultados evidenciaram o crescimento das publicações a partir de 2000, atingindo seu pico em 2024, em resposta à escândalos globais e ao aumento da preocupação dos *stakeholders* sobre a assimetria informacional.

As discussões sobre o gerenciamento de impressão na divulgação contábil evidenciam a dualidade inerente a esse fenômeno. Por um lado, as narrativas contábeis podem contribuir para maior transparência das informações divulgadas, reforçando a legitimidade organizacional. Por outro, estratégias oportunistas podem ser utilizadas com o objetivo de enviesar a análise dos relatórios e mascarar contextos desfavoráveis aos *stakeholders*.

Frente a isso, este estudo contribui para sistematizar o panorama atual da referida temática na literatura, oferecendo subsídios para pesquisadores ampliarem as investigações sobre os efeitos do gerenciamento de impressão em diferentes contextos institucionais, especialmente em economias emergentes. Além disso, os achados destacam desafios práticos para reguladores, auditores e investidores na avaliação da transparência e confiabilidade das informações divulgadas.

A pesquisa também apresenta limitações que podem nortear pesquisas futuras. Primeiramente, reconhece-se o uso exclusivo das bases de dados Scopus e Web of Science, o que pode ter restringido a abrangência dos resultados alcançados. Portanto, a inclusão de outras plataformas e de periódicos locais podem trazer considerações complementares a este estudo. Ademais, a análise bibliométrica considerou apenas documentos do tipo “artigo”, o que pode ter impactado a profundidade da investigação.

Como sugestões para estudos futuros, recomenda-se uma revisão de literatura a fim de trazer uma maior profundidade os achados das pesquisas sobre a temática. Sugere-se também a realização de investigações empíricas que explorem os tópicos identificados como emergentes, a fim de consolidar esses conceitos na literatura.

## REFERÊNCIAS

- AERTS, W. On the use of accounting logic as an explanatory category in narrative accounting disclosures. **Accounting, Organizations and Society**, v. 19, n. 4-5, p. 337-353, 1994.
- AERTS, W. Picking up the pieces: impression management in the retrospective attributional framing of accounting outcomes. **Accounting, Organizations and Society**, v. 30, n. 6, p. 493–517, ago. 2005.
- AL AMOSH, H.; KHATIB, S. F. A. Theories of corporate disclosure: A literature review. **Corporate Governance and Sustainability Review**, v. 6, n. 1, p. 46–59, 2022.
- ARIA, M.; CUCCURULLO, C. Bibliometrix : An R-tool for comprehensive science mapping analysis. **Journal of Informetrics**, v. 11, n. 4, p. 959–975, nov. 2017.
- BANSAL, P.; CLELLAND, I. Talking trash: legitimacy, impression management, and unsystematic risk in the context of the natural environment. **Academy of Management Journal**, v. 47, n. 1, p. 93-103, 2004.
- BARROSO-MÉNDEZ, M. J.; PAJUELO-MORENO, M.-L.; GALLARDO-VÁZQUEZ, D. A meta-analytic review of the sustainability disclosure and reputation relationship: aggregating findings in the field of social and environmental accounting. **Sustainability Accounting, Management and Policy Journal**, v. 15, n. 5, p. 1210–1254, 30 out. 2024.
- BASS, A. E.; PFARRER, M. D.; MILOSEVIC, I.; TITUS JR., V. K. Better to be loved by some? Firm flaunting as an impression management strategy. **Academy of Management Review**, v. 48, n. 2, p. 292–312, abr. 2023.
- BEATTIE, V. Accounting narratives and the narrative turn in accounting research: Issues, theory, methodology, methods and a research framework. **The British Accounting Review**, v. 46, n. 2, p. 111–134, jun. 2014.
- BEATTIE, V.; MCINNES, B.; FEARNLEY, S. A methodology for analysing and evaluating narratives in annual reports: a comprehensive descriptive profile and metrics for disclosure quality attributes. **Accounting Forum**, p. 205-236, 2004.
- BERKIN, A.; AERTS, W.; VAN CANEGHEM, T. Feasibility analysis of machine learning for performance-related attributional statements. **International Journal of Accounting Information Systems**, v. 48, mar. 2023.
- BOLINO, M.; LONG, D.; TURNLEY, W. Impression Management in Organizations: Critical Questions, Answers, and Areas for Future Research. **Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior**, v. 3, n. 1, p. 377–406, 21 mar. 2016.
- BRENNAN, N. M.; GUILLAMÓN-SAORÍN, E.; PIERCE, A. Methodological Insights: Impression management: Developing and illustrating a scheme of analysis for narrative disclosures – a methodological note. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 22, n. 5, p. 789–832, 19 jun. 2009.
- BUJAKI, M.; MANSUROV, A.; MCCONOMY, B. The content, evolution and determinants of COVID-19 disclosures in Canadian financial statements and MD&A documents: An impression management perspective. **Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne des Sciences de l'Administration**, v. 41, n. 3, p. 414–445, set. 2024.
- CAO, Y.; SICKLES, R. C.; TRIEBES, T. P.; TUMLINSON, J. Linguistic distance to English impedes research performance. **Research Policy**, v. 53, n. 4, p. 104971, 2024.
- CHO, C. H.; MICHELON, G.; PATTEN, D. M. Impression management in sustainability reports: An empirical investigation of the use of graphs. **Accounting and the Public Interest**, v. 12, n. 1, p. 16-37, 2012.
- CHO, C. H.; LAINE, M.; ROBERTS, R. W.; RODRIGUE, M. Organized hypocrisy, organizational façades, and sustainability reporting. **Accounting, Organizations and Society**, v. 40, p. 78–94, 2015.

CHUA, W. F.; DAI, N. T.; TAN, Z. S.; YU, L. (2024). Researching the accounting-state-market dynamic in China: A literature review and research agenda. **The British Accounting Review**, v. 56, n. 5, p. 101444, set. 2024.

CLATWORTHY, M. A.; JONES, M. J. Differential patterns of textual characteristics and company performance in the chairman's statement. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 19, n. 4, p. 493-511, 2006.

CLATWORTHY, M.; JONES, M. J. Financial reporting of good news and bad news: evidence from accounting narratives. **Accounting and Business Research**, v. 33, n. 3, p. 171-185, 2003.

CLATWORTHY, M.; JONES, M. J. The effect of thematic structure on the variability of annual report readability. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 14, n. 3, p. 311–326, 1 jan. 2001.

DAVIDSON III, W. N.; JIRAPORN, P.; KIM, Y. S.; NEMEC, C. Earnings management following duality-creating successions: Ethnostatistics, impression management, and agency theory. **Academy of Management Journal**, v. 47, n. 2, p. 267-275, 2004.

DAYANANDAN, A., DONKER, H., IVANOF, M., KARAHAN, G. IFRS and accounting quality: legal origin, regional, and disclosure impacts. **International Journal of Accounting and Information Management**, v. 24, n. 3, p. 296–316, 1 ago. 2016.

DONTHU, N.; KUMAR, S.; MUKHERJEE, D.; PANDEY, N.; LIM, W. M. How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. **Journal of Business Research**, v. 133, p. 285–296, set. 2021.

GARCÍA OSMA, B.; GUILLAMÓN-SAORÍN, E. Corporate governance and impression management in annual results press releases. **Accounting, Organizations and Society**, v. 36, n. 4–5, p. 187–208, maio 2011.

GODFREY, J.; MATHER, P.; RAMSAY, A. Earnings and Impression Management in Financial Reports: The Case of CEO Changes. **Abacus**, v. 39, n. 1, p. 95–123, fev. 2003.

GRUESO-GALA, M.; ZORNOZA, C. C. A bibliometric analysis of the literature on non-financial information reporting: Review of the research and network visualization. **Cuadernos de Gestión**, v. 22, n. 1, p. 175–192, 11 fev. 2022.

HOOGHIEMSTRA, R. Corporate communication and impression management—new perspectives why companies engage in corporate social reporting. **Journal of Business Ethics**, v. 27, p. 55-68, 2000.

KILLI, M.; EVCI, S.; KEFE, İ. The Conceptual, Social, and Intellectual Structure of the Financial Information/Accounting Manipulation Literature: A Bibliometric Analysis. **Journal of Risk and Financial Management**, v. 17, n. 7, p. 297, 11 jul. 2024.

LA PORTA, R.; LOPEZ-DE-SILANES, F.; SHLEIFER, A. The Economic Consequences of Legal Origins. **Journal of Economic Literature**, v. 46, n. 2, p. 285–332, 2008.

LEARY, M. R.; KOWALSKI, R. M. Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model. **Psychological Bulletin**, v. 107, n. 1, p. 34–47, 1990.

LEUNG, S.; PARKER, L.; COURTIS, J. Impression management through minimal narrative disclosure in annual reports. **The British Accounting Review**, v. 47, n. 3, p. 275–289, set. 2015.

LIAO, C. H.; SAN, Z.; TSANG, A. Corporate governance reforms and voluntary disclosure: International evidence on management earnings forecasts. **Journal of International Accounting, Auditing and Taxation**, v. 54, p. 100602, mar. 2024.

MCBRIDE, K.; ATKINS, J. F.; ATKINS, B. C. The picturesque roots of impression management: framing, Claude glass and “rose”-tinted lens? **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 37, n. 4, p. 1125–1152, 15 maio 2024.

MERKL-DAVIES, D. M.; BRENNAN, N. M. A conceptual framework of impression management: new insights from psychology, sociology and critical perspectives. **Accounting and Business Research**, v. 41, n. 5, p. 415–437, dez. 2011.

MERKL-DAVIES, D. M.; BRENNAN, N. M. A theoretical framework of external accounting communication: Research perspectives, traditions, and theories. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 30, n. 2, p. 433–469, 20 fev. 2017.

MERKL-DAVIES, D. M.; BRENNAN, N. M. Discretionary Disclosure Strategies in Corporate Narratives: Incremental Information or Impression Management? **Journal of Accounting Literature**, v. 27, p. 116-196, 2007.

MERKL-DAVIES, D. M.; BRENNAN, N. M.; MCLEAY, S. J. Impression management and retrospective sense-making in corporate narratives: A social psychology perspective. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 24, n. 3, p. 315–344, 1 jan. 2011.

MONTEIRO, A. F.; GONÇALVES, R. de S. Impression management in sustainability disclosures and information asymmetry: The case of Brazilian public companies. **Journal of Cleaner Production**, v. 486, p. 144483, jan. 2025.

OGDEN, S.; CLARKE, J. Customer disclosures, impression management and the construction of legitimacy: Corporate reports in the UK privatised water industry. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 18, n. 3, p. 313-345, 2005.

PASSAS, I. Bibliometric Analysis: The Main Steps. **Encyclopedia**, v. 4, n. 2, p. 1014–1025, 20 jun. 2024.

POMBINHO, M.; FIALHO, A.; NOVAS, J. Readability of Sustainability Reports: A Bibliometric Analysis and Systematic Literature Review. **Sustainability**, v. 16, n. 1, p. 260, 27 dez. 2023.

QIAN, Y.; SUN, Y. Bibliometric analysis of literature on narrative discourse in corporate annual reports (1990–2019). **Quality & Quantity**, v. 56, n. 2, p. 429–446, abr. 2022.

RUTHERFORD, B. A. Obfuscation, textual complexity and the role of regulated narrative accounting disclosure in corporate governance. **Journal of Management and Governance**, v. 7, p. 187-210, 2003.

SRIVASTAVA, A.; ANAND. Six decades of corporate disclosure research: a bibliometric review. **Managerial Finance**, v. 50, n. 4, p. 768–790, 26 mar. 2024

WANG, J. Literature Review on the Impression Management in Corporate Information Disclosure. **Modern Economy**, v. 07, n. 06, p. 725–731, 2016.

YUTHAS, K.; ROGERS, R.; DILLARD, J. F. Communicative action and corporate annual reports. **Journal of Business Ethics**, v. 41, n. 1/2, p. 141–157, 2002.