



Revista de Políticas Públicas da UFPE, Recife/PE, v. 11, n. 2, ano 2026. ISSN-e 2595-5535

ANÁLISE DE CONTEÚDO ASSISTIDA POR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: UM ESTUDO APLICADO EM UM CASO CONTÁBIL

ARTIFICIAL INTELLIGENCE-ASSISTED CONTENT ANALYSIS: AN APPLIED STUDY IN AN ACCOUNTING CASE

Nadielli Maria dos Santos Galvão¹

Resumo: A Análise de Conteúdo (AC) é uma das técnicas mais utilizadas em pesquisas qualitativas na Ciência Contábil. No advento da Inteligência Artificial (IA) generativa, é possível que pesquisadores da referida área possam se beneficiar de tais ferramentas para execução da AC de demonstrativos contábeis em suas investigações. Assim, este estudo tem como objetivo apresentar a aplicação da AC por meio do uso de IA generativa em um caso contábil. Para estudo, selecionou-se como caso a divulgação do erro contábil na mensuração dos estoques no Grupo Mateus, divulgado em 2025. Os dados foram coletados do *release* de resultados e a análise de conteúdo foi realizada com suporte do ChatGPT e do Gemini. As categorias foram definidas *a priori*, com base nos tipos e estratégias de legitimidade já consolidados na literatura. Os resultados demonstraram que a empresa se valeu em maior proporção do tipo de legitimidade pragmática e da estratégia de legitimidade de reparação. A pesquisa também demonstrou o potencial da IA generativa no suporte ao pesquisador, sem retirar a responsabilidade humana de análise crítica, autoria e autoridade científica enquanto *expert* no assunto pesquisado.

Palavras-chave: Análise Qualitativa; Demonstração Contábil; Metodologia de Pesquisa.

Abstract: Content Analysis (CA) is one of the most widely used techniques in qualitative research in Accounting Science. With the advent of generative Artificial Intelligence (AI), researchers in this field may benefit from such tools in conducting Content Analysis of financial statements in their investigations. Thus, this study aims to present the application of CA through the use of generative AI in an accounting case. For the study, the disclosure of an accounting error in inventory measurement by Grupo Mateus, reported in 2025, was selected as the case. Data were collected from the earnings release, and the content analysis was conducted with the support of ChatGPT and Gemini. The categories were defined *a priori*, based on types and legitimacy strategies already established in the literature. The results showed that the company relied more heavily on the pragmatic type of legitimacy and the legitimacy strategy of repair. The research also demonstrated the potential of generative AI in supporting researchers, without removing human responsibility for critical analysis, authorship, and scientific authority as an expert in the researched subject.

Keywords: Qualitative Analysis; Financial Statements; Research Methodology.

¹ Doutora em Educação; Mestra e Bacharela em Ciências Contábeis. Professora do Departamento de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Sergipe (Campus de Itabaiana). Contato: profa.nadielligalvao@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

“A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações” (Bardin, 2010, p. 40). Esta definição resume o princípio desta abordagem, que é uma das mais importantes estratégias de análise qualitativa de dados. A Análise de Conteúdo (AC) pode ser aplicada tanto sob uma abordagem qualitativa como quantitativa de pesquisa, sendo que seu objetivo é sempre identificar padrões e temas recorrentes nos materiais analisados (Assis; Monteiro, 2023).

No que tange à Ciência Contábil, Galvão (2025) apontou que a AC tem sido uma das formas mais utilizadas para a compreensão de dados em investigações de cunho qualitativo. Para executá-la, os pesquisadores-contadores, em sua maioria, se valem de *softwares* como Atlas TI, Iramuteq e NVivo, ainda de acordo com a pesquisa supracitada. Contudo, questiona-se: é possível aplicar a AC com outras ferramentas tecnológicas, tal como a Inteligência Artificial (IA)?

Alguns trabalhos já buscaram responder a esta pergunta, apresentando vias para uso da IA na AC (Porto *et al.*, 2023; Wathier, 2024; Pereira; Bonin; Soares, 2024; Drumond; Dias; Silva, 2025), todavia, nenhum destes artigos teve como foco a pesquisa contábil. Os mais próximos disso são as investigações de Jha *et al.* (2024) e Kok (2024), que realizaram análises qualitativas de relatórios contábeis, porém sem delimitar-se na AC propriamente dita. Diante disso, surge outra pergunta: Como aplicar a AC via IA em investigações da área contábil?

Desse modo, o objetivo deste artigo é apresentar a aplicação da AC por meio do uso de IA generativa em um caso contábil. O evento escolhido foi o erro contábil na mensuração dos estoques do Grupo Mateus S.A., reportado em 2025. A situação foi analisada à luz das categorias teóricas da Teoria da Legitimidade com base em Suchman (1995). O corpus para análise foi formado pelo texto do *release* de resultados, documento empresarial que explica em mais detalhes as ocorrências contábeis e os resultados obtidos dentro de um trimestre.

A escolha deste caso se justifica pelo seu aspecto social, uma vez que se trata de um problema contábil em uma empresa de grande porte, que opera em extensa parte do Norte e Nordeste do país e que foi amplamente veiculada pela mídia. Assim, este trabalho poderá contribuir para explicar à população o ocorrido e a forma como a empresa tentou contornar a situação, visando manter sua reputação perante seus diversos públicos, como investidores, clientes, fornecedores e órgãos reguladores.

Espera-se que este estudo traga duas grandes contribuições. A primeira é uma contribuição teórica por ampliar a literatura com mais um caso estudado por uma das mais importantes e consolidadas teorias contábeis, a saber, a Teoria da Legitimidade, servindo de suporte para discussões em cursos de graduação e pós-graduação, bem como para fomento de novos trabalhos científicos. Ademais, demonstra-se, com este artigo, que a referida teoria pode explicar diversos eventos organizacionais, não apenas aqueles relacionados às questões ambientais.

Adicionalmente, há uma contribuição metodológica, uma vez que neste trabalho será adotada a AC com suporte de IA generativa, apresentando-se o *prompt* utilizado, o que possibilita ampliar a discussão sobre o uso da ferramenta em pesquisas qualitativas, bem como traçar caminhos para a replicabilidade da investigação e a adaptação do método em outros contextos de análise qualitativa nas Ciências Sociais Aplicadas.

Este estudo está dividido em 5 seções textuais. Primeiro, tem-se esta introdução, na qual são expostos o contexto do trabalho, seu objetivo e a justificativa. Na sequência, tem-se a revisão da literatura, com a explanação dos conceitos necessários para a compreensão da pesquisa. Em seguida, vem a seção de metodologia, na qual são descritos os passos realizados para alcance do objetivo da pesquisa. A quarta seção apresenta e discute os resultados. Por fim, tem-se a conclusão e a listagem das referências utilizadas para embasamento do estudo.

2 ASPECTOS CONCEITUAIS

Nesta seção, serão apresentados os conceitos necessários para a compreensão do artigo. Primeiro, realiza-se uma breve explanação sobre a Teoria da Legitimidade, que servirá de base para a categorização na AC a ser executada nesta investigação. Na sequência, discorre-se sobre o caso no qual será aplicada a AC via IA, a saber, o evento contábil relativo ao erro na mensuração dos estoques do Grupo Mateus S.A.

2.1 Teoria da Legitimidade

A Teoria da Legitimidade possui um olhar sociológico sobre a relação entre a organização e o ambiente em que ela opera (Conceição *et al.*, 2011; Riyadh; Al-Shman; Firdaus, 2022). Para esse arcabouço conceitual, as instituições, como partes integrantes de um sistema social, têm sua existência diretamente vinculada à percepção da comunidade quanto à sua legitimidade (Frare *et al.*, 2022).

Com isso, a continuidade organizacional não depende apenas do seu desempenho econômico e financeiro, mas também da aceitação social das práticas adotadas, especialmente quando estas são tornadas públicas por meio de mecanismos formais de comunicação, como os relatórios contábeis. Destaca-se que a legitimidade, de acordo com Suchman (1995), refere-se a uma percepção generalizada de que as ações da entidade são apropriadas dentro do sistema social em que está inserida.

Entende-se, portanto, que há um contrato social entre as organizações e as pessoas ligadas às suas operações, de modo que, caso esse acordo não tenha suas “cláusulas” cumpridas, poderá ser revogado e, conseqüentemente, a continuidade da entidade poderá ser ameaçada (Rebonatto *et al.*, 2023). No prisma contábil, por exemplo, esse contrato pode manifestar-se por meio da expectativa que os *stakeholders* têm de que a instituição apresente informações contábeis fidedignas.

Por isso, é preciso compreender que a legitimidade não é algo estático, mas dinâmico; assim, se uma instituição passa a ser aceita socialmente (alcançando legitimidade), precisa trabalhar para manter esse estado de aceitação (Beuren; Gubiani; Soares, 2013; Velte, 2022). Ou seja, em casos de erros contábeis, fraudes ou práticas de contabilidade criativa, a legitimidade informacional da organização pode ser comprometida, afetando a confiança dos investidores e a credibilidade das demonstrações financeiras.

Por não ser estática, a legitimidade organizacional é ameaçada quando a conduta da entidade não é considerada apropriada aos olhos da sociedade (Reber; Gold; Gold, 2022), o que demanda que a instituição aborde rapidamente o tema que lhe ameaça, a fim de evitar a perda de reputação, especialmente quando eventos negativos ganham repercussão midiática (Pontelli; Pigatto, 2024). Para compreender o modo como as organizações buscam alcançar essa aceitação social, Suchman (1995) definiu três tipos específicos de legitimidade: pragmática, moral e cognitiva.

Tais definições permitem compreender as diferentes racionalidades subjacentes às respostas organizacionais diante de ameaças à legitimidade, evidenciando como as entidades buscam justificar, racionalizar ou redefinir expectativas sociais frente a eventos adversos. Apesar de o autor supracitado também mencionar a legitimidade geral, ele o faz sem detalhar referências teóricas específicas, tratando-a como um preâmbulo às demais categorias, conforme já destacado por Beuren; Gubiani e Soares (2013). No quadro 1, apresenta-se uma breve conceitualização dos tipos de legitimidade consolidados na literatura.

Quadro 01 – Tipos de Legitimidade

Categoria	Breve conceito
Pragmática	Baseia-se no atendimento aos interesses imediatos dos <i>stakeholders</i> , enfatizando benefícios percebidos e respostas às expectativas do público relevante.
Moral	Relaciona-se à avaliação normativa das práticas organizacionais, buscando demonstrar que as ações da entidade são socialmente adequadas e eticamente aceitáveis.
Cognitiva	Decorre da percepção de que a existência e as atividades da organização são compreendidas como necessárias, naturais ou inevitáveis no contexto social.

Fonte: Adaptado de Suchman (1995).

Além dos tipos, Suchman (1995) destaca também as estratégias de legitimidade, a saber, ganho, manutenção e reparação. Tais estratégias são relevantes na definição da forma em que a entidade precisará se comunicar para responder quaisquer questionamentos que abalem sua credibilidade no contexto em que está inserida. No Quadro 02, tem-se uma breve síntese deste aspecto.

Quadro 02 – Estratégia de Legitimidade

Categoria	Breve conceito
Ganho	Estratégias adotadas quando a organização ainda não dispõe de legitimidade consolidada, buscando alinhamento às normas e expectativas sociais vigentes.
Manutenção	Ações voltadas à preservação da legitimidade existente, por meio do monitoramento contínuo das expectativas dos <i>stakeholders</i> e do reforço de práticas já aceitas socialmente.
Recuperação	Estratégias acionadas em contextos de crise ou questionamento público, com o objetivo de reparar danos à legitimidade decorrentes de eventos adversos, como falhas organizacionais ou informacionais.

Fonte: Adaptado de Suchman (1995) e Ascari *et al.* (2022).

Para ganhar, manter ou recuperar a legitimidade (quer pragmática, moral ou cognitiva), as empresas precisam divulgar informações que façam com que elas sejam bem vistas por seus *stakeholders* (Mota; Pimentel, 2022). Para tal, os relatórios contábeis anuais podem constituir um importante veículo para a divulgação de dados que reforcem a legitimidade organizacional (Beuren; Gubiani; Soares, 2013; Silva, 2023), uma vez que explicitam formalmente as ações realizadas pela organização durante um período, explicando e justificando as decisões tomadas.

Contudo, a maioria dos estudos brasileiros que vinculam a Teoria da Legitimidade às divulgações contábeis concentra-se nas questões ambientais (Conceição *et al.*, 2011; Oliveira; Cintra, 2019; Bandeira; Ott; Rover, 2022; Carvalho; Silva; Soares, 2022; Mota; Pimentel, 2022; Ferreira; Malanksi, 2023; Romão *et al.*, 2023; Rebonatto *et al.*, 2023; Silva; Francisco, 2023). Por outro lado, estudos que tratam de outros problemas, como escândalos financeiros, corrupção, erros contábeis, relacionando-os à Teoria da Legitimidade, ainda são escassos e, quando existem, têm como fonte principal de dados as reportagens de jornais e outros documentos midiáticos, como destacou Silva (2023).

Diante dessa lacuna, o presente estudo contribui para a literatura ao analisar a aplicação da Teoria da Legitimidade a um fenômeno pouco explorado na literatura nacional (erros contábeis, especialmente na contabilização de estoques), debruçando-se sobre fontes financeiras primárias. Assim, não houve foco em materiais já interpretados por terceiros; buscou-se, ao contrário, analisar diretamente os dados divulgados pela organização, a fim de compreender sua resposta aos fatos.

2.2 O caso estudado

O Grupo Mateus é uma rede empresarial fundada pelo empresário brasileiro Ilson Mateus Rodrigues, sediada no Maranhão. A empresa opera sob as marcas Mix Mateus, Mateus Supermercados, Hiper Mateus, Eletro Mateus e Camiño, com predominância nas regiões Norte e Nordeste (Macedo, 2025). Em 2025, a organização estampou as manchetes de notícias. O motivo foi a divulgação da ocorrência de um erro na contabilização dos estoques de 2024, mais especificamente, nos cálculos do Custo das Mercadorias Vendidas (CMV), o que ocasionou uma diminuição de R\$ 6 bilhões para R\$ 4,9 bilhões em seus estoques. Tal erro pode ter sido fruto do descompasso entre o crescimento e a supervisão gerencial (Times Brasil, 2025), evidenciando possíveis fragilidades nos controles contábeis da companhia.

A falha também pode ter ocorrido por equívocos na contabilização de tributos como o Programa de Integração Social (PIS) e o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) (Giro News, 2025), bem como no registro das bonificações recebidas de fornecedores, que são mercadorias entregues às varejistas como parte da negociação comercial. As bonificações funcionam como um “desconto” fora da nota fiscal principal. Ao invés de reduzir o preço unitário, o fornecedor envia produtos extras, o que acaba por diminuir o custo médio das mercadorias. Portanto, é possível que esses itens não estivessem recebendo o devido tratamento contábil (Seu Dinheiro, 2025), o que pode comprometer a confiabilidade e a fidedignidade das informações divulgadas.

Assim, ao divulgar as contas do terceiro trimestre de 2025, a empresa anunciou o ajuste realizado referente aos resultados de 2024, ocasionando não apenas a diminuição do valor da conta de estoques, mas também do patrimônio líquido da organização, que passou de R\$ 9,1 bilhões para R\$ 695 milhões (Rizério, 2025). Eventos como esse trazem consequências negativas para a imagem organizacional. A instituição, que antes mantinha a imagem de seriedade e responsabilidade, vê-se na necessidade de explicar um erro que abala a confiabilidade de seus resultados e faz com que a sociedade em geral passe a questionar suas atividades e operações. Em situações como essa, emerge a Teoria da Legitimidade, a qual procura explicar a busca pela harmonia entre a visão da sociedade sobre o que é correto e as atividades das organizações (Dias Filho, 2004). Tal abordagem teórica mostra-se apropriada para analisar situações desse tipo, em que as organizações podem ter sua atuação questionada socialmente. Assim, o caso do Grupo Mateus configura-se como uma oportunidade empírica relevante para a ampliação da discussão acerca da Teoria da Legitimidade.

3 METODOLOGIA

Este estudo se baseia em uma abordagem qualitativa e exploratória de pesquisa. Quanto aos procedimentos, utilizou-se a estratégia de pesquisa documental. A fonte de dados foi o *release* de resultados, referente ao terceiro trimestre de 2025, uma vez que este foi o período em que a empresa divulgou o erro contábil referente à mensuração dos seus estoques. Os dados foram obtidos diretamente do *site*² da companhia dedicado à sua relação com investidores, na seção “Central de Resultados”.

O documento estava disponível no sítio eletrônico em formato PDF. Contudo, foi convertido em arquivo de extensão .doc, para melhor organização dos dados, bem como para possibilitar a exclusão de recursos visuais, como gráficos, figuras e tabelas, visando trabalhar apenas com material textual. Para analisar os dados, foi utilizada a técnica de AC do tipo temática de Bardin (2010), sendo os documentos da organização considerados como Unidades de Contexto (UC) e os parágrafos como Unidades de Registro (UR). Todos os parágrafos do trabalho foram considerados inicialmente; contudo, só foram categorizados aqueles

² O material pode ser acessado neste link: <https://ri.grupomateus.com.br/central-de-resultados/>

relacionados à temática estudada na pesquisa. Destaca-se que foram organizadas 59 UR, sendo que apenas 15 UR de fato estavam relacionadas com o objeto de estudo da investigação.

As categorias temáticas foram determinadas *a priori*, uma vez que as UR foram organizadas por tipo de legitimidade, considerando a perspectiva de Suchman (1995), a saber: legitimidade pragmática, legitimidade moral e legitimidade cognitiva. Explica-se que, neste estudo, utilizou-se somente a categorização nesses três tipos, excluindo-se a chamada “legitimidade geral”, assim como em Frare *et al.* (2022), pois, como destacou Beuren; Gubiani e Soares (2013), essa é apenas um preâmbulo às demais categorias apresentadas por Suchman (1995), cujo artigo seminal não detalha nem traz referências específicas para conceituá-la. Adicionalmente, cada categoria foi organizada em subcategorias, também definidas *a priori*, considerando-se as estratégias de legitimidade propostas por Suchman (1995), que são: ganho, manutenção e recuperação.

Como recurso de suporte na execução da AC, foi utilizada a Inteligência Artificial (IA) generativa. Este tipo de tecnologia se refere a sistemas computacionais capazes de criar conteúdo a partir de padrões aprendidos por meio da exposição à grande volume de dados (Drumond; Dias; Silva, 2025). No Brasil já existem estudos que utilizam tais ferramentas para auxiliar o pesquisador na realização da AC (Porto *et al.*, 2023; Pereira; Bonin; Soares, 2024; Wathier, 2024; Drumond; Dias; Silva, 2025). Na literatura internacional, e mais especificamente na contabilidade, os trabalhos de Jha *et al.* (2024) e Kok (2024) utilizaram a IA para a análise qualitativa de teleconferências organizacionais, aspecto que se aproxima do presente estudo.

Para garantir a confiabilidade das informações produzidas, tomaram-se alguns cuidados, baseando-se em trabalhos já consolidados na literatura (Kok, 2024; Anjos *et al.*, 2024; Hansen; Kazinnik, 2024; Jha *et al.*, 2025; Keloharju; Keloharju, 2025; Glessmer; Forsyth, 2025), tais como:

1. Organização do material textual:
 - a. Padronização dos documentos, para que todo o material do corpus seja textual;
 - b. Divisão em seções de até 2.000 palavras, somando o *prompt* e o corpus da pesquisa (texto dos documentos), para não ultrapassar o limite de caracteres da IA, bem como permitir uma auditoria humana cuidadosa.
2. Desenvolvimento do *prompt* com:
 - a. Contexto do caso estudado;
 - b. Explicação dos aspectos conceituais dos tipos e estratégias de legitimidade.
 - c. Apresentação dos aspectos metodológicos da pesquisa;
 - d. Explicação do papel a ser assumido pela IA.
 - e. Definição da tarefa a ser executada e dos resultados a serem apresentados, de forma que possibilite auditar se a IA considerou todo o material enviado, bem como a justificativa para cada resultado apontado pela ferramenta.
 - f. Recomendações finais para garantir que os pressupostos da AC serão obedecidos e que a IA irá se restringir ao caso apresentado e às delimitações teóricas apontadas no *prompt*.
3. Revisão do processo:
 - a. Foram utilizadas duas ferramentas diferentes de IA (ChatGPT e Gemini), para evitar dar credibilidade a uma única ferramenta³.
 - b. Os resultados gerados por cada IA foram analisados individualmente e criticamente pela pesquisadora, a qual possui *expertise* tanto na teoria de Suchman, como na AC.
 - c. Em caso de diferenças entre as IA, a decisão final era sempre da pesquisadora.

³ As ferramentas foram utilizadas em suas versões gratuitas e configuração padrão.

O *prompt* utilizado na pesquisa é organizado no Quadro 03. Destaca-se que o mesmo foi refinado com base em testes, extraindo-se partes do *corpus* da pesquisa de forma aleatória.

Quadro 03 – *Prompt* para suporte na execução da AC.

Seção do <i>prompt</i>	Texto da seção do <i>prompt</i>
Contexto do caso	O Grupo Mateus é uma rede empresarial brasileira. Em 2025 a organização anunciou a ocorrência de um erro na contabilização dos estoques de 2024, o que provocou uma diminuição tanto nos ativos organizacionais, como no seu patrimônio líquido. Situações como esta podem prejudicar a reputação das instituições, uma vez que seus resultados podem não transmitir a confiabilidade esperada e exigida pelas normas contábeis.
Explicações teóricas	Casos como estes podem ser estudados à luz da Teoria da Legitimidade. Suchman (1995), um dos principais autores da área, destaca que a legitimidade é uma percepção generalizada de que as ações da entidade são apropriadas dentro do sistema social em que ela está inserida. Para o referido autor, existem 3 tipos de legitimidade: Legitimidade pragmática: Relaciona-se à preocupação da organização com a percepção e as respostas de seu público imediato, com base em avaliações utilitaristas. O foco recai sobre consequências práticas, benefícios econômicos, eficiência, desempenho e atendimento às necessidades dos <i>stakeholders</i>. Legitimidade moral: Relaciona-se à avaliação normativa das ações organizacionais, com base em valores éticos e sociais. A organização busca demonstrar que está fazendo “a coisa certa”, adotando práticas socialmente aceitáveis, responsáveis e alinhadas ao bem-estar coletivo. Legitimidade cognitiva: Relaciona-se à percepção de que a organização é necessária, inevitável ou natural em seu contexto. Busca-se normalizar eventos, explicar ocorrências de modo a torná-las compreensíveis e preservar uma visão de mundo favorável, mesmo diante de falhas. Além disso, para Suchman (1995) existem 3 estratégias de legitimidade: Ganho de legitimidade: Esforços para construir ou ampliar legitimidade inexistente ou frágil, frequentemente associados à adoção de novos modelos, práticas reconhecidas ou associações com entidades legitimadas. Manutenção da legitimidade: Ações voltadas à preservação de legitimidade já estabelecida, por meio do monitoramento do ambiente, da previsibilidade das trocas e da reafirmação de padrões de desempenho e comportamento socialmente aceitos. Reparação (ou recuperação) da legitimidade: Estratégias adotadas em resposta a ameaças, crises ou perdas de legitimidade, incluindo explicações, justificativas, correções, mudanças estruturais, reconhecimento de falhas ou ações visíveis para remediar problemas específicos.
Delimitação metodológica	Estou desenvolvendo um artigo científico cujo objetivo é analisar as estratégias de legitimidade adotadas pelo Grupo Mateus após o erro cometido na contabilização dos estoques, a partir da Análise de Conteúdo do tipo temática, baseando-se em Bardin (2010), com base em seus relatórios corporativos. Os documentos são considerados as Unidades de Contexto e os parágrafos como as Unidades de Registro. Considera-se como parágrafo cada bloco textual separado por quebra de linha no trecho fornecido.
Explicação do papel da IA	Você atuará como pesquisador em contabilidade, com foco na Teoria da Legitimidade, conforme proposta por Suchman (1995).

Definição da tarefa a ser executada e da entrega esperada.	Com base no trecho fornecido, execute as seguintes etapas: - Informe a quantidade total de parágrafos identificados. - Apresente a lista completa dos parágrafos, na ordem em que aparecem no texto. - Elabore uma tabela com as seguintes colunas, nesta ordem exata: - Numeração do parágrafo; - Parágrafo escrito por completo (não suprima, não altere e não faça cortes no texto); - Tipo de legitimidade identificado (pragmática, moral, cognitiva ou “Não se aplica”), considerando o caso que está sendo estudado: do erro da contabilização de estoques; - Justificativa teórica para a classificação do tipo de legitimidade; - Estratégia de legitimidade identificada (ganho, manutenção, reparação ou “Não se aplica”), considerando o caso que está sendo estudado: do erro da contabilização de estoques; - Justificativa teórica para a classificação da estratégia de legitimidade.
Recomendações finais	Atenção para estes detalhes: Utilize o termo “Não se aplica” quando o parágrafo: - for meramente informativo ou operacional; - apresentar apenas dados financeiros ou operacionais sem função discursiva de legitimação; - não estabelecer relação explícita ou implícita com a necessidade de justificar, explicar, normalizar, reparar ou reforçar a posição da empresa diante do erro contábil. Quanto aos parágrafos: - Considere como parágrafo cada bloco textual separado por quebra de linha no trecho fornecido (não faça agrupamentos, use exatamente a formatação enviada); - Todos os parágrafos devem aparecer na tabela sem supressões, alterações ou cortes; - Cada parágrafo deve ser categorizado em apenas um tipo de legitimidade (pragmática, moral ou cognitiva); - Cada parágrafo deve ser categorizado em apenas uma estratégia de legitimidade (ganho, manutenção ou reparação). - Em casos de ambiguidade, classifique conforme o sentido predominante. As justificativas devem ser fundamentadas estritamente nas definições conceituais e teóricas apresentadas neste <i>prompt</i>. Não utilize interpretações externas ou inferências não ancoradas nessas definições. Somente classifique como estratégia ou tipo de legitimidade quando o parágrafo apresentar linguagem justificativa, explicativa, defensiva, normalizadora ou avaliativa, e não mera descrição factual de desempenho Segue o trecho do relatório a ser analisado: [Inserir aqui o trecho do relatório]

Fonte: Elaboração da autora (2026).

Por fim, destaca-se que a pesquisadora foi responsável por todos os resultados divulgados e que as análises e discussões são de autoria 100% humana. Reforça-se que a IA foi utilizada como ferramenta de suporte dada a sua capacidade de lidar com grande volume de dados (Jha *et al.*, 2025) e reconhecer padrões (Kok, 2024). Contudo, o olhar crítico e avaliativo do pesquisador é sempre indispensável (Glessmer; Forsyth, 2025), aspecto que foi respeitado nesta investigação. Assim, seguimos para os resultados deste estudo, evidenciados na próxima seção.

4 RESULTADOS

Esta seção está subdividida em duas partes. A primeira está relacionada à **contribuição teórica** do estudo, uma vez que discorrerá sobre os tipos e estratégias de legitimidade do Grupo Mateus diante do fato contábil analisado. Já a segunda subseção se debruça sobre a **contribuição metodológica**, visto que discutirá o desempenho das IA utilizadas para a execução da AC.

4.1 Grupo Mateus e a Teoria da Legitimidade

O Grupo Mateus se valeu dos três tipos de legitimidade para tentar explicar o erro na contabilização dos seus estoques no ano de 2024. Contudo, foi possível identificar que o tipo de legitimidade pragmática foi o mais recorrente no *release* de resultados, seguido pelos tipos cognitivo e moral. A pragmática também foi o tipo de legitimidade que teve destaque nos estudos de Beuren, Gubiani e Soares (2013).

Quanto às estratégias de legitimidade, a empresa não demonstrou tentativa de ganho de legitimidade, diferentemente dos trabalhos de Beuren, Gubiani e Soares (2007), Fank e Beuren (2010) e Frare *et al.* (2022). Isso pode ser explicado pelo fato de essa estratégia ser mais comum em casos de início das operações ou na inserção de novas atividades (Suchman, 1995). A empresa estudada, por sua vez, já é consolidada no mercado, e o caso analisado não se refere à inserção de um novo empreendimento ou de novos produtos do grupo. O Quadro 04 sintetiza tais resultados.

Quadro 04 – Resultados da categorização.

Tipo / Estratégia	Recuperação	Manutenção
Pragmática	1	5
Cognitiva	3	2
Moral	4	0

Fonte: Elaboração da autora (2026).

Destaca-se que a legitimidade pragmática ocorre quando a empresa busca comunicar-se com seu público-alvo imediato, procurando responder prontamente às suas expectativas (Frare *et al.*, 2022). No caso em questão, a empresa esteve tentando “acalmar os ânimos”, principalmente de seus investidores, ao trazer dados que reforçam sua lucratividade, como no trecho a seguir:

Neste contexto, o lucro bruto excluindo os efeitos extraordinários mencionados, aumentou 16,0% em relação ao mesmo período do ano anterior, totalizando R\$ 2,2 bilhões, enquanto a margem bruta atingiu 23,2% e ficou 0,9 p.p. acima do 3T24. Considerando a consolidação com o Novo Atacarejo e excluindo os efeitos extraordinários, o lucro bruto totalizou R\$ 2,4 bilhões, 31,7% acima do 3T24 e margem bruta de 22,7%. (*Release* de Resultados).

Neste exemplo, a empresa defende o bom desempenho do seu lucro bruto, o qual é resultado da subtração do Custo da Mercadoria Vendida (CMV) da receita de vendas. O CMV, por sua vez, é uma das contas que pode ter sido afetada pelo erro contábil assumido pela organização. Assim, ao explicar o lucro bruto, a empresa está, de certa forma, legitimando suas práticas relacionadas à mensuração dos estoques.

Quanto à legitimidade cognitiva, seu objetivo é apresentar as operações da empresa como inevitáveis (Beuren; Gubiani; Soares, 2013; Elsayed, 2025). Neste trecho, por exemplo,

percebe-se que se explicam os fatos de modo natural, como se a descoberta do erro no estoque fosse resultado de uma situação comum, identificada por meio de ações costumeiras dentro das operações regulares da empresa.

O aumento significativo da frequência e quantidade de inventários físicos realizados nos CDs e nas lojas fez com que o montante total de perdas com inventários físicos totalizasse R\$ 188,0 milhões no 3T25 ante R\$ 88,3 milhões registrados no 3T24. Destes R\$ 188,0 milhões, R\$ 91,3 milhões referem-se aos inventários adicionais implementados. (*Release de Resultados*).

Já sobre a legitimidade moral, faz-se uma apresentação de que as operações da empresa atendem às demandas éticas, morais (Beuren; Gubiani; Soares, 2013) e normativas (Elsayed, 2025) da sociedade. Nesse ponto, observa-se que, no *release* de resultados, a empresa busca apresentar suas ações como relacionadas às normas contábeis vigentes, como no trecho abaixo:

Durante o processo de implantação e revisão dos procedimentos contábeis, foram identificadas necessidades de ajustes nos saldos de estoques e nos valores de custos das mercadorias vendidas anteriormente apurados. Com base no CPC 23 – Políticas Contábeis, Mudança de Estimativa e Retificação de Erro, a Companhia adequou os saldos comparativos das demonstrações financeiras referentes ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024 e ao trimestre findo em 30 de setembro de 2024, de modo a refletir de forma consistente e comparável os efeitos da revisão no processo de custeio. Conforme demonstrado na tabela a seguir, os efeitos desse tema referentes ao 1S25 e registrados neste 3T25 totalizam R\$ 62,8 milhões. (*Release de Resultados*).

Quanto às estratégias, a mais recorrente foi a de recuperação, o que era esperado, uma vez que a instituição divulgou um erro contábil que impacta a percepção dos seus *stakeholders* (Santos *et al.*, 2024) quanto à fidedignidade da informação. Este elemento é importante, pois a fidedignidade da informação contábil é uma característica qualitativa fundamental (ou seja, obrigatória), imprescindível para tornar a demonstração contábil útil (Pronunciamento Contábil 00). Neste trecho, por exemplo, vemos que a empresa busca demonstrar diversas atitudes tomadas visando republicar seus demonstrativos contábeis com o valor dos estoques ajustado corretamente.

Para isso, a Companhia desenvolveu e implementou, com apoio de consultor especializado, um novo sistema para melhor controlar a apuração dos estoques e dos custos das mercadorias vendidas (CMV), representando um avanço significativo na gestão e integridade das informações contábeis, assegurando conformidade com as práticas contábeis adotadas no Brasil (CPC 16 – Estoques). (*Release de Resultados*).

Já no trecho a seguir, ainda na estratégia de recuperação, vemos que a empresa prefere utilizar o termo “revisão” do que correção. Tal escolha pode denotar tanto uma tentativa de reparação, como também de suavização do problema, visando não alarmar seus *stakeholders*.

Os efeitos extraordinários que impactam o lucro bruto da tabela acima são referentes a revisão das políticas de e a R\$ 72,7 milhões de revisão de estoques e perda de estoque proveniente de inventários adicionais no valor de R\$ 14,6 milhões. (*Release de Resultados*).

No que tange à estratégia de manutenção, tem-se que, em determinados momentos, a empresa cita elementos relacionados ao estoque, mas sem tentativa de explicação da “revisão”. Apenas menciona fatos cotidianos, sem necessariamente tentar reverter uma possível imagem negativa. A ideia é apresentar aspectos que a empresa tem como positivos, evitando o declínio da sua credibilidade (Frare *et al.*, 2022). Neste trecho, por exemplo, vemos a empresa citar aspectos relacionados com a mensuração do estoque, como o Imposto sobre Circulação de Mercadorias de Serviços (ICMS), PIS/COFINS, a lucratividade operacional (EBITDA), mas sem relacioná-los diretamente com o evento analisado neste estudo.

Além dos efeitos extraordinários já apresentados, também houve os seguintes temas que impactaram pontualmente o EBITDA: i) efeito da adesão ao Programa de Anistia do Maranhão - Refis para quitação de débitos relacionados ao recolhimento de ICMS e ICMS -ST, o qual impactou negativamente o EBITDA em R\$ 48,7 milhões; e ii) efeito de ganho tributário de anos anteriores referentes a PIS/Cofins e ICMS no valor de R\$ 181,0 milhões. Excluindo os efeitos extraordinários do lucro bruto e dos pontos citados acima, o EBITDA pós IFRS 16 registrou R\$ 744,0 milhões no 3T25, 14,8% acima do mesmo período do ano anterior, com margem EBITDA pós IFRS16 de 8,0%. Alim disso, considerando a consolidação com o Novo Atacarejo, o EBITDA pós IFRS 16 somou R\$ 855,1 milhões, margem Ebitda de 7,9%. (*Release* de Resultados).

Com isso, foi possível perceber que a empresa focou em explicar os fatos de forma mais natural possível, evitando a postura de “correção” e priorizando a ideia de “revisão”. Seu objetivo foi dialogar diretamente com os *stakeholders* que poderiam desacreditar dos seus demonstrativos contábeis e, conseqüentemente, não enxergar a empresa como interessante para manter seus investimentos, uma vez que seus resultados foram impactados pela falha na contabilização dos estoques.

Todavia, o objetivo deste trabalho não é apenas categorizar as estratégias de legitimidade da empresa, mas também discutir o uso da IA para esse tipo de investigação. Sobre o desempenho das ferramentas adotadas, debruça-se a próxima seção deste artigo.

4.2 Inteligência Artificial e Análise de Conteúdo: Contribuições e Limitações

Quanto ao desempenho das ferramentas de IA na análise de Conteúdo, tem-se que, no *release* de resultados, foram geradas 59 UR. Quando solicitado que as mesmas categorizassem as UR em tipo de legitimidade (pragmática, moral e cognitiva) e em estratégia (ganho, manutenção ou reparação), houve concordância em 62,71% dos casos no que tange aos tipos de legitimidade e em 64,4% dos casos no que se refere às estratégias. Tais percentuais indicam um nível moderado de convergência entre as ferramentas, evidenciando que, embora a IA seja capaz de reconhecer padrões nos discursos organizacionais associados à Teoria da Legitimidade, ainda existe a necessidade de intervenção humana na análise criteriosa da categorização.

De modo geral, as ferramentas dão um suporte interessante para a identificação de trechos de relatórios contábeis relacionados às categorias propostas por Suchman (1995). Contudo, não basta ter similaridade textual para classificar determinada informação em uma categoria específica. É preciso discernimento conceitual e acadêmico para um julgamento apropriado, tarefa terminantemente humana.

No caso da solução das discordâncias entre as IA, optou-se pela categorização do ChatGPT em 86,36% dos casos no que tange aos tipos de legitimidade e, em 13,64% dos

casos, elegeu-se a indicação do Gemini. Quanto às estratégias, optou-se pela indicação do ChatGPT em 90,48% dos casos de divergências. Em nenhum dos casos optou-se pelo Gemini, e a pesquisadora alterou 9,52% dos casos para uma categoria diferente daquelas apresentadas pelas IA, especialmente na troca de categorias. Esse aspecto reforça o papel central do pesquisador na análise e seleção final, especialmente diante de ambiguidades discursivas que demandam interpretação teórica e contextual.

Ademais, esses resultados sugerem, de modo geral, maior aderência do ChatGPT às delimitações conceituais dos tipos e estratégias de legitimidade estabelecidas no *prompt*. Contudo, essa maior frequência de escolha pelas sugestões do ChatGPT não deve ser compreendida como superioridade epistemológica da ferramenta, mas, possivelmente, como maior capacidade de seguir instruções no que tange ao reconhecimento de padrões, dadas as delimitações conceituais explicitadas no *prompt* (Kok, 2024). Ademais, a intervenção direta e imediata da pesquisadora, reclassificando elementos, demonstra que, mesmo com protocolos detalhados, a IA não substitui a capacidade humana de refletir e interpretar contextos complexos.

Com isso, conclui-se que, de modo geral, os resultados possibilitam compreender que a IA pode atuar como instrumento de suporte na seleção de UR e na organização inicial destas em categorias *a priori*. Porém, o olhar crítico, interpretativo e reflexivo do pesquisador, sobretudo em análises qualitativas, permanece relevante e necessário (Glessmer; Forsyth, 2025). No Quadro 1, é possível identificar quantas UR cada IA selecionou para cada tipo e estratégia de legitimidade, bem como a seleção final, com base na análise da pesquisadora. Aquelas que foram consideradas como ‘Não se aplica’ não são computadas no quadro em tela.

Quadro 04 – Quantidade de UR selecionadas por IA e pela análise humana.

Tipo de Legitimidade	UR selecionadas pelo ChatGPT	UR selecionadas pelo Gemini	Seleção final após análise humana
Pragmática	9	15	6
Moral	3	4	4
Cognitiva	3	16	5
Total	15	35	15
Estratégia de Legitimidade	UR selecionadas pelo ChatGPT	UR selecionadas pelo Gemini	Seleção final após análise humana
Ganho	0	1	0
Manutenção	7	23	7
Reparação	8	11	8
Total	15	35	15

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Ademais, destacam-se alguns aspectos técnicos que precisam ser esclarecidos quanto ao desempenho das IAs, sobretudo quanto às falhas em cumprir os requisitos dos *prompts*. Nas tarefas de análise do *release*, o ChatGPT apresentou o resultado da tarefa “Informe a quantidade total de parágrafos identificados” de forma equivocada quatro vezes, ainda que, ao apresentar a tabela, listasse a quantidade correta de itens. O Gemini, nesse quesito, errou apenas uma vez. No que se refere à apresentação incompleta dos parágrafos dentro da tabela, ambas as IAs cometeram esse erro uma vez cada. Por sua vez, o ChatGPT equivocou-se em mais dois pontos: na apresentação da tabela com informações faltantes (duas vezes) e na apresentação de uma resposta sem a tabela solicitada (uma vez).

Trazer à baila essas falhas procedimentais é importante para o debate sobre o uso da IA na pesquisa científica, uma vez que demonstra que, mesmo com instruções claras, tais ferramentas podem cometer equívocos (Hansen; Kazinnik, 2024). Esse aspecto apenas reforça a necessidade de auditoria humana, de forma sistemática, tempestiva e criteriosa.

5 CONCLUSÃO

O objetivo deste trabalho foi **apresentar a aplicação da AC por meio do uso de IA generativa em um caso contábil**. Para tal, foi selecionado o problema da falha na mensuração dos estoques divulgada pelo Grupo Mateus em seu *release* de resultados no terceiro trimestre de 2025, referindo-se aos resultados contábeis do ano de 2024. O discurso empresarial foi analisado sob a ótica dos tipos e estratégias de legitimidade conceituadas por Suchman (1995), as quais construíram as categorias selecionadas *a priori*.

Para a organização dos dados foi adotada a Análise de Conteúdo, do tipo temática. As IA generativas ChatGPT e Gemini foram utilizadas como ferramentas de suporte na organização e categorização inicial das informações. Percebeu-se que a empresa adotou, principalmente o tipo de legitimidade pragmática e a estratégia de recuperação. Dessa forma, infere-se que a empresa buscou comunicar-se de imediato com seu público mais próximo, em uma tentativa de reverter qualquer imagem negativa associada à credibilidade dos seus demonstrativos contábeis. Ademais, as ferramentas tecnológicas adotadas para dar suporte no processo de análise de dados, apresentaram um desempenho satisfatório na organização dos materiais, bem como em *insights* preliminares de categorização. Contudo, não dispensam o olhar humano e a análise crítica do pesquisador que tem a *expertise* no assunto.

Como limitações, tem-se que apenas um documento empresarial foi analisado e que apenas duas IA generativas foram adotadas. No que tange a estudos futuros, recomenda-se utilizar o mesmo *prompt* utilizado nesta investigação em outros relatórios contábeis da empresa. Ademais, também recomenda-se a adaptação deste *prompt* para outros contextos e casos contábeis semelhantes, bem como sua aplicação em outras IA generativas para uma comparação do desempenho.

Por fim, ainda que este trabalho tenha suas limitações, considera-se que os achados deste estudo contribuem não apenas para a compreensão das estratégias de legitimidade adotadas pelo Grupo Mateus, mas também para a reflexão crítica acerca dos limites e potencialidades da IA generativa na pesquisa qualitativa em contabilidade. A evidência empírica aqui apresentada sugere que a integração responsável da IA ao método científico requer protocolos claros, supervisão especializada e reconhecimento explícito de suas restrições interpretativas.

Referências

- ANJOS, J.R.; SOUZA, M.G.; ANDRADE NETO, A.S.; SOUZA, B.C. Uma análise do uso de IA generativa como investigadora em pesquisas qualitativas em educação científica. **Revista Pesquisa Qualitativa**, v. 12, n.30, 01-29, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.33361/RPQ.2024.v.12.n.30.724>. Acesso em 27 de fevereiro de 2026.
- ASCARI, C.; KRUGER, S.D.; VOGT, M.; TRINDADE, L.L. Teoria da Legitimidade: Contribuições, Avanços e Tendências na Contabilidade Partir da Literatura Recente. In: **IV International Conference in Management and Accounting**, 1-18, 2022. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/icma2022/534653-teoria-da-legitimidade--contribuicoes-avancos-e-tendencias-na-contabilidade-partir-da-literatura-recente/> Acesso em 14 de janeiro de 2026.
- ASSIS, C.F.; MONTEIRO, R. Metodologias Qualitativas e Quadros de Referência para a Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais Aplicadas. **Jures**, v.16, n.29, 1-28, 2023. Disponível em:

<https://estacio.periodicoscientificos.com.br/index.php/juresvitoria/article/view/1993> Acesso em 25 de fevereiro de 2026.

BANDEIRA, L.S.; OTT, E.; ROVER, S. Influência do potencial poluidor e do histórico de infrações ambientais na Evidenciação Ambiental Corporativa. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, 21, 1-24, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.16930/2237-766220223262>. Acesso em 14 de janeiro de 2026.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Edições Loyola, 2010.

BEUREN, I.M.; GUBIANI, C.A.; SOARES, M. Estratégias de legitimidade de Suchman evidenciadas nos relatórios da administração de empresas públicas do setor elétrico. **Revista de Administração Pública**, v.47, n.4, 849-875, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-76122013000400003>. Acesso em 27 de janeiro de 2026.

CARVALHO, J.F.; SILVA, L.J.; SOARES, J.L. Ações de legitimidade e evidenciação contábil: os casos Samarco e Vale pós-tragédias socioambientais. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, v.21, 1-19, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.16930/2237-766220223257>. Acesso em 19 de janeiro de 2026.

CONCEIÇÃO, S.H.; DOURADO, G.B.; BAQUEIRO, S.F.; BRITO, P.C. Fatores determinantes no disclosure em Responsabilidade Social Corporativa (RSC): um estudo qualitativo e quantitativo com empresas listadas na Bovespa. **Gestão & Produção**, v.18, n.3, 461-472, 2011. Disponível em: <http://doi.org/10.1590/S0104-530X2011000300002>. Acesso em 24 de janeiro de 2026.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. Pronunciamento Contábil 00 - NBCTGEC Estrutura Conceitual para relatório financeiro. Disponível em: <https://www1.cfc.org.br/sisweb/SRE/docs/NBCTGEC.pdf> Acesso em 25 de fevereiro de 2026.

DIAS FILHO, J. M. Teoria da legitimidade. In: RIBEIRO, F.; JORGE H.; MARCLEIDE, P. (Eds.), **Estudando teoria da contabilidade: novos delineamentos teóricos em contabilidade** (pp. 321-332). São Paulo: Editora Atlas, 2004.

DRUMOND, K.; DIAS, C.; SILVA, P.N.). Inteligência Artificial Generativa na Análise do Conteúdo e Representação Temática de Obras de Arte Indígenas Contemporâneas: Percepções com o ChatGPT e o Copilot. **International Society for Knowledge Organization**, v.8, 1-20, 2025. Disponível em: <https://isko.org.br/ojs/index.php/iskobrasil/article/view/34>. Acesso em 27 de fevereiro de 2026.

ELSAYED, N. Strategic AI disclosures and legitimacy: Impression management in UK FTSE100 annual reports. **International Journal of Accounting Information System**, v.56,1-16, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2025.100757>. Acesso em 28 de janeiro de 2026.

FANK, O.L.; BEUREN, I.M. Evidenciação das Estratégias de Legitimidade da Tipologia de Suchman (1995) nos Relatórios da Administração da Petrobras. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v.4, n.10, 25-47, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/rco.v4i10.34775>. Acesso em 19 de janeiro de 2026.

FERREIRA, L.B.; MALANSKI, L.K. Liberdade Econômica e Práticas ESG (Environmental, Social, Governance): uma Análise do Setor Financeiro nas Américas. **Brazilian Business Review**, v.20, n.6, 601-624, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.15728/bbr.2021.1125.en>. Acesso em 14 de janeiro de 2026.

FRARE, A.B.; FERNANDES, C.M.G.; CRUZ, A.P.C.; BARBOSA, M.A.G. Biopirataria e Legitimação: A Estratégia da Empresa Brasileira Natura S.A. no Caso Murumuru. **Reunir**:

Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade, v.12, n.13, 2-13, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.18696/reunir.v12i3.1014>. Acesso em 23 de janeiro de 2026.

GALVÃO, N.M.S. Qualitative Research In Accounting: A State Of Knowledge. **IOSR Journal of Business and Management**, v.27, n. 1, 53-61, 2025. Disponível em: <http://doi.org/10.9790/487X-2701095361>. Acesso em 25 de fevereiro de 2026.

GIRO NEWS. **Grupo Mateus perde R\$ 2,5 bilhões em valor de mercado**. Publicado em 24 de novembro de 2025. Disponível em: <https://gironews.com/supermercado/grupo-mateus-comete-erro-de-r-11-bilhao-e-aco-es-sofrem-queda-maior-do-que-16/>. Acesso em 27 de fevereiro de 2026.

GLESSMER, M.S.; FORSYTH, R. Superficially Plausible Outputs from a Black Box: Problematising GenAI Tools for Analysing Qualitative SoTL Data. **Teaching and Learning Inquiry**, v.13, 1-9, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.20343/teachlearningqu.13.4>. Acesso em 27 de fevereiro de 2026.

HANSEN, A.L.; KAZINNIK, S. **Can ChatGPT Decipher Fedspeak**. 2024. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4399406>. Acesso em 27 de fevereiro de 2026.

JHA, M.; QIAN, J.; WEBER, M.; YANG, B. ChatGPT and Corporate Policies. **Chicago Booth Paper**, 1-83, 2025. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4521096>. Acesso em 27 de fevereiro de 2026.

KELOHARJU, M.; KELOHARJU, R. Accounting Research in the Age of AI. **IFN Working Paper**, v. 1528, 1-65, 2025. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.5345050>. Acesso em 27 de fevereiro de 2026.

KOK, T. ChatGPT for Textual Analysis? **How to use Generative LLMs in Accounting Research**. 2024. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4429658>. Acesso em 27 de fevereiro de 2026.

MACEDO, V. (2025, novembro 24). **Entenda o rombo bilionário do Grupo Mateus, gigante varejista que acaba de chegar à Bahia**. Publicado em 24 de novembro de 2025. Disponível em: <https://www.bnews.com.br/noticias/economia-e-mercado/entenda-o-rombo-bilionario-do-grupo-mateus-gigante-varejista-que-acaba-de-chegar-bahia.html>. Acesso em 27 de fevereiro de 2026.

MOTA, J.S.O.; PIMENTEL, M.S. Analysis of the relationship between environmental performance and environmental disclosure in light of the sustainable development goals. **Advances in Scientific and Applied Accounting**, v.15, n.3, 85-98, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.14392/asaa.2022150304>. Acesso em 24 de janeiro de 2026.

OLIVEIRA, J.A.N.; CINTRA, Y.C. Gerenciamento de riscos à reputação no discurso dos relatórios corporativos da Samarco. **Revista de Contabilidade e Organizações**, 13, 1-13, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-6486.rco.2019.158709>. Acesso em 28 de janeiro de 2026.

PEREIRA, A. L.; BONIN, C. A.; SOARES, C. E. K. (2024). Utilizando a Inteligência Artificial como apoio na análise de conteúdo: algumas considerações. **Com a Palavra, O Professor**, v.9, n.25, 258–282, 2024. Disponível em: <http://revista.geem.mat.br/index.php/CPP/article/view/1079>. Acesso em 27 de fevereiro de 2026.

PONTELLI, G.E.; PIGATTO, J.A.M. Gerenciamento da Impressão de Legitimidade em Universidades Federais. **Administração Pública e Gestão Social**, v.16, n.1, 1-18, 2024.

Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/3515/351576210010/html/> Acesso em 18 de janeiro de 2026.

PORTO, G.L.P.M; PALOMINO, P.T.; FONSECA, M.V.; VIEIRA, T.M.; GASPARINI, I.; OLIVEIRA, E.H.T.; MARQUES, L.; SILVA, A.P.; DERMEVAL, D. Utilizando a Inteligência Artificial na Identificação das Necessidades dos Usuários: Uma Análise com o ChatGPT. **Anais do Workshop Investigações em Interação Humano-Computador**, v. 2, 1-7, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.5753/wide.2023.236113>. Acesso em 27 de fevereiro de 2026.

REBER, B.; GOLD, A.; GOLD, S. ESG Disclosure and Idiosyncratic Risk in Initial Public Offerings. **Journal of Business Ethics**, v. 179, 867–886, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04847-8>. Acesso em 30 de janeiro de 2026.

REBONATTO, C.; ZANIN, A.; ANZILAGO, M.; MAGRO, C.B.D. Logística reversa em empresas da região oeste de Santa Catarina. Reunir: **Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade**, v.13, n.3, 129-143, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.18696/reunir.v13i3.1312>. Acesso em 24 de janeiro de 2026.

RIYADH, H. A.; AL-SHMAM, M. A.; FIRDAUS, J. I. Corporate Social Responsibility and GCG Disclosure on Firm Value with Profitability. **International Journal of Professional Business Review**, v. 7, n. 3, 1-21, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i3.e655>. Acesso em 28 de janeiro de 2026.

RIZÉRIO, L. **GMAT3: o que acontece com o Grupo Mateus? Ação cai 20% em 5 dias com erro de R\$ 1 bi**. Publicado em 21 de novembro de 2025. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/mercados/gmat3-o-que-acontece-com-o-grupo-mateus-acao-cai-20-em-5-dias-com-erro-de-r-1-bi/> Acesso em 27 de fevereiro de 2026.

ROMÃO, B.J.P.; SIQUEIRA D.D.; CAMARA R.P.B.; PAIVA, S.B. Responsabilidade Social Corporativa e os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável à Luz da Teoria da Legitimidade. **ConTexto**, v.23, n.54, 97-114, 2023. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/ConTexto/article/view/130081>. Acesso em 19 de janeiro de 2026.

SANTOS, S.G.; LIMA, L.V.A.; FRANÇA, R.D.; LEITE FILHO, P.A.M. Efeito dos incentivos fiscais e a responsabilidade social corporativa das organizações. **Enfoque: Reflexão Contábil**, v.43, n.3, 112-129, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.4025/enfoque.v43i3.64601>. Acesso em 19 de janeiro de 2026.

SEU DINHEIRO. (2025, novembro 21). **O erro de R\$ 1,1 bilhão do Grupo Mateus (GMAT3) que custou o dobro para a varejista na bolsa de valores**. Publicado em 21 de novembro de 2025. Disponível em: <https://www.seudinheiro.com/2025/bolsa-dolar/o-erro-de-r-11-bilhao-do-grupo-mateus-gmat3-que-custou-o-dobro-para-a-varejista-na-bolsa-de-valores-bdap/>. Acesso em 27 de fevereiro de 2026.

SILVA, B.S.; FRANCISCO, J.R.S. Evidenciação Socioambiental: uma análise dos Relatórios de Sustentabilidade. **Reunir: Revista De Administração Contabilidade E Sustentabilidade**, v.13, n.1, 215-233, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.18696/reunir.v13i1.1357>. Acesso em 24 de janeiro de 2026.

SILVA, M.A.C. (2023). Legitimação Discursiva de Crimes Corporativos: O que dizem os Relatórios Contábeis. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v.18, n.3, 118-137, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.21446/scg_ufrj.v18i3.57905. Acesso em 27 de janeiro de 2026.

SUCHMAN, M. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review*. **Academy of Management Review**, 20(3), 571-611, 1995. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/258788?origin=crossref>. Acesso em 27 de fevereiro de 2026.

TIMES BRASIL. **Entenda a crise do Grupo Mateus por trás de erro bilionário no balanço**. Publicado em 20 de novembro de 2025. Disponível em: <https://timesbrasil.com.br/brasil/economia-brasileira/entenda-a-crise-do-grupo-mateus-por-tras-de-erro-bilionario-no-balanco/>. Acesso em 27 de fevereiro de 2026.

VELTE, P. Meta-analyses on Corporate Social Responsibility (CSR): a literature review. **Management Review Quarterly**, v. 72, 627–675, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11301-021-00211-2>. Acesso em 30 de janeiro de 2026.

WATHIER, V.P. Uso De Inteligência Artificial Na Análise De Conteúdo: Uma Nova Capacidade Pública? *IOSR Journal of Business and Management*, v.26, n.10, 59-64, 2024. Disponível em: <http://doi.org/10.9790/487X-2610145964>. Acesso em 27 de fevereiro de 2026.