

Universidade do Minho
Escola de Economia e Gestão

Patricia Filipa Silva Gomes

**O relatório e contas como instrumento de
comunicação: Estudo de caso do grupo DST**



Universidade do Minho

Escola de Economia e Gestão

Patrícia Filipa Silva Gomes

O relatório e contas como instrumento de comunicação: Estudo de caso do grupo DST

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Contabilidade

Trabalho realizado sob a orientação da
Doutora Lídia Oliveira

abril de 2015

DECLARAÇÃO

Nome: Patrícia Filipa Silva Gomes

Endereço eletrónico: patricia92gomes@gmail.com

Nº Cartão Cidadão: 14106063

Título da Dissertação de Mestrado: O relatório e contas como instrumento de comunicação: Estudo de caso do grupo DST

Área de Conhecimento: Contabilidade

Orientador

Doutora Lúcia Cristina Alves Morais de Oliveira

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO PARCIAL DESTA DISSERTAÇÃO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE.

Universidade do Minho, ___/___/_____

AGRADECIMENTOS

Esta dissertação de mestrado marca o final de mais uma jornada da minha vida acadêmica. A sua realização não seria possível sem a colaboração de algumas pessoas a quem agora expresso o meu sincero agradecimento.

Em primeiro lugar, quero agradecer à minha professora orientadora, a Doutora Lídia Oliveira, por ter aceitado ser a orientadora da minha dissertação e ter-me dado a conhecer esta área de investigação em contabilidade. Agradeço toda a disponibilidade, apoio, dedicação e empenho manifestado desde o primeiro momento desta dissertação.

Ao grupo DST SGPS S.A., agradeço a possibilidade e disponibilidade em colaborar na minha dissertação de mestrado. Foi muito importante a disponibilização dos relatórios e contas em formato físico. Deixo um agradecimento especial aos colaboradores que entrevistei, pela colaboração e tempo disponibilizado.

A todos os meus colegas e professores que fizeram parte da etapa curricular do Mestrado em Contabilidade, na qual adquiri bases de trabalho essenciais para esta investigação.

Por fim, quero agradecer à minha família, especialmente, aos meus pais e aos meus irmãos, pelo apoio, compreensão e confiança demonstrada ao longo deste trabalho.

A todos, muito obrigada!

Patrícia Gomes

Abril de 2015

O relatório e contas como instrumento de comunicação: Estudo de caso do grupo DST

RESUMO

Esta investigação visa o estudo do relatório e contas como um instrumento de comunicação entre as organizações e os seus *stakeholders*. Observa-se uma evolução no âmbito do relatório e contas no que respeita ao seu conteúdo, no relato de informações não financeiras, e ao seu formato e *design*, na inovação como é apresentado. Este estudo suporta-se na teoria literária para o estudo dos relatórios e contas pelas suas qualidades narrativas, recorrendo às abordagens de Roland Barthes e de Gérard Genette.

O objetivo principal desta investigação consiste em analisar e compreender os elementos paratextuais contidos no relatório e contas e perceber quais as motivações que levam uma empresa a incorporá-los neste documento.

O estudo empírico envolve a realização de um estudo de caso relativo ao grupo DST, com a análise dos Relatórios e Contas consolidados de 2008 a 2013 da empresa DST SGPS, S.A. Inserido no âmbito da investigação interpretativa, são utilizados métodos qualitativos, nomeadamente, análise documental aos relatórios e contas e realização de entrevistas semiestruturadas às pessoas responsáveis e intervenientes na idealização e elaboração dos relatórios e contas.

A análise dos relatórios e contas permite identificar a presença de elementos paratextuais à luz de Genette (1997), tais como: o formato físico, a capa, o nome do autor, o título, as epígrafes (citações, legendas e símbolos ou imagens visuais) e o prefácio (a mensagem do presidente). Ainda, através da abordagem de Barthes (1977), verifica-se que a mensagem transmitida pelos elementos paratextuais pode apresentar sentidos denotativos e conotativos, que podem ser interpretados de diferentes formas, por diferentes leitores. As motivações subjacentes à incorporação de elementos paratextuais nos relatórios e contas do grupo DST, segundo os entrevistados, decorrem da intenção de transmitir a identidade e cultura organizacional, a credibilidade das contas, a diferenciação, os valores organizacionais, as vertentes de responsabilidade social e de apoio à cultura.

Palavras-chave: relatório e contas, elementos paratextuais, denotação, conotação, estudo de caso.

The annual report as a communication tool: The case study of DST group

ABSTRACT

This research aims to study the annual report as a communication tool between organizations and their stakeholders. There has been an evolution in content (reporting non-financial information) and format and design of the annual report. Supported by literary theory, this study focuses on annual report in what concerns its narrative qualities, using the approaches of Roland Barthes and Gérard Genette.

The main objective of this research is to analyse and understand the paratextual elements contained in the annual report and understand the motivations that lead a company to incorporate them in this document.

The empirical study involves the case study of DST group, with the analysis of its consolidated annual reports from 2008 to 2013. Adopting an interpretative research, qualitative methods are used, such as: document analysis of the annual reports and semi-structured interviews to the intervenient individuals on the preparation process of the annual reports.

The analysis of annual reports allows identifying the presence of paratextual elements, according to the theory of Genette (1997), such as the physical format, the cover, the authorship, the title, the epigraphs (quotations, legends and symbols or visual images) and the preface (Chairman's Statement). Further, through the Barthes (1977) approach, it is confirmed that the message transmitted by paratextual elements may have denotative and connotative meanings, which can be interpreted in different ways by different readers.

The motivations for the incorporation of paratextual elements in the annual reports of the DST group, according to interviewees, result of the intention to convey the identity and organizational culture, the accounts' credibility, differentiation, organizational values, corporate social responsibility aspects, and the relation to culture and arts' support.

Keywords: annual report, paratextual elements, denotation, connotation, case study

ÍNDICE

AGRADECIMENTOS.....	III
RESUMO.....	V
ABSTRACT	VII
ÍNDICE	IX
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
ABREVIATURAS	XIII
1. INTRODUÇÃO.....	3
1.1. Justificação do tema e motivação	3
1.2. Objetivo e questões de partida.....	5
1.3. Estrutura	5
2. REVISÃO DE LITERATURA	7
2.1. A teoria literária e a contabilidade.....	7
2.1.1. Abordagem de Roland Barthes	9
2.1.2. Abordagem de Gérard Genette	12
2.2. Relatórios e contas: sua evolução como instrumento de comunicação e de procura de legitimidade	15
2.2.1. A narrativa contabilística nos relatórios e contas	20
2.2.2. As imagens como meio de retórica visual nos relatórios e contas	22
2.3. Revisão de estudos anteriores.....	25
2.4. Em resumo.....	32
3. METODOLOGIA	35
3.1. Perspetiva de investigação adotada	35
3.2. Estudo de caso	36
3.3. Fonte de dados e período de análise	37
3.4. Análise documental	40
3.5. Entrevistas	41
3.6. Em resumo.....	43

4. ESTUDO DE CASO.....	45
4.1. O grupo.....	45
4.1.1. Apresentação.....	45
4.1.2. História e cultura.....	47
4.2. O período de análise: 2008 a 2013	48
4.2.1. O contexto económico	48
4.2.2. Evolução económica e financeira do grupo	49
4.3. Análise dos relatórios e contas	51
4.3.1. Relatório e Contas de 2008.....	51
4.3.2. Relatório e Contas de 2009.....	55
4.3.3. Relatório e Contas de 2010.....	57
4.3.4. Relatório e Contas de 2011	61
4.3.5. Relatório e Contas de 2012.....	64
4.3.6. Relatório e Contas de 2013.....	66
4.3.7. Discussão dos resultados	69
4.4. Análise e discussão das entrevistas	71
4.5. Em resumo.....	82
5. CONCLUSÃO	85
5.1. Principais conclusões.....	85
5.2. Limitações do estudo	88
5.3. Contribuições.....	88
5.4. Pistas para investigação futura	89
APÊNDICE: GUIÃO DA ENTREVISTA	91
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	97

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Capas dos Relatórios e Contas da DST	39
Figura 2 - Logotipo.....	45
Figura 3 - Organograma do grupo DST.....	46
Figura 4 - Capa do Relatório e Contas 2008	52
Figura 5 - "Sinais de alarme"	53
Figura 6 - "Salvem o planeta verde"	54
Figura 7 - "O êxtase da ignorância"	54
Figura 8 - "Para o aquecimento global".....	55
Figura 9 - "Em nome da esperança"	55
Figura 10 - Capa do Relatório e Contas 2009	56
Figura 11 - Fotografias do Relatório e Contas 2009	57
Figura 12 - Capa e última página do Relatório e Contas 2010.....	58
Figura 13 - Valores da DST.....	59
Figura 14 - Recursos humanos	60
Figura 15 - Imagem do Relatório e Contas 2010	61
Figura 16 - Capa do Relatório e Contas 2011	62
Figura 17 - Última imagem do Relatório e Contas 2011.....	63
Figura 18 - Imagem relativa ao Prémio de Fotografia Emergentes DST	64
Figura 19 - Imagem relativa ao campus desportivo DST.....	64
Figura 20 - Capa do Relatório e Contas 2012	65
Figura 21 - Imagens e texto de colaboradores	66
Figura 22 - Relatório e Contas de 2013 em formato físico	67
Figura 23 - Capa do Relatório e Contas 2013	68
Figura 24 - Iluminuras	68

ABREVIATURAS

CEO *Chief Executive Officer*

IASB *International Accounting Standards Board*

**O Relatório e Contas como Instrumento de Comunicação:
Estudo de caso do grupo DST**

1. INTRODUÇÃO

1.1. Justificação do tema e motivação

O relatório e contas é considerado um forte instrumento de comunicação organizacional a nível de conteúdo e de construção de imagem (Davison, 2011b). Nele, é incluída informação financeira de carácter obrigatório, referente à atividade de uma empresa ou grupo empresarial, bem como informação não financeira, de natureza voluntária, que reforça a comunicação com os diversos *stakeholders*.

O tradicional âmbito do relatório e contas está amplamente alargado. O relatório e contas tem deixado de reportar predominantemente a performance financeira para também relatar informações não contabilísticas, como um meio estilístico de representar a identidade corporativa da organização e de influenciar os *stakeholders* externos (Lee, 1994).

Há que salientar que a contabilidade sempre incorporou palavras, bem como números, mas o papel das narrativas tem aumentado substancialmente, incluindo novas categorias de divulgação, como a área social e ambiental (Davison, 2011a). Consequentemente, todas as narrativas podem ser analisadas pelas suas denotações¹ e conotações² (Davison, 2011a).

Mas não só as demonstrações financeiras podem ser consideradas como artefactos visuais capazes de denotar e conotar. Os relatórios contabilísticos constituem uma mistura eclética de gráficos, fotografias e imagens, com carácter conotativo e denotativo intrinsecamente associado (Davison, 2011a).

No entanto, o modo como o relatório e contas funciona como texto literário tem sido, na opinião de Davison (2011b), estranhamente negligenciado. Aliando a investigação da teoria literária à investigação em contabilidade, é possível analisar o impacto da *literary turn* na contabilidade. Davison (2001b) introduz, assim, o contributo de Genette, um teórico literário francês, pós-estruturalista, que criou o conceito de “paratexto”, que

¹ Denotação é “o significado conceptual, fundamental e imutável de uma palavra” (Dicionário de Língua Portuguesa).

² Conotação é “o significado secundário ou subjacente que uma palavra possui, para além da aceção em que é empregada” (Dicionário de Língua Portuguesa).

representa o que circunda um texto, e que Davison (2011b) considera ser importante na elaboração do relatório e contas.

O paratexto compreende dispositivos e convenções liminares, nomeadamente o formato físico, nomes, autoria, títulos, epígrafes, prefácios e intertítulos, que formam uma zona de transição e transação entre o emissor e o destinatário (Genette, 1997). Segundo Lejeune (1975), certos códigos implícitos numa publicação são relevantes na medida em que controlam toda a leitura da publicação. Genette (1997) considera que estes elementos narrativos e visuais que o leitor toma como garantidos situam-se numa “zona indefinida” (p. 2), razão pela qual Davison (2011b) os descreve como “os mais visíveis, mas igualmente invisíveis elementos narrativos e visuais” (p. 118).

Relacionando os elementos do paratexto com o relatório e contas, estes desempenham um importante papel, ao formarem a primeira impressão que os leitores terão do relatório. Estas primeiras impressões podem ser rápidas, fundamentais e duradouras e, enquadram a receção das informações contidas no relatório e contas (Davison, 2011b). Através dos elementos paratextuais, um relatório “apresenta-se, seduz ou repele o leitor, e faz contratos preliminares de leitura” (Davison, 2011b, p. 119).

Davison (2011a) analisa também a investigação de Barthes na área da comunicação contabilística. A mudança de ênfase de Barthes da análise do desenvolvimento histórico para uma análise de estruturas e padrões, códigos e conotações revela-se útil para o estudo dos documentos contabilísticos (Davison, 2011a). Em consequência, a sua extensão à análise linguística, abrangendo também elementos visuais, é apropriada para o estudo de elementos que compõem os relatórios e contas das organizações. “Contar histórias é uma prática universal que pode ser percebida em todos os tipos de comunicações, incluindo os da contabilidade” (Davison, 2011a, p. 276). Assim, para a contabilidade é importante a relevância dada à interpretação da comunicação pelos seus destinatários em detrimento da intenção dos responsáveis de comunicação, na medida que em contabilidade existe um elevado grau de apreensão daquilo que é comunicado (Davison, 2011a).

Perante tudo isto, e considerando a “ampla gama de possibilidades” (Davison, 2011b, p. 118) que a elaboração e o *modus operandi* de um relatório e contas ao abrigo da teoria literária oferece, o presente estudo poderá contribuir para o enriquecimento da literatura existente. Esta investigação responde a uma sugestão de investigação de Davison

(2011b), quando afirma que o estudo do paratexto nos relatórios e contas beneficiaria com uma investigação fora do Reino Unido. Quanto é do nosso conhecimento, a investigação das narrativas e elementos visuais nos relatórios e contas, de modo a compreender a mensagem que é transmitida por este canal de comunicação com os *stakeholders*, está ainda pouco desenvolvida no contexto português, o que a torna pertinente e desafiante.

1.2. Objetivo e questões de partida

O objetivo deste trabalho consiste em analisar e compreender os elementos paratextuais contidos no relatório e contas e perceber quais as motivações que levam uma empresa a incorporá-los neste documento. Para a concretização deste objetivo, formulam-se as seguintes questões:

- Como se caracteriza a utilização dos elementos paratextuais nos relatórios e contas?
- Que motivações estão subjacentes à incorporação de elementos paratextuais nos relatórios e contas?

Para a condução desta investigação é utilizado um estudo de caso, relativo ao grupo DST (Domingos da Silva Teixeira), compreendendo o período 2008 a 2013, cujo conhecimento dos relatórios e contas suscitou o interesse no estudo de caso. Esta investigação segue uma abordagem interpretativa, com a análise dos relatórios e contas à luz da teoria literária, nomeadamente, as abordagens de Barthes e Genette para responder à primeira questão e com a realização de entrevistas semiestruturadas para responder à segunda questão.

1.3. Estrutura

Esta investigação está estruturada em 5 capítulos. No presente capítulo, referente à introdução, são apresentados: a justificação do tema e sua motivação, o objetivo e as questões de partida e a estrutura. O segundo capítulo contempla a revisão de literatura, que compreende a teoria literária, as abordagens de Barthes e Genette, uma análise à

evolução dos relatórios e contas como instrumento de comunicação, bem como uma revisão de estudos anteriores. Posteriormente, no terceiro capítulo, é pormenorizada a metodologia utilizada nesta investigação. O quarto capítulo é dedicado ao estudo empírico e, no último capítulo, são apresentadas as principais conclusões, contributos, limitações e pistas para investigação futura.

Deste modo, dando seguimento a este trabalho, no capítulo seguinte será desenvolvida a revisão de literatura, que contextualiza e suporta a investigação realizada.

2. REVISÃO DE LITERATURA

Este capítulo começa por apresentar o enquadramento teórico, nomeadamente, a teoria literária e as abordagens de Roland Barthes e Gérard Genette. De seguida, é analisada a evolução do relatório e contas como instrumento de comunicação e de procura de legitimidade, bem como os seus componentes, a narrativa e as imagens. O capítulo termina com a revisão de estudos anteriores.

2.1. A teoria literária e a contabilidade

A teoria literária, traduzindo-se na interpretação sistemática de obras literárias, tem origem nos tempos clássicos, atingindo no final do século XX, um rápido desenvolvimento suportado pelo próprio progresso dos estudos literários (Davison, 2011b). Assim como outras disciplinas, a teoria literária foi consideravelmente influenciada pela *philosophical literary turn*, considerando que a linguagem constitui a realidade e o significado, ao contrário de ser um portador de mensagens (Barthes, 1972; Sartre, 1947 e Wittgenstein, 1967, citados por Davison, 2011b). Paralelamente, a *linguistic turn*, como se referem Macintosh e Baker (2002), idealiza que se trate um fenómeno ou objeto de interesse como um texto, devendo ser analisado pelas suas propriedades textuais através de metodologias da teoria literária, linguística e semiótica.

A teoria literária é uma área heterogénea, que incorpora várias abordagens (Davison, 2011b). Macintosh (2002) aponta-a como não sendo uma disciplina monolítica ou coerente. Macintosh (2004a) defende que também a investigação em contabilidade deve seguir a *linguistic* ou *literary turn*, assim como a maioria das ciências sociais e humanas nas últimas décadas. A *literary turn*, no âmbito da contabilidade, consiste em tratar os relatórios contabilísticos como textos, os contabilistas como autores, os auditores como críticos literários e os leitores como consumidores e criadores de significado das narrativas textuais (Macintosh, 2002).

Macintosh desenvolve a sua investigação nesta área, explorando as áreas do pensamento crítico francês que se relacionam com a teoria literária (Davison, 2011b). O autor analisa e expõe a relação entre o paradigma da informação na contabilidade e a *literary*

turn, destacando a utilidade da teoria literária na contabilidade (Davison, 2011b). Para tal, recorre às áreas filosóficas do estruturalismo, pós-estruturalismo e desconstrução.

Sobre a *linguistic turn*, Macintosh (2004a) refere que considerar a teoria de Wittgenstein referente aos jogos de linguagem (*language game theory*) em contabilidade pode ser uma forma de derrubar as perspetivas informativas dominantes na investigação em contabilidade, revigorando a própria investigação neste domínio.

Para Wittgenstein (1967), as palavras não são apenas uma forma de nomear as coisas, mas são usadas de maneiras bastante diferentes e com uma variedade de significados em diferentes jogos de linguagem, desempenhando um papel central na “criação de conhecimento e significado” (Macintosh, 2004a, p. 539).

Relativamente às perspetivas informativas, Macintosh (2004b) argumenta contra o paradigma dominante da informação na contabilidade e contra a visão de que a crítica literária não se pactua com “assuntos complexos, económicos, regulatórios e outros relacionados com a produção de informação e a utilidade da informação para os utilizadores das demonstrações financeiras” (p. 683). Na perspetiva de Macintosh, o contabilista é um como um “artesão”, que junta regras e números, onde o significado das demonstrações financeiras deriva do leitor/utilizador, bem como do autor (Davison, 2011a).

Contrariamente às perspetivas informativas está também a opinião de Lavoie (1987), que caracteriza a contabilidade como a “linguagem dos negócios” (p. 579), onde a linguagem das palavras e os números são o meio de construir e interpretar os relatórios contabilísticos, alcançando assim a comunicação do conhecimento real sobre os acontecimentos. Macintosh e Baker (2002) defendem assim a pertinência de estudar os relatórios contabilísticos pelas suas qualidades narrativas.

De seguida, no âmbito da teoria literária são desenvolvidas as abordagens de Roland Barthes e a de Gérard Genette, explicando a sua aplicação à contabilidade através dos estudos de Davison.

2.1.1. Abordagem de Roland Barthes

Barthes é uma das figuras da filosofia e da teoria crítica francesa do final do século XX, estando o seu percurso literário relacionado com a filosofia da comunicação, que se divide em dois impulsos contraditórios (Davison, 2011a). Numa primeira fase, estruturalista e caracteristicamente científica, Barthes dedica-se à desmistificação e à busca de uma ciência da comunicação; na segunda fase, Barthes privilegia o prazer e a criatividade sobre o racionalismo científico, num movimento conhecido como pós-estruturalismo (Davison, 2011a).

Na sua fase estruturalista, Barthes estabelece uma ciência mais formal de comunicação (Davison, 2011a). Em “Elementos de Semiologia” (“*Eléments de Sémiologie*”), Barthes (2001) menciona a dicotomia de Saussure entre a língua (*langue*) e a fala (*parole*). A língua representa-se como uma instituição social e um sistema de valores na medida em que “o indivíduo não pode, sozinho, nem criá-la nem modificá-la. Trata-se essencialmente de um contrato coletivo ao qual temos de submeter-nos em bloco se quisermos comunicar” (Barthes, 2001, pp. 17-18). A fala é o ato individual em que se utiliza o “código da língua com vista a exprimir o pensamento pessoal” sem que a instituição e o sistema sejam alterados (Barthes, 2001, p. 18), isto porque, a fala é essencialmente uma combinação que corresponde a um ato individual e não a uma criação pura (Barthes, 2001, p. 19). Em suma, não há língua sem fala, nem fala sem língua uma vez que, entre os conceitos existe uma relação de compreensão recíproca em que a língua, sendo uma soma coletiva de marcas individuais, é incompleta ao nível de cada indivíduo isolado (Barthes, 2001).

Davison (2011a) transpõe a referida dicotomia para a contabilidade, equiparando a língua a sistemas de conceitos, regras e convenções e a fala a eventos individuais, que ocorrem durante a produção das demonstrações financeiras. Adicionalmente, Barthes (2001) menciona também o conceito de Saussure de sinal/signo (*signe*) comunicativo, constituído duplamente pelo significante (*signifiant*) e pelo significado (*signifié*). Davison (2011a) concebe que, quando aplicado à contabilidade, os signos possam ser numéricos, verbais, gráficos ou pictóricos e, como o modo de funcionamento do significante e do significado é diferente em cada área de comunicação, a autora constata a complexidade da análise das comunicações da contabilidade.

Relativamente à oposição entre denotação e conotação, Barthes estabelece que denotação é um “nível primário de significado literal, enquanto conotação é um nível secundário, envolvendo sugestões, implicações, inferências, associações e símbolos” (Davison, 2011a, p. 255). Barthes (1977) refere que a distinção entre a mensagem literal (denotação) e a mensagem simbólica (conotação) associada a uma imagem é operacional, sendo que, pelo menos na publicidade, nunca se encontra uma imagem em estado puro, ou seja, livre de qualquer mensagem simbólica. Por outro lado, Barthes (1977) descreve a mensagem cultural (conotação) como uma composição de significados, formando um sistema cujos significados derivam de um código cultural. Segundo Barthes (1977), a originalidade deste sistema é o facto de o número de leituras da mesma imagem variar de acordo com os indivíduos. No entanto, a variação na leitura de uma imagem não é um fenómeno anárquico, depende dos diferentes tipos de conhecimento a nível prático, nacional, cultural e estético intrínseco à imagem (Barthes, 1977).

Na fase pós-estruturalista, Barthes considera que o texto emana da linguagem e não dos indivíduos (Davison, 2011a). Barthes (1989) conceptualiza um texto como o conjunto de vários escritos, a emissão de diversas culturas em diálogo e em contestação, sendo toda esta multiplicidade reunida no leitor, “a unidade de um texto não está na sua origem, está no seu destino” (p. 54). No entanto, de acordo com Barthes (1989), o leitor nunca foi a preocupação da crítica clássica, defendendo a reversão deste facto ao afirmar que “o nascimento do leitor deve ser resgatado pela morte do autor” (p. 55).

De acordo com Davison (2011a), tende-se a acreditar que existe um propósito coerente e sincero associado ao texto contabilístico e a interpretação deste propósito está nos autores. Atendendo ao apresentado no parágrafo anterior e como constata a autora, a análise de Barthes remete para os utilizadores (leitores) a tarefa de compreender e interpretar as mensagens contidas nos textos, neste caso, contabilísticos.

No entanto, Barthes (1998) refere que existe prazer no excesso de precisão, uma exatidão quase maníaca da linguagem, podendo-se associar estas características àquelas que constituem o estereótipo do contabilista (e.g., Carnegie e Napier, 2010; Friedman e Lyne, 2001). O tradicional estereótipo de um contabilista caracteriza-o como um ser honesto, confiável, cuidadoso com o dinheiro, metucioso, educado e bem-falante, mas também maçador, chato, cinzento e excessivamente obcecado com o dinheiro (Carnegie

e Napier, 2010); como salienta Friedman e Lyne (2001), um indivíduo “única e exclusivamente preocupado com a precisão e a forma, metódico e conservador, e um carácter chato e sem alegria” (p. 423).

Barthes (1968) estabelece uma distinção entre os conceitos de linguagem, estilo e escrita (*writing*). O autor concebe que a linguagem, para um escritor, não é mais do que um horizonte humano que proporciona um cenário distante de familiaridade. O estilo representa as imagens, a entrega, o vocabulário impulsionado pelo passado do escritor, tornando-se gradualmente nos próprios reflexos da sua arte independentemente da sofisticação. É produto de um impulso e não de uma intenção, a qual Barthes (1968) caracteriza como uma dimensão solitária do pensamento. Enquanto a linguagem e o estilo são objetos, o modo de escrita é a transformação da linguagem literária naquilo que é a sua finalidade social associada à intenção humana, é, portanto, a moralidade da forma que o escritor escolhe dar à sua linguagem (Barthes, 1968).

No que concerne à imagem visual, Barthes (1977) divide a imagem visual em elementos linguísticos e elementos icónicos, sendo que os icónicos podem ser codificados ou não codificados. Os elementos linguísticos (como títulos, subtítulos ou palavras dentro da imagem) interagem e apoiam os elementos icónicos através do fornecimento direto do significado da imagem (Davison, 2014). No entanto, no caso de uma série de imagens, o elemento linguístico faz a ação avançar, estabelecendo significados em narrativas que não estão presentes na parte icónica da imagem (Davison, 2014). Os elementos icónicos são por sua vez divididos em denotação e conotação (Davison, 2014), características da teoria de Barthes já mencionadas anteriormente.

No processo fotográfico, Barthes (1984) identifica três elementos, o *Operator* que é o fotógrafo, o *Spectator* que é o espectador e o *Spectrum* que é o objeto fotografado e que, por sua vez, se divide no *Stadium* e no *Punctum*. O *Stadium* refere-se ao domínio dos códigos e convenções racionais e reconhecíveis e o *Punctum* é o elemento desconcertante, menos racional, mais pessoal e subjetivo que quebra a harmonia do primeiro (Barthes, 1984; Davison, 2007). Barthes (1984) descreve o *Punctum* como “qualquer coisa” (p. 77) não codificada em palavras que parte da fotografia, sendo capaz de conquistar toda a leitura feita pelo *Spectator* e, a partir desse momento, a fotografia já não é uma fotografia “qualquer” (p. 77).

Embora tenha contribuído para diversas teorias e filosofias associadas à contabilidade (ver Armstrong, 2000; Chiapello e Barker, 2011; Davison, 2011a; Preston, Wright e Young, 1996), a investigação de Barthes não é muito reconhecida na investigação em contabilidade (Davison, 2011a).

De acordo com Davison (2011a), o contributo de Barthes para a investigação em contabilidade baseia-se em repensar os fundamentos da comunicação, considerando-os modelos e formas de pensar universais relevantes em diversos domínios. Na fase estruturalista do autor, a *literary turn* já mencionada e a oposição entre os conceitos “denotação” e “conotação” são exemplos de contributos para a investigação interpretativa da contabilidade. Davison (2011a) refere ainda outros contributos de Barthes, que começam a ser associados à contabilidade, nomeadamente, as propriedades de contar histórias das narrativas contabilísticas, a importância do corpo, dos sentidos e prazer na compreensão intelectual e a presença de emoção e irracionalidade na contabilidade e *accountability*.

Como exemplifica Davison (2011a), o raciocínio de Barthes é utilizado na investigação em contabilidade como suporte à análise do discurso, à análise das imagens visuais contidas no relatório e contas e ainda à análise em profundidade da capa deste documento (ver Davison, 2007).

2.1.2. Abordagem de Gérard Genette

Davison (2011b) introduz na investigação em contabilidade a abordagem desenvolvida por Gérard Genette, no âmbito da categoria estruturalista e pós-estruturalista, sendo esta abordagem suscetível de sustentar a análise de textos de contabilidade, incluindo o relatório e contas.

Genette é um teórico literário do século XX e a sua obra divide-se na narratologia (estudo estruturalista das narrativas) e a transtextualidade (estudo da relação entre os textos), que se pode associar ao pós-estruturalismo (Davison, 2011b). Entre os contributos de Genette na área da transtextualidade, está a paratextualidade das relações entre o texto e a sua envolvente (Davison, 2011b; ver também Genette, 1997; Genette e Maclean, 1991).

Importa aqui lembrar a definição de paratexto mencionada anteriormente, sendo este o conjunto dos mais visíveis, mas igualmente invisíveis, elementos narrativos e visuais que o leitor toma como garantidos, nomeadamente, o formato físico, nomes, autoria, títulos, epígrafes, prefácios e intertítulos (Genette, 1997; Davison, 2011b). O paratexto comporta o *peritext*, os elementos que envolvem o texto no imediato, material e intelectualmente (títulos, subtítulos, pseudónimos, prefácios, dedicatórias, epígrafes, intertítulos, notas ou epílogos) e o *epitext*, mensagens mais distantes localizadas fora do texto, que podem ser entrevistas, apresentações públicas ou cartas privadas e diários (Genette, 1997; Davison, 2011b). O paratexto é o que permite a um texto tornar-se um livro e, para que este seja oferecido como tal aos seus leitores, o paratexto envolve o texto e, mais do que uma fronteira, é uma zona indefinida entre o interior e o exterior do texto (Genette, 1997). O autor realça ainda a importância do paratexto, sendo que “um texto sem paratexto não existe, nem nunca existiu” (Genette, 1997, p. 3).

Enquanto Lejeune (1975) considera que este tipo de elementos de um texto literário controla toda a leitura da obra, Genette (1997) caracteriza esta zona de transição como um local privilegiado de uma pragmática, e estratégia, de influência sobre o público e de influência no modo de leitura feita pelo leitor, baseada na ótica do autor.

Ainda que um importante elemento de uma obra literária, a presença de elementos paratextuais não é uniformemente obrigatória, assim como os leitores não são obrigados, por exemplo, a ler um prefácio (Genette, 1997). Genette (1997) ressalva ainda o facto de determinadas notas serem dirigidas apenas a determinados leitores.

Davison (2011b) transporta para a investigação em contabilidade as perspetivas e teorias de Genette. Considerando que um relatório e contas tem tanto um *peritext* como um *epitext*, a autora desenvolve um estudo empírico focando-se neste documento, no qual atribui maior relevo ao *peritext*, embora considere também importante o *epitext*, que no caso específico dos relatórios e contas pode ser encontrado em *websites* de uma empresa, comunicados de imprensa ou entrevistas.

Os elementos paratextuais, identificados por Genette, relativos a um texto literário e aplicáveis a um relatório e contas são, de acordo com Davison (2011b), o formato físico e capas, os nomes, os títulos, as epígrafes e os prefácios (introdução ou declaração do Presidente). Para uma melhor compreensão, estes elementos paratextuais supracitados são seguidamente caracterizados, à luz de Davison (2011b) e de Genette (1997).

i. Formato físico e capas

As características físicas de um relatório e contas formam a primeira impressão que o leitor tem de um texto, nomeadamente, o formato e a qualidade dos materiais. O formato utilizado é geralmente o formato padrão (o formato de tamanho A4) e a qualidade do papel de impressão também transmite uma mensagem. Páginas de alta resolução e brilho projetam uma sensação de luxo e qualidade, enquanto páginas finas do tipo de jornal transmitem um sentido de utilidade e economia (Davison, 2011b).

A capa é um importante elemento, projetado para atrair o leitor, e serve como meio de apresentar a natureza do material contido no texto. A cor e inclusão de abas laterais no relatório são algumas das técnicas capazes de imprimir um carácter diferenciador ao relatório, sendo que a cor pode servir para conduzir o leitor numa direção mais *user-friendly* e as abas podem ser uma oportunidade para promover ativos intangíveis e valiosos (Davison, 2011b).

ii. Nomes

A usual prática de inscrever o nome do autor na obra é particularmente recente (Genette, 1997). O modo como este é inscrito depende de fatores específicos: *Onimity* (Genette, 1997, p. 39) é o termo utilizado para descrever a inscrição do nome legal, pseudónimo é um nome que não seja o do autor, e anonimato é a ausência de um nome. Davison (2011b) argumenta que o autor do relatório e contas é a própria organização. No entanto, geralmente, vários autores individuais do relatório permanecem no anonimato (como por exemplo, contabilistas, auditores, advogados, especialistas em marketing e *designers* gráficos).

iii. Títulos

De acordo com Genette (1997), as funções do título são: designar o trabalho, indicar o seu objeto e tentar e seduzir o leitor. No âmbito dos relatórios e contas, a designação do título é relativamente simples.

iv. Epígrafe

Como descreve Davison (2011b), Genette define amplamente o elemento paratextual epígrafe, incluindo nele citações, lemas e material não-verbal, como ilustrações ou

música, e que serve para comentar ou apoiar o texto. Nos relatórios e contas, a epígrafe pode ser interpretada como a legenda ou *slogan* que apresentam aspectos intangíveis, não revelados através das demonstrações financeiras, símbolos ou imagens visuais (Davison, 2011b).

v. Prefácio (introdução ou declaração do Presidente)

Genette (1997) designa de prefácio todo o tipo de texto introdutório que, usualmente se caracteriza num discurso sobre o assunto do texto e a sua importância. A principal função do prefácio é “garantir que o texto é lido corretamente” (Genette, 1997, p. 197). Segundo Davison (2011b), nos relatórios e contas, o prefácio pode incluir as narrativas promocionais situadas no início do documento, a declaração do Presidente e declaração do *Chief Executive Officer* (CEO). Tem como principais funções manter a atenção do leitor através de técnicas de persuasão e demonstrar a importância e utilidade do assunto do texto, neste caso, do relatório e contas (Davison, 2011b). É comum a declaração do presidente ou CEO aparecer estruturada como uma carta, com uma saudação inicial e uma assinatura manuscrita no final.

Depois de verificado o conceito de elementos paratextuais e destes serem individualmente descritos, constatou-se que o âmbito dos elementos paratextuais inclui elementos narrativos e visuais, como por exemplo, a mensagem do presidente e as imagens visuais, respetivamente, no caso dos relatórios e contas.

2.2. Relatórios e contas: sua evolução como instrumento de comunicação e de procura de legitimidade

Um relatório e contas pode ser visto como um documento formal público produzido pelas empresas em resposta a requisitos obrigatórios de relato (Stanton e Stanton, 2002). Porém, o designado modelo de relatório e contas mudou, tanto por influência reguladora como também pelo *design* criativo do mesmo (Hopwood, 1996). Hopwood (1996) descreve as transformações que ocorreram, onde as mínimas e legalistas declarações de âmbito financeiro deram lugar a “documentos extravagantes” (p. 55) que, de um modo criativo, conjugam textos e imagens visuais aos já habituais dados contabilísticos.

Segundo o autor, “em muitos casos, os dados contabilísticos são agora um mero apêndice técnico de um produto altamente sofisticado” (p. 55).

No que concerne à leitura do relatório e contas, Bartlett e Chandler (1997) evidenciam um declínio na leitura do balanço, demonstração de resultados em detrimento das secções narrativas (especialmente a mensagem do presidente, *chief executive's review e review of operations*), que têm atraído um maior número de leitores, sugerindo que os acionistas estão mais interessados numa visão global da empresa e do seu desempenho, em vez de dados simplesmente financeiros.

Os relatórios e contas são uma fonte de informação primária para os investidores, credores, funcionários e governo e, embora as organizações utilizem diversos meios de comunicação, como folhetos ou publicidade (Neu, Warsame e Pedwell, 1998), o relatório e contas parece ser o preferido na comunicação com os *stakeholders* relevantes supracitados (Zeghal e Ahmed, 1990). Pelo facto de as demonstrações financeiras serem alvo de auditoria, os elementos do relatório e contas são considerados credíveis (Neu et al., 1998) e, juntamente com o facto de a gestão da empresa deter o total controlo editorial do relatório, possibilita a projecção da imagem organizacional pretendida para os seus públicos relevantes (Guthrie e Parker, 1989; ver também Warsame, Simmons e Neu, 2002). Na mesma perspetiva, Preston et al. (1996) referem existir uma relação entre ‘o modo de ver’ os relatórios e contas e ‘o modo de conhecer’ as organizações. O mesmo é ilustrado por Hines (1988), baseado na assunção de que, através da criação de uma imagem de uma organização, as pessoas pensam e agem baseadas nessa mesma imagem ‘real’, sendo que no final essa imagem torna-se realidade através das suas consequências. Hines (1988) caracteriza este facto como um poder oculto, pois “na comunicação da realidade, constrói-se a realidade” (p. 257). Também Lee (1994) concorda que o relatório e contas seja utilizado como um meio de criação e gestão da imagem que uma entidade tem perante a comunidade.

Beattie, Dhanani e Jones (2008) abordam a transformação sofrida pelo relatório e contas, nas últimas décadas, passando de um documento financeiro aborrecido para um documento colorido de marketing e relações públicas, uma mudança que, conseqüentemente, coloca as demonstrações financeiras como um apêndice técnico. A maioria dos relatórios e contas obedece a um tema, geralmente relacionado com clientes ou funcionários (Stanton e Stanton, 2002). Com este desenvolvimento, os profissionais

de arte e *design* gráfico passaram a fazer parte do processo de elaboração do relatório e contas da maioria das empresas (Stanton e Stanton, 2002; Beattie et al., 2008), assim como a utilização de logotipos proeminentes (Beattie et al., 2008). As grandes quantias de dinheiro gastas anualmente para este fim comprovam a relevância que os relatórios e contas representam para a empresa (Preston et al., 1996).

Mais recentemente, Davison (2015) evoca que o advento da comunicação digital acelera ainda mais a propagação e a importância dada ao visual sendo que, algumas empresas foram além do *design* criativo para a encomenda de obras de artistas especialmente designadas para a elaboração dos documentos corporativos, como o relatório e contas.

Beattie et al. (2008), através de um estudo empírico comparativo dos relatórios e contas de empresas britânicas cotadas dos anos 1989 e 2004, constatam que os relatórios e contas continuam a crescer em tamanho, aumentando também a quantidade de elementos narrativos e pictóricos. Os autores referem que, a partir de 2004, todas as empresas da amostra posicionaram as demonstrações financeiras na parte final do relatório anual, resultando assim num maior destaque dado aos elementos de divulgação voluntária. Segundo o estudo, as fotografias concentram-se na declaração do presidente ou CEO, na análise operacional e financeira e nas secções de responsabilidade social e corporativa (Beattie et al., 2008). No âmbito geral, a diversidade de posicionamento das diferentes secções do relatório e contas diminuiu no período temporal analisado que, conjugando com os restantes aspetos, evidenciam a existência de uma “normalização” (Beattie et al., 2008, p. 218) no processo de elaboração do relatório e contas.

Segundo Bal (1997), as narrativas são artefactos culturais que incluem textos, imagens, espetáculos e eventos que ‘contam uma história’. Quando a história é transposta para uma narrativa, apenas alguns elementos da história são selecionados para dela fazerem parte (Stanton e Stanton, 2002). A eficácia de um relatório e contas como um texto depende de três componentes, a substância ou o conteúdo de uma ideia, a atividade de comunicar a ideia do emissor para o recetor e a sua relevância para o contexto da situação (Stanton e Stanton, 2002).

De acordo com Stanton e Stanton (2002), os investigadores do seu estudo empírico (análise de investigações relacionadas com o relatório e contas entre 1990 e 2000) veem o relatório e contas como uma ferramenta de gestão empresarial, no qual a gestão transmite as suas reações às preocupações de determinados *stakeholders*, com o

propósito de comunicar uma coerência entre os valores e ações da empresa. Este aspeto é valorizado pelos *stakeholders* no processo de legitimação (Stanton e Stanton, 2002). Considera-se, assim, que uma empresa tem legitimidade perante os seus *stakeholders* quando a comunidade entende que a organização age de acordo com as expectativas formuladas pela própria comunidade (Deegan, Rankin e Tobin, 2002).

Quando um relatório e contas é escrito com o intuito de tentar reduzir os efeitos de eventos desfavoráveis para a imagem da empresa ou com o intuito de promover o alcance dos objetivos organizacionais, este tende a refletir a procura de legitimidade e responsabilidade social corporativa ou, por outro lado, pode refletir interpretações político-económicas, de gestão de imagem e marketing (Stanton e Stanton, 2002). Deste modo, Stanton e Stanton (2002) sugerem que os preparadores dos relatórios e contas selecionam e organizam a informação de acordo com o tipo de público e objetivo.

A gestão de impressões constitui um meio para estabelecer, manter e restaurar a imagem, reputação e legitimidade de uma organização, por via da construção de uma impressão de qualidade ou adequação das estruturas organizacionais, processos, práticas ou resultados (Brennan e Merkl-Davies, 2013).

A gestão de impressões é uma área de estudo da psicologia social que se dedica ao estudo do modo como os indivíduos se apresentam aos outros, a fim de serem percebidos de forma favorável (Hooghiemstra, 2000). Como refere Hooghiemstra (2000), embora nem sempre as pessoas estejam conscientes da impressão que transmitem, podem assumir um comportamento em prol de uma impressão pretendida e esta gestão de impressões pode ser verbal ou não verbal.

A teoria da gestão de impressões é também aplicada às organizações e respetiva comunicação social corporativa contribuindo, segundo Hooghiemstra (2000), para a reputação das empresas e, para aquelas que enfrentam situações difíceis, lidar com ameaças de legitimidade. No âmbito organizacional, a gestão de impressões depende de meios de comunicação, como por exemplo: comunicados de imprensa, entrevistas, rádio, televisão, jornal próprio da empresa, vídeos promocionais ou conferências (Ogden e Clarke, 2005).

Nesta perspetiva organizacional, Hatch e Schultz (1997) destacam o papel dos gestores como participantes e símbolo da cultura organizacional, bem como da gestão que fazem

da identidade organizacional. Assim, os autores consideram que os gestores de topo devem atender que as suas declarações, comportamentos e imagem externa se repercutem no modo como os outros os interpretam e como interpretam a organização.

O processo de criar interpretações positivas das ações da empresa envolve diferentes técnicas de gestão de impressões, sendo cada vez mais evidente no relatório e contas, na medida em que o que é relatado e como é relatado é visto como capaz de influenciar a forma como as empresas são percebidas (Odgen e Clarke, 2005). Nessa perspetiva, diversos autores corroboram a ideia de que o relatório e contas funciona como um instrumento de gestão de impressões (Arndt e Bigelow, 2000; Beattie et al., 2008). Stanton, Stanton e Pires (2004) referem que cada vez mais, “o relatório e contas é visto como um exercício de ofuscação” (p. 57). Isto porque, determinadas secções dos relatórios e contas são supostamente geridas de forma a apresentar uma impressão mais favorável do desempenho real da empresa (Stanton et al., 2004).

Na opinião de Beattie et al. (2008), a gestão de impressões com vista à explicação de práticas contabilísticas tem-se verificado por via de *earnings management*, narrativas, gráficos, imagens e fotografias. Solomon et al. (2013) considera que a gestão de impressões pode ser utilizada para esconder determinada informação através da manipulação da informação que é transmitida. Solomon et al. (2013) problematiza, questionando até que ponto a gestão de impressões se baseia na fabricação/ocultação de informação, tendo em conta a reação dos investidores a estes comportamentos.

Uma das áreas de divulgação voluntária nos relatórios e contas, uma fonte de informação primária para os diversos *stakeholders*, são as divulgações de carácter ambiental. De acordo com Neu et al. (1998), as divulgações ambientais nos relatórios e contas são um método eficaz de gestão de impressões externas relativamente às ações das organizações. No entanto, Neu et al. (1998) salvaguardam que esta gestão de impressões através de divulgações ambientais não é, necessariamente, feita por via de informações “falsas” (Neu et al., 1998). Pelo contrário, as divulgações são seleccionadas pela organização com vista a moldar a forma como o público percebe a mesma, destacando ações positivas, reenquadrando ações tornadas visíveis por importantes públicos externos e ignorando ações tornadas visíveis por públicos externos menos importantes (Neu et al., 1998).

Courtis (2004), na sequência de um estudo empírico, argumenta que no ponto de vista de gestão de impressões uma empresa com “más” (p. 275) notícias é menos propensa a utilizar cor no seu relatório e contas. O autor justifica este facto com a motivação da organização em transmitir a imagem de redução de custos, demonstrando assim consciência e controlo. No entanto, a evidência do estudo de Courtis (2004) não suporta essa argumentação, no qual, a cor é utilizada como instrumento de retórica visual de forma a transmitir otimismo sobre o futuro e persuadir favoravelmente os leitores.

Leventis e Weetman (2004) identificam a opção das empresas de produzir o relatório e contas em mais do que um idioma como um aspeto da gestão de impressões. Os autores concluem que as empresas que oferecem traduções numa segunda língua são mais ativos na comunicação voluntária. Com o propósito de alcançar um público internacional mais amplo, o recurso à gestão de impressões contribui para uma maior transparência na divulgação, do mesmo modo que, a criação de uma versão do relatório e contas numa segunda língua pode representar um sinal de prestígio relativo à empresa (Leventis e Weetman, 2004).

Posto isto, importa analisar as componentes através das quais se apresenta o relatório e contas, nomeadamente, a narrativa contabilística e as imagens como meio de retórica visual dos relatórios e contas.

2.2.1. A narrativa contabilística nos relatórios e contas

Tem sido verificado que, nos últimos anos, para além das informações regulamentadas, grande parte do que constitui os relatórios e contas são informações de carácter voluntário, previamente seleccionadas pela entidade (Davison, 2002). Davison (2002) acrescenta que é escolha das entidades elaborar relatórios e contas com um elevado número de material de *design* criativo. As entidades têm agora o desafio de num único relatório e contas apresentar resultados históricos, promover a entidade e marcas, reforçar o valor para o acionista e apresentar o seu contributo em matéria de responsabilidade corporativa para a comunidade (Davison, 2002).

A necessidade de informação manifestada pelo mercado é acompanhada da necessidade de transparência e responsabilização das entidades, e a comunicação narrativa nos relatórios e contas é, na opinião dos reguladores, a chave para a realização de relatórios

e contas de qualidade (Beattie, McInnes e Fearnley, 2004). No entanto, Beattie et al. (2004) afirmam que a qualidade das comunicações narrativas é um conceito complexo e multifacetado, podendo ser definido na segurança que um investidor sente quando recebe a divulgação, no grau de parcialidade da divulgação ou na facilidade com que os investidores leem e interpretam a informação. Na opinião de Tennyson, Ingram e Dugan (1990), a parte narrativa dos relatórios e contas torna-se importante para os utilizadores, na medida em que é um meio de comunicação de informações não quantificáveis sobre a empresa, incluindo informações acerca do futuro da empresa, sendo esta uma preocupação constante dos *stakeholders*; é uma oportunidade única da gestão para comunicar diretamente com os atuais e potenciais acionistas e credores (Tennyson et al., 1990).

Com o intuito de promover a comparabilidade entre as entidades que incluem comentários da gestão na componente narrativa dos relatórios e contas para acompanhar as demonstrações financeiras, o IASB (*International Accounting Standards Board*) publicou a *IASB Practice Statement - Management Commentary*. O IASB define *management commentary* como:

Um relatório narrativo relacionado com as demonstrações financeiras preparadas de acordo com as IFRS. O comentário da gestão fornece aos utilizadores explicações históricas dos valores apresentados nas demonstrações financeiras, especificamente a posição financeira da entidade, o desempenho financeiro e fluxos de caixa. Fornece também comentários sobre as perspetivas da entidade e outras informações não apresentados nas demonstrações financeiras. O comentário da gestão serve também para entender os objetivos de gestão e estratégias para os alcançar. (IASB, 2010, p. 17, tradução própria)

Nessa declaração, o IASB estabelece princípios, características e os elementos a incluir, de modo a fornecer aos utilizadores informações úteis (IASB, 2010).

Davison e Skerratt (2007) reconhecem existir uma maior importância dada ao relato qualitativo e narrativo e constataam uma maior proporção de divulgação narrativa, fotografias e de outros elementos de *design* criativo nos relatórios e contas.

Um dos elementos narrativos presentes no relatório e contas é a mensagem do presidente que, segundo Smith e Taffler (1995), contém informações não quantificáveis sobre a perceção da empresa sobre fatores económicos e referências acerca da atual

situação da empresa, estratégias e políticas futuras, o que pode constituir uma fonte de informação adicional às demonstrações financeiras para os utilizadores.

Clatworthy e Jones (2006) caracterizam a mensagem do presidente como um elemento característico do relatório e contas, quase universal e amplamente lido, através do qual é fornecida uma visão geral das atividades e desempenho anuais da empresa. O facto de não se tratar de um documento alvo de auditoria motivou o estudo empírico de Clatworthy e Jones (2006), que segundo os resultados, verifica o uso da mensagem do presidente como meio de gestão de impressões. A evidência indica que as empresas lucrativas tendem a mencionar mais os indicadores financeiros, referências quantitativas e pessoais e fazem menos menção do futuro, em contrapartida das empresas que apresentam prejuízos (Clatworthy e Jones, 2006).

Embora seja um documento de natureza voluntária, não auditado e sem regras que determinem o seu conteúdo (Costa et al., 2013), a mensagem do presidente está sujeita a um forte escrutínio por parte de analistas financeiros, acionistas, reguladores e jornalistas (Costa et al., 2013; Smith e Taffler, 2000).

Dando seguimento à análise das componentes de um relatório e contas, na próxima secção é apresentada a revisão de literatura acerca das imagens e o papel que estas representam como meio de retórica visual nos relatórios e contas.

2.2.2. As imagens como meio de retórica visual nos relatórios e contas

A inclusão de imagens nos relatórios e contas faz igualmente parte da evolução do relatório e contas como documento corporativo. Bartlett e Jones (1997) comprovam empiricamente uma evolução positiva na inclusão de imagens nos relatórios e contas numa empresa britânica no período compreendido entre 1970 e 1990, evoluindo de nenhuma fotografia, no primeiro ano de análise, para cerca de sete páginas dedicadas a fotografias no último ano de análise. Graves, Flesher e Jordan (1996) concordam que os aspetos artísticos incluídos em relatórios e contas são parte do processo de retórica que pretende persuadir os leitores para a “verdade” (p. 83) dos relatórios e contas e para as construções sociais que estes representam.

A retórica visual pode ser definida como a forma de comunicação que usa imagens para criar significado ou construir um argumento (Bulmer e Buchanan-Oliver, 2006). Neste

prisma, estudar a retórica visual no que respeita a elementos visuais, temas similares ou opostos contribui para a compreensão dos argumentos persuasivos e motivos do comunicador (Bulmer e Buchanan-Oliver, 2006). Aqui incluem-se as imagens visuais que têm um valor retórico significativa, “tão poderoso como as palavras” (Bulmer e Buchanan-Oliver, 2006, p. 58).

Wagner (2006) constata que as imagens visuais tornam visíveis determinados aspetos, nomeadamente, da cultura e vida social que de outro modo não seriam visíveis. Mas estas não se cingem apenas aos acontecimentos observados, registam também as perceções visuais dos que as fizeram e podem ainda estimular outras perceções visuais entre aqueles que as veem (Wagner, 2006).

Davison (2015) estabelece uma classificação para as formas visuais, que se podem distinguir entre: as bidimensionais e estáticas no tempo (como por exemplo, as apresentações estáticas de números e letras, imagens, desenhos, fotografias, gráficos, diagramas e mapas); as bidimensionais que se movem no tempo (como por exemplo, os vídeos); as tridimensionais e estáticas no tempo (como por exemplo, as obras arquitetónicas); e as tridimensionais que se movem no tempo (como por exemplo, o corpo humano). Todas estas formas visuais podem fazer parte das comunicações relacionadas com a contabilidade, como o exemplo do relatório e contas (Davison, 2015).

Segundo Davison (2015), as formas visuais são importantes para a contabilidade e podem constituir uma representação (incremento de informação), uma construção (gestão de impressões) ou ambos. Davison (2015) exemplifica o caso das imagens visuais que, como meio de comunicação constituem uma “miscelânea intrincada, interdependente e de sobreposição de representação e construção” (p. 168).

As imagens visuais são importantes para um relatório e contas e para a disciplina de contabilidade e essa importância é demonstrada pelo espaço que ocupam no relatório e contas que, comparado com o ocupado pelos gráficos, é muito maior (Davison e Skerratt, 2007). Embora as imagens visuais (e fotografias) se conectem menos diretamente com as demonstrações financeiras em comparação com os gráficos e narrativas, estas relacionam-se mais diretamente com as organizações e sociedade através do conteúdo que representam (pessoas, lugares e objetos), contextualizando as demonstrações financeiras (Davison, 2013, 2015).

Além de omnipresentes e multifacetadas, as imagens transmitem complexas mensagens e estão abertas a uma interpretação rica variedade a partir de diversas perspectivas (Davison, 2010, 2014). Para além disso, as imagens têm um lugar especial na memória e cognição do ser humano e um poder emocional associado (Davison, 2014). As emoções que as imagens provocam num indivíduo, nomeadamente as reações involuntárias é uma das razões evocadas por Blair (2004) que justificam a maior força e natureza imediata das imagens visuais em detrimento da argumentação verbal. As imagens além de fornecerem características estéticas e informações a um documento, ainda são portadoras de mensagens complexas e formas de gerir as impressões (Davison, 2014). De acordo com a autora, existe interação entre as imagens e fotografias de um relatório e contas e as demonstrações financeiras.

As complexas mensagens transmitidas pelas imagens, o modo como essas mensagens se relacionam com a gestão de impressões e todas as outras formas de comunicar no âmbito da contabilidade requerem uma análise interdisciplinar. Para Davison (2015), a área de estudo da retórica visual em contabilidade tem vindo a alargar as fronteiras interdisciplinares de modo a tornar-se, teoricamente, rica, eclética e inventiva. Contudo, Davison (2015) refere existir um certo nível de resistência da investigação interdisciplinar face ao estudo do visual em contabilidade, uma vez que a sua natureza ambígua e subjetiva não se configura em avaliações científicas de grandes amostras características da área económica.

Davison (2014) destaca a repetição como um importante instrumento na comunicação visual, referindo que a repetição é um elemento intrínseco da retórica visual e das artes da memória. Na análise empírica, a autora descreve quatro tipos de repetição visual: a identidade, a semelhança, a acumulação e a série. De acordo com Davison (2014), a identidade refere-se à pura repetição de elementos idênticos; a semelhança incentiva a comparação estruturada, ordenação do conhecimento e raciocínio visual; a acumulação expressa uma multiplicidade de repetições pouco estruturadas e de diversas formas; e, por último, a repetição em forma de série acrescenta uma dimensão temporal e narrativa às imagens.

Mouritsen, Larsen e Bukh (2001) e Davison (2014) referem que as imagens visuais transformam a invisibilidade do capital intelectual em algo visível. As empresas tendem a expressar o seu capital intelectual através de histórias e narrativas e, para que estas

sejam comunicáveis, é necessário criar uma *persuasive intellectual capital statement*, não só constituída por números, mas também por narrativas, visualizações e esboços que transmitam a sua essência (Mouritsen et al., 2001). Davison (2014) vai mais longe, salientando que as imagens visuais podem representar os elementos de capital intelectual de melhor forma do que as palavras ou números, uma vez que “o capital intelectual é especial pelos seus atributos abstratos, humanos e muitas vezes emocionais” (Davison, 2014, p. 32).

Nas secções anteriores foi apresentada a teoria literária sob as abordagens de Genette e Barthes e o estudo do relatório e contas como um documento de comunicação organizacional. Deste modo, torna-se pertinente apresentar uma revisão de estudos empíricos baseados nas perspetivas teóricas supracitadas.

2.3. Revisão de estudos anteriores

Nesta secção são apresentados alguns estudos que tiveram por base a análise de relatórios e contas, a sua narrativa e seus elementos paratextuais, nomeadamente e Graves et al. (1996) e Davison³ (2002; 2007; 2008; 2009; 2011a; 2011b; 2014), sendo de destacar a ênfase no papel que as imagens visuais desempenham na mensagem corporativa e percepções que uma organização pretende comunicar.

Graves et al. (1996) estudaram o impacto da epistemologia da televisão na sociedade norte americana e, conseqüentemente, nos leitores e nos próprios relatórios e contas. Este impacto manifesta-se através de imagens coloridas e brilhantes e diferentes formatos dos relatórios e contas que, no seu conjunto, os autores denominam de “retórica do *show business*” (Graves et al., 1996, p. 66) com a intenção de divertir e entreter o leitor. Graves et al. (1996) identificam outras formas de tornar os relatórios e contas diferenciadores através da inclusão de objetos que acompanham o relatório e contas. Por exemplo, a produtora de instrumentos musicais Norlin Corp. fez acompanhar o seu relatório e contas de 1974 de um disco musical; a editora de livros

³ Jane Davison é uma investigadora na área de contabilidade com manifesto interesse no estudo da relação que a contabilidade tem com o visual. O trabalho de Davison visa o desenvolvimento de quadros teóricos interdisciplinares, bem como análises empíricas do visual em relatórios financeiros, *accountability* e *governance* utilizando abordagens da filosofia, literatura e artes plásticas ([http://pure.rhul.ac.uk/portal/en/persons/jane-davison\(7bcbd8ce-a4db-4464-84de-49419cbd77d4\).html](http://pure.rhul.ac.uk/portal/en/persons/jane-davison(7bcbd8ce-a4db-4464-84de-49419cbd77d4).html), último acesso em 15/04/2015).

infantis Intervisual Books, Inc. fez acompanhar o seu relatório e contas de 1992 de um livro infantil; em 1993 a Whirlpool Corporation distribuiu com o seu relatório e contas uma bússola como metáfora de estratégia; a Cracker Barrel Old Country Store, Inc. acompanhou o seu relatório e contas de 1991 com um pacote de sementes de tomate e o de 1992 com um galhardete americano, ambas com intuito de transmitir valores familiares e próprios da cidade local. Graves et al. (1996) enunciam outro exemplo de carácter mais cómico, nomeadamente, a Domino's Pizza, Inc. enviou o seu relatório e contas de 1984 dentro de um jogo de dominó, o de 1985, em formato de jornal, foi enviado dentro de uma bolsa de lona e o de 1987 foi enviado dentro de uma caixa de piza. Os autores apresentam também o caso do relatório e contas de 1965 da Famous Artists School, Inc., preparado como um livro de contabilidade antiquado, com as capas unidas por uma corda. Existe também o caso das empresas que incorporam amostras dos seus produtos nos seus relatórios e contas, a empresa de calçado Wolverine World Wide, Inc. em 1993 fez a capa do seu relatório e contas com a matéria prima, o couro e no interior pode ler-se “Você pode julgar este livro pela sua capa” (Graves et al., 1996, p. 69). Por fim, Graves et al. (1996) relacionam a epistemologia da televisão com as fotografias dos administradores e funcionários presentes nos relatórios e contas. De acordo com os autores, estas fotografias, juntamente com outros aspetos visuais, fazem parte da retórica com o objetivo de persuadir o leitor da credibilidade dos relatórios.

Davison (2002) analisa o uso de antítese no relatório e contas da Reuters 2000, considerando a antítese “fundamental para o funcionamento da mente e sistemas de oposição inerentes ao pensamento e linguagem” (p. 596) e define-a como um contraste, que os artistas empregam no domínio visual utilizando cores, formas luz e conteúdo de forma contrastante. No seu estudo, Davison (2002) procura aferir de que forma é que a antítese projeta a imagem da entidade no seu relatório e contas. A autora analisa a antítese em três vertentes, a antítese estrutural, visual e textual. A antítese estrutural manifesta-se desde logo pelo facto de a Reuters apresentar dois documentos separados, o *Annual Review* a cores e o *Report and Accounts* a preto e branco (Davison, 2002). A capa, contracapa e algumas das primeiras páginas dos relatórios dividem-se horizontalmente em duas partes, por um lado enfatizando uma imagem “*old-fashioned*” (p. 597), apresentada a preto e branco relativa ao passado da entidade e, por outro lado, enfatiza uma imagem contemporânea, a cores, relativa ao presente (Davison, 2002). A autora sugere que uma leitura possível é a imagem de uma empresa com uma história

sólida combinada com um presente ativo (p. 597). A antítese visual e textual complementa a antítese estrutural de forma semelhante, combinando momentos históricos da Reuters com momentos atuais, vertentes antigas e novas e estabilidade e mudança (Davison, 2002). Um dos exemplos da antítese textual enunciados por Davison (2002) são as frases inscritas na capa e contracapa do relatório, referindo-se ao passado, “*Focus and vision for 150 years...*” (p. 604) e ao presente, “*Now and always, an innovator...*” (p. 604), respetivamente. Do mesmo modo, Davison (2002) destaca a presença de antítese textual quando um parágrafo descreve detalhadamente o passado da entidade e outro se refere ao presente de modo mais geral e abstrato.

Davison (2007) procura aferir, à luz da teoria de Barthes, de que modo as fotografias de relatórios e contas de organizações não-governamentais interferem na prestação de contas e sua comunicação. O estudo empírico de Davison (2007) recai sobre o *Annual Review 2003/2004* da Oxfam, produzido a cores e composto quase inteiramente por fotografias e narrativas de natureza voluntária (em oposição ao *Annual Report and Accounts* dedicado à divulgação de informação obrigatória, produzido a preto e branco e com reduzido número de fotografias). Davison (2007) analisa a fotografia da capa do relatório mencionado, salientando ver-se um *close-up* de duas crianças quenianas (um menino e uma menina) a apreender a ler e a escrever com material didático reciclado (caricas de garrafas, cada uma com uma letra do alfabeto inscrita no seu interior). Para Davison (2007), o *Studium* da fotografia são os elementos humanos, os elementos inanimados e a interação entre eles. Por sua vez, estes elementos transmitem códigos éticos e culturais, designadamente, a importância da educação das crianças, a importância da igualdade de género no acesso à educação, a partilha do material didático representa o princípio de cooperação e, a nacionalidade das crianças representa o destino de muitas das ajudas da organização não-governamental (Davison, 2007). Na opinião da autora, o material didático, ou seja, as caricas de garrafas são uma representação da produção industrial em massa ocidental e do desperdício que daí advém, e cujo projeto de educação mencionado reutiliza de forma eficaz e inovadora. Relativamente ao alfabeto, Davison (2007) refere que é o símbolo da ordem desejada pelo ser humano e da necessidade de classificação do pensamento, aspetos demonstrados no relatório, uma vez que, na capa deste, as letras do alfabeto encontram-se desordenadas e, na contracapa, as letras estão dispostas por ordem alfabética. No entanto, o alfabeto mostrado na contracapa está incompleto, assim como

o processo de alfabetização das crianças está constantemente inacabado. Relativamente ao *Punctum*, Davison (2007) remete para a teoria de Barthes (1984) que, segundo este, o *Punctum* nem sempre é revelado à primeira vista, por vezes é necessário recordar a fotografia de olhos literal ou metaforicamente fechados. Para Davison (2007), o *Punctum*, ou seja, a imagem que permanece é a das crianças, comumente utilizadas para representar códigos de inocência, espontaneidade, autenticidade e, por isso, menos suscetíveis de “se transformarem em algo diferente posando para a câmara” (p. 152). Na fotografia, uma das crianças está concentrada no processo de aprendizagem e a outra olha diretamente para a câmara, de forma consciente, dando alma à fotografia (Davison, 2007).

Davison (2009) analisa a imagem visual da marca (*visual branding*) e a construção de um quadro visual de ícone de uma empresa à luz das disciplinas de arte. Embora não seja considerado um ativo nas demonstrações financeiras, o *visual branding* gerado internamente representa para a empresa um elemento intangível e, daqui, decorre o interesse na interpretação e na atribuição de significado de imagens visuais (Davison, 2009). O caso empírico estudado por Davison (2009) visa analisar os relatórios e contas da empresa Bradford & Bingley no âmbito do *visual branding* da empresa. Segundo Davison (2009), os relatórios e contas da empresa, embora não contenham informação objetiva acerca do *visual branding*, refletem a reformulação do visual da marca feita ao longo do tempo, quer por razões de mudança do ambiente de negócios, quer da própria sociedade. A autora exemplifica com *visual branding* mais iluminado, no uso de logotipos, papel timbrado, folhetos, nos relatórios anuais, nas páginas de internet e vídeos televisivos. Davison (2009) apresenta uma análise a um ícone característico da empresa e à sua evolução como parte do visual da marca, o *bowler hat*, um chapéu caracteristicamente britânico. Nos anos 60 e 70, a empresa apresentava um logotipo sombrio com dois homens de costas a usar o *bowler hat*, no qual a autora identifica a conotação de uma empresa sóbria e firmemente confiável, e o ícone pode ser inserido num contexto de classe no mundo dos negócios caracteristicamente masculino. A evolução do *visual branding* passou depois para um duo de géneros com características de detetives e, posteriormente, numa das promoções da marca, é apresentada numa imagem a cores uma mulher com *bowler hat*, de modo a refletir “as mudanças de género na sociedade” (Davison, 2009, p. 901). Em suma, Davison (2009) destaca a evolução ocorrida de um anonimato sombrio do início, associado a um ambiente de negócios

envolto em mistério e mística, para uma identidade feminina assumida e colorida, mantendo em todo o processo o ícone característico da empresa, o *bowler hat*.

Numa análise à *Annual Review* da British Telecommunications, Davison (2008) procura estudar a retórica das palavras e imagens incluídas nas divulgações financeiras através do conceito de repetição como forma de reforçar matérias importantes. Na opinião da autora, as palavras e imagens divulgadas voluntariamente têm mais capacidade de acrescentar algo à identidade corporativa, de enfatizar mercados ou produtos da empresa face às divulgações obrigatórias. Davison (2008) afirma que as palavras e imagens discricionárias são silenciosamente reveladoras do contexto em que a empresa opera. De acordo com Davison (2008), a evidência comprova que os leitores comuns e especialistas estão recetivos a elementos persuasivos e sinais inconscientes para a formação de juízos, designadamente, em questões de ativos intangíveis e na própria identidade corporativa. A repetição é importante, na medida em que, os leitores “vão assimilar melhor a mensagem que foi retoricamente repetida e enfatizada numa variedade de formas através de palavras e imagens” (Davison, 2008, p. 794). Relativamente ao estudo empírico, Davison (2008) conclui que a repetição é utilizada conscientemente como técnica de comunicar a existência de ativos intangíveis quantificados e não quantificados na informação financeira e, de forma inconsciente, a repetição contribui para a construção da identidade corporativa da empresa e a sua posição no mercado. A autora acrescenta ainda a importância da repetição na era *dot.com*, como forma de demonstrar a sua participação no inovador mundo tecnológico.

Davison (2011a) estuda a linguística, denotação e conotação presente nas capas dos relatórios e contas da empresa Ernst & Young entre 1998 e 2007. Na opinião da autora, a empresa beneficia ao apoiar e contratar artistas contemporâneos para ilustrar os relatórios anuais, isto porque as mensagens de qualidade e criatividade implícitas nas obras dos artistas acabam por ser associadas à própria empresa. Davison (2011a) refere que todas as capas dos relatórios e contas em questão apresentam traços linguísticos (o título e nome da empresa) e que, a partir de 2003, surge a frase “*quality in everything we do*” (p. 263), transmitindo uma mensagem de qualidade no trabalho. A capa do relatório e contas de 2002 é destacada pela autora por ser totalmente dominada pela linguística e pelo facto de exaltar o capital intelectual através da frase “*It’s a state of MIND*” (p. 263). Do mesmo modo, Davison (2011a) destaca a capa do relatório e contas de 2003, dominada pela linguística através da frase “*The art of bringing the right people*

together” (p. 264), uma exaltação da arte e complementada pelas páginas seguintes, decoradas com retratos visuais e *cartoons*, onde a empresa se afirma como apoiante das artes visuais. Em oposição, Davison (2011a) refere a capa do relatório e contas de 1998, sem elementos linguísticos para além dos básicos e, comportando sim imagens abstratas e geométricas. De acordo com Davison (2011a), são as páginas interiores, codificadas por cores, que ajudam na interpretação das imagens da capa e associação destas a valores da empresa. Relativamente à denotação, Davison (2011a) identifica a sua presença na maior parte das capas dos relatórios e contas, especialmente nas imagens fotográficas de objetos ou pessoas. Mesmo as imagens abstratas e coloridas de algumas capas de relatórios e contas contêm denotação, colocando a empresa entre as realidades físicas e sociais contemporâneas (Davison, 2011a). Davison (2011a) identifica conotação e faz referência aos quatro códigos sugeridos por Barthes (1977), o prático, o nacional, o cultural e o estético. Como exemplo, a autora refere uma imagem com vista para a cidade de Londres, que funciona: como um código prático, na medida em que a cidade representa a localização da sede da empresa e pelos edifícios incluídos (os armazéns de pequeno comércio e escritórios urbanos) que representam os diversos sectores económicos atendidos pela empresa; como código nacional, na medida em que o Reino Unido é conhecido pelo seu sector financeiro; como código cultural, pela cultura característica da cidade de Londres; e como código estético pela paisagem urbana.

Davison (2011b) analisa empiricamente os relatórios e contas de uma empresa de investimento imobiliário britânica (British Land Company PLC), identificando e interpretando os elementos paratextuais neles presentes. O primeiro aspeto destacado pela autora é o formato físico dos relatórios e contas, a empresa britânica publicou os seus relatórios e contas num tamanho e espessura superior ao que é considerado convencional. Davison (2011b) refere que o formato físico escolhido pela empresa “projeta uma sensação de luxo e qualidade duradoura” (p. 128). De acordo com a autora, o nome corporativo da empresa remete indubitavelmente para a área de negócio (“land”, significando terreno) e o local de atuação (“British”, ou seja, Reino Unido). O título dos relatórios e contas, *Annual Reports and Accounts*, tradicional e conservador, na opinião da autora, representa uma conotação de estabilidade. Para as capas dos relatórios e contas, a empresa britânica recorre frequentemente a epígrafes visuais como forma de promover o apoio dado à sociedade e às artes liberais (Davison, 2011b).

Apesar de não existir uma conexão óbvia entre a empresa e as demais organizações apoiadas, a autora ressalva que a epígrafe adiciona valores intangíveis e comuns entre as entidades como a reputação, a história, a qualidade, o estatuto, a cultura e responsabilidade social corporativa. Outro elemento destacado pela autora é a mensagem do Presidente e/ou do CEO que, beneficia de um toque pessoal e de autenticidade ao finalizar com uma réplica da assinatura do Presidente e/ou CEO.

Davison (2014) faz uma análise à retórica visual presente nos relatórios anuais de diversas empresas e como esta pode gerir impressões acerca do capital intelectual, nomeadamente, a estratégia, o valor para o acionista, os clientes e o poder intelectual. Nas suas análises, a autora recorre a conceitos de Barthes e à ideologia que destaca a importância do leitor na criação de significado face ao autor, na medida em que os autores não podem controlar o significado das suas comunicações impressas nas diversas obras (Davison, 2014).

Segundo a análise feita por Davison (2014), para ilustrar a estratégia, a empresa de tabaco Gallaher apresenta uma imagem com diversos maços de tabaco de diferentes tamanhos que se repetem sobre uma superfície representativa de um tabuleiro de xadrez. A repetição de objetos iguais chama a atenção do leitor, enquanto o tabuleiro de xadrez representa uma metáfora visual da estratégia (Davison, 2014).

O exemplo analisado por Davison (2014) para representar o valor para o acionista é também de uma empresa de tabaco, a British American Tobacco. O título do relatório e contas da empresa alusivo à construção de valor para o acionista é acompanhado de uma imagem de um par de mãos humanas a segurar um conjunto de plantas do tabaco. De acordo com a autora, a empresa concentra a atenção do leitor na origem natural do seu produto final, sugerindo que é também essa a origem do valor para o acionista, isto é, as plantas naturais delicadamente tratadas pela atividade humana, onde o par de mãos é uma conotação e denotação do capital humano. Neste exemplo, Davison (2014) identifica a existência de repetição no conjunto de plantas, simbolizando a renovação da natureza e na própria imagem que, além de presente na capa, uma imagem semelhante é repetida na contracapa.

A retórica visual que Davison (2014) analisa para representar os clientes é a capa de um relatório e contas de uma empresa farmacêutica, a Shire Pharmaceuticals. A autora caracteriza a imagem como sendo tocante do ponto de vista humano, sendo a denotação

uma mulher e uma criança numa praia com pose e vestuário semelhantes, com as suas sombras em evidência. Segundo a interpretação de Davison (2014) a conotação da imagem é uma mulher e criança a desfrutarem à beira mar, saudáveis, graças aos avanços médicos na indústria farmacêutica. A autora identifica a repetição caracterizada na semelhança entre a mulher e a criança, nas suas sombras e na continuidade geracional entre ambas no futuro.

Por fim, a retórica visual utilizada para representar o poder intelectual analisada por Davison (2014) é a capa de um relatório e contas da empresa de comunicações Wausau Paper Corp., referindo ser o talento o seu principal recurso. Como descreve a autora, o poder intelectual é metaforicamente associado à indústria mineira. A capa contém nove cabeças humanas de estilo abstrato, de igual tamanho e com variações de cor e, em cada uma delas é possível observar uma rede de minas com mineiros no interior. De acordo com Davison (2014), a conotação reside no facto de indivíduos talentosos verem o seu talento produtivamente explorado e ainda remete para uma conotação mais futurista com características robotizadas. Neste caso, a repetição intensifica a memorização e ênfase da imagem, estando relacionada com a atividade diária da indústria mineira e, por outro lado, relacionada com as redes que representam os circuitos eletrónicos da mente.

2.4. Em resumo

Na primeira secção deste capítulo foi delineado o enquadramento teórico. A teoria literária e a sua evolução contribuem para a interpretação de obras literárias e análise das suas propriedades textuais. Foi exposta uma corrente de investigação em contabilidade (por exemplo, Davison, 2011b; Macintosh, 2002, 2004a) que utiliza a teoria literária e os seus efeitos no paradigma dominante da informação em contabilidade (perspetivas informativas). Esta visão dá o mote para o estudo dos relatórios contabilísticos pelas suas qualidades narrativas.

A abordagem de Barthes (1968, 1977, 1989, 2001) contribui para a investigação em contabilidade na reflexão dos fundamentos da comunicação, nomeadamente no estudo da linguagem e significado intrínseco a uma narrativa e a oposição entre denotação e conotação. Acrescenta ainda o importante papel dos leitores na criação de significado

face ao autor, na medida em que os autores não podem controlar o significado das suas comunicações. Na imagem visual, Barthes (1977) distingue os elementos linguísticos e icónicos, os condutores do significado da imagem. A abordagem de Genette (1997) contribui com a introdução de conceitos como transtextualidade e paratextualidade das relações entre o texto e a sua envolvente. A identificação e análise dos elementos paratextuais possibilitam o estudo de documentos contabilísticos à luz da teoria de Genette. As perspetivas de Barthes e Genette podem ser aplicadas ao estudo de relatórios e contas, tal como sustenta Davison (2011a; 2011b).

É apresentada uma evolução dos relatórios e contas como documento formal público produzido pelas empresas por imposição legal (Stanton e Stanton, 2002), quer em termos de relato narrativo, quer em termos de *design*. São agora caracterizados como documentos extravagantes, com maior incremento em secções de relato voluntário narrativo e visual (Beattie et al., 2008; Davison, 2002; Davison e Skerratt, 2007; Hopwood, 1996). O crescente investimento no aspeto visual ou na forma como o seu conteúdo é escrito é justificado na intenção de gestão de imagem da organização, na procura de legitimidade, na transmissão de responsabilidade social corporativa, sendo também visto como um meio de gestão de impressões (Arndt e Bigelow, 2000; Beattie et al., 2008; Hooghiemstra, 2000; Odgen e Clarke, 2005). No que concerne à narrativa contabilística de natureza voluntária (como por exemplo, a mensagem do presidente), esta é vista como um meio de comunicação da empresa com os seus *stakeholders* acerca de informações não quantificáveis, como o futuro da empresa, a visão geral das atividades e desempenho da empresa (Bartlett e Chandler, 1997; Clatworthy e Jones, 2006; Smith e Taffler, 1995). Relativamente às imagens visuais que compõem a retórica visual, estas possibilitam que determinados aspetos da organização se tornem visíveis, como é exemplo o capital intelectual, contribuindo para a representação ou construção de informação (Bulmer e Buchanan-Oliver, 2006; Davison, 2013, 2015; Graves et al., 1996; Wagner, 2006). Transmitem complexas mensagens, possibilitando uma interpretação rica e variada sob diversas perspetivas (Davison 2010, 2014).

Depois de apresentada a revisão de literatura, contextualizado o tema desta investigação e expostos alguns dos estudos anteriormente realizados, o capítulo seguinte apresenta a metodologia utilizada na investigação.

3. METODOLOGIA

Como mencionado no capítulo 1, o objetivo deste trabalho consiste em analisar e compreender os elementos paratextuais contidos no relatório e contas e perceber quais as motivações que levam uma empresa a incorporá-los neste documento. Para a concretização deste objetivo, pretende-se dar resposta às seguintes questões:

- Como se caracteriza a utilização dos elementos paratextuais nos relatórios e contas?
- Que motivações estão subjacentes à incorporação de elementos narrativos e paratextuais nos relatórios e contas?

Para a condução desta investigação é utilizado um estudo de caso, relativo à empresa DST SGPS, S.A. (Domingos da Silva Teixeira).

Deste modo, neste capítulo pretende-se apresentar a metodologia apresentada e as técnicas de investigação essenciais para a obtenção dos dados que suportam o estudo empírico.

3.1. Perspetiva de investigação adotada

A investigação em contabilidade baseia-se essencialmente em três paradigmas de investigação identificados por Hopper e Powell: positivista, interpretativo e crítico (Vieira, 2009). A investigação predominante em contabilidade tem sido a investigação positivista, caracterizada por ter uma visão objetiva da sociedade onde o investigador é um observador passivo e apenas quer compreender melhor o fenómeno em estudo para o explicar e prever (Vieira, 2009). Ao considerar a contabilidade como um fenómeno eminentemente social, a partir dos anos 70 e através de Anthony Hopwood, surgem alternativas à investigação predominantemente positivista (Vieira, 2009), entre as quais a investigação interpretativa.

Baker e Bettner (1997) argumentam que a investigação positivista, baseada em métodos quantitativos, “é incapaz de lidar com ramificações sociais complexas da contabilidade”

(p. 293), pelo que defendem um maior uso das perspetivas interpretativas e críticas, as mais indicadas para entender o papel da contabilidade na formação da sociedade.

Como defendem Morgan e Smircich (1980), a variedade de abordagens possíveis para a investigação qualitativa torna a dicotomia entre métodos quantitativos e qualitativos árdua e excessivamente simplificada. Isto porque os autores definem a investigação qualitativa como uma abordagem, em vez de um determinado conjunto de técnicas, que se torna adequada, dependendo da natureza dos fenómenos em estudo.

Para este estudo, são utilizados métodos qualitativos e a perspetiva utilizada é a interpretativa, na medida em que tenta descrever, compreender e interpretar os significados que os atores humanos aplicam aos símbolos/signos e estruturas do contexto em que se encontram (Baker e Bettner, 1997). A perspetiva interpretativa deriva de interesses filosóficos germânicos que realçam o papel da linguagem, interpretação e compreensão da ciência social (Chua, 1986). Pelo grau de subjetividade associado, as questões de pesquisa relacionam-se com o modo como o senso comum é produzido e reproduzido na vida quotidiana, quais as regras que estruturam o mundo social e quais os motivos típicos que explicam a ação (Chua, 1986). Na sua essência, o investigador interpretativo não pretende encontrar leis universais ou generalizações, procura sim compreender a natureza social das práticas contabilísticas, as estruturas sociais e os significados que as pessoas atribuem aos seus comportamentos e aos dos outros (Vieira, 2009).

Como já mencionado, este trabalho enquadra-se na investigação interpretativa, seguindo um modelo de estudo de caso explanatório.

3.2. Estudo de caso

Para a concretização do objetivo de investigação e questões de partida, o estudo passa pela análise dos relatórios e contas do Grupo DST SGPS, S.A. (Domingos da Silva Teixeira), cujo período de análise compreenderá os anos 2008 a 2013. A seleção desta empresa derivou do conhecimento dos seus relatórios e contas que, enquadrando-se no âmbito das perspetivas teóricas desenvolvidas no capítulo 2, suscitou o interesse na realização do estudo de caso.

Segundo Yin (2009), um estudo de caso é “uma pesquisa empírica que investiga um fenómeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real” (p. 18). Torna-se pertinente a realização de um estudo de caso quando se pretende compreender um fenómeno da vida real em profundidade e esse entendimento abrange condições contextuais importantes (Yin, 2009).

No âmbito da investigação em contabilidade, são comuns cinco tipos de estudos de caso: descritivos, ilustrativos, experimentais, exploratórios e explanatórios (Ryan, Scapens e Theobald, 2002; Scapens, 2004; Vieira, Major e Robalo, 2009), sendo que esta investigação seguirá o do tipo explanatório. De acordo com Vieira et al. (2009) e Scapens (2004), um estudo de caso explanatório não procura generalizar resultados, mas antes estudar e explicar a existência e a razão de determinadas práticas de um caso particular e não genérico. Scapens (2004) evidencia a importância do caso de estudo explanatório por providenciar uma profunda e rica compreensão da natureza social das práticas contabilísticas. Sendo a unidade de análise uma única empresa, trata-se um estudo de caso único que, segundo Yin (2009), se demonstra adequado a uma análise longitudinal, como neste caso específico.

O motivo de escolha desta organização prende-se com as particularidades dos relatórios e contas dos últimos anos, sendo que todos os anos a empresa apresenta um relatório e contas diferente, com um *design* único e cada um envolto num tema específico. Quanto é do nosso conhecimento, este tipo de investigação está ainda pouco desenvolvida no contexto português, o que a torna pertinente e desafiante.

Na próxima secção é caracterizada a fonte de dados utilizada na investigação, bem como o período de análise considerado.

3.3. Fonte de dados e período de análise

Para a realização do estudo de caso, foi feito um acordo com a DST SGPS, S.A., de modo a obter autorização para a utilização de informação presente nos relatórios e contas da mesma, no âmbito da presente dissertação.

Para esta investigação, a fonte de dados são os relatórios e contas do grupo DST relativos ao período de 2008 a 2013, complementados com a realização de quatro

entrevistas semiestruturadas a pessoas da empresa envolvidas na elaboração desses documentos.

Os relatórios e contas mencionados encontram-se disponíveis em formato digital numa plataforma de alojamento de documentos *online* disponibilizada pelo grupo DST⁴. No entanto, para uma aprofundada e completa análise, os relatórios e contas foram também analisados em formato físico, possibilitando a análise de determinados aspetos não perceptíveis através do formato digital. Os relatórios em formato físico foram disponibilizados pelo grupo DST para efeitos da presente investigação.

Todos os relatórios e contas considerados, compreendendo os anos de 2008 a 2013, incluem o relatório e contas consolidado da DST SGPS, S.A., empresa-mãe do grupo, e o relatório e contas da empresa participada DST, S.A.. Nos relatórios e contas de 2009, 2011, 2012 e 2013, o relatório e contas da participada é apresentado após o relatório e contas consolidado. No relatório e contas de 2008, os documentos são apresentados em dois livros unidos pelas suas contracapas, encontrando-se a capa do outro relatório e contas através de uma rotação horizontal. O relatório e contas de 2010 é semelhante ao de 2008, exceto o facto de se tratar de um único livro e da rotação ser feita no sentido vertical. Para efeitos da presente investigação apenas serão considerados os elementos e conteúdo dos relatórios e contas consolidados.

Na Tabela 1 estão descritas as características físicas dos mesmos, entre as quais, a dimensão, o tipo de encadernação e número de páginas, e na Figura 1 estão apresentadas as capas de cada um dos relatórios e contas. Relativamente ao relatório e contas de 2013, não é possível descrever a dimensão e tipo de encadernação, isto porque este relatório e contas não foi apresentado e entregue aos principais *stakeholders* em papel, mas sim em *pen drive*, de uma forma muito particular, como será visto no próximo capítulo.

⁴ www.issuu.com/grupodst, último acesso em 16/04/2015.

Tabela 1 - Características dos relatórios e contas da DST

Ano	Dimensão	Tipo de encadernação	Número de páginas ⁵
2008	270 x 270 x 30 mm	Capa dura	103 (76 no formato digital)
2009	125 x 185 x 15 mm	Capa dura	122 (103 no formato digital)
2010	150 x 220 x 17 mm	Capa mole	97
2011	570 x 373 x 2 mm	Papel de jornal	9
2012	330 x 450 x 15 mm	Capa dura	88
2013	Não aplicável	Não aplicável	83 (formato digital)

Figura 1 - Capas dos Relatórios e Contas da DST



Fonte: DST (<http://issuu.com/grupodst/stacks/42bc93b4991d478180855970602bd078>, último acesso em 16/04/2015).

⁵ No número de páginas apresentado foram apenas consideradas as páginas referentes aos relatórios e contas consolidados e, em alguns relatórios e contas, o número do formato físico difere do digital pela não inclusão de páginas brancas no formato digital.

Na próxima secção são abordados os pormenores relacionados com a análise documental realizada aos relatórios e contas conduzida nesta investigação.

3.4. Análise documental

Na análise aos relatórios e contas adotou-se como método de investigação qualitativa a análise documental do conteúdo e formatação destes documentos, de forma a dar resposta à primeira questão de investigação. Esta metodologia é consistente com uma investigação que integre vários métodos (Vieira et al., 2009), como se verifica neste caso particular. Na utilização da análise documental deve atender-se ao contexto em que os documentos foram elaborados, as pessoas que os elaboraram e quais os objetivos (Vieira et al., 2009).

Deste modo, a análise dos relatórios e contas tem como suporte teórico a revisão efetuada às abordagens de Barthes e Genette e em termos empíricos os estudos de Davison (2011a) e Davison (2011b). O estudo de Davison (2011b) serve de base à identificação e análise dos elementos paratextuais dos relatórios e contas à luz da teoria de Genette, entre os quais, o formato físico, a capa, o nome do autor, o título, as epígrafes e os prefácios. O estudo de Davison (2011a) sustenta o estudo da denotação e conotação das imagens e da análise das capas dos relatórios e contas à luz da teoria de Barthes.

Para a análise considera-se que epígrafe é um elemento paratextual que serve para comentar ou apoiar o texto e pode representar material verbal, como citações, lemas ou *slogans* e material não-verbal, como ilustrações visuais (Davison, 2011b). Para efeito da presente investigação, foram consideradas e analisadas todas as figuras, fotografias, e desenhos incluídos nos relatórios e contas consolidados. Como material verbal enunciado por Genette, foram consideradas e analisadas as narrativas presentes nos relatórios e contas, nomeadamente, citações, legendas e o texto que acompanha as imagens. No contexto de um relatório e contas, e tendo por base a opinião de Davison (2011b), as mensagens do presidente são consideradas o elemento paratextual prefácio.

Contudo, importa referir que a investigação não fica exclusivamente limitada às investigações acima referidas, podendo ser considerados outros aspetos mencionados no capítulo 2.

Por fim, na próxima secção é descrita a preparação e realização das entrevistas como método de investigação utilizado.

3.5. Entrevistas

A entrevista é um dos métodos mais utilizados na investigação qualitativa. A informação obtida por via de entrevistas permite ao investigador compreender em profundidade de determinado fenómeno social, tendo por base as experiências vividas pelos entrevistados (Vieira et al., 2009). Neste estudo utilizaram-se entrevistas semiestruturadas. Com descreve Vieira et al. (2009), neste tipo de estrutura o investigador prepara previamente um conjunto de questões organizadas por categorias de assuntos. No entanto, o investigador não tem de seguir a mesma ordem de assuntos nem de abordar os mesmos assuntos com todos os entrevistados, sendo também importante, dar oportunidade ao entrevistado de abordar assuntos não planeados pelo investigador (Vieira et al., 2009).

A escolha deste tipo de método tem por base o facto de as entrevistas possibilitarem responder, principalmente, à segunda questão de investigação formulada. No entanto, não é o único método utilizado. As entrevistas complementam a metodologia de investigação adotada, permitindo a triangulação de informação gerada pelos diferentes métodos (Vieira et al., 2009).

A preparação que antecedeu a realização das entrevistas consistiu na elaboração de um guião da entrevista (ver: Apêndice: Guião da Entrevista) As questões incluídas no guião da entrevista decorrem da análise prévia dos relatórios e contas e das necessidades de informação não respondidas nas diferentes fases do estudo empírico. O guião da entrevista está organizado em cinco grupos de questões, nomeadamente (i) grau de envolvimento do entrevistado, (ii) motivações e processo de elaboração, (iii) relatórios e contas como uma narrativa literária, (iv) questões específicas relativas aos relatórios e contas e (v) expectativa e *feedback* dos *stakeholders*.

O perfil de entrevistado incluiu pessoas responsáveis pela elaboração dos relatórios e contas do grupo DST. A marcação das entrevistas, bem como todo o contacto com o grupo DST, foi efetuada via *e-mail*. Neste processo foi dado a conhecer à empresa o objetivo das entrevistas, o perfil de entrevistado, o intervalo previsto de duração das entrevistas e foi ainda solicitada a gravação áudio das entrevistas. Foram solicitadas entrevistas às pessoas responsáveis e intervenientes na idealização e elaboração dos relatórios e contas dos departamentos de Contabilidade e de Comunicação. Isto porque se depreende da análise aos relatórios e contas que a sua elaboração compreende uma equipa multidisciplinar, com a redação a cargo do departamento de Contabilidade e a composição gráfica a cargo do departamento de Comunicação. O grupo de entrevistados foi definido pela empresa, mediante o perfil de entrevistado pretendido. Aquando da marcação das entrevistas, foi solicitada uma entrevista com o Presidente do Conselho de Administração que, por impossibilidade alheia à investigação, não se concretizou.

As entrevistas ocorreram no dia 5 de março de 2015 nas instalações da sede do grupo DST, com início às 14h45m e término às 17h40m. Foram entrevistadas quatro pessoas: a Gestora de Relações Institucionais, Comunicação e Eventos (Entrevistado 1, doravante E1); o *Designer* (Entrevistado 2, doravante E2); a responsável de Comunicação Externa (Entrevistado 3, doravante E3); e o Diretor Financeiro (Entrevistado 4, doravante E4). A Tabela 2 sistematiza a informação das entrevistas e indica a ordem e o tempo de duração de cada uma delas.

Tabela 2 - Informação das entrevistas realizadas

Entrevistado	Cargo	Duração
E1	Gestora de Relações Institucionais, Comunicação e Eventos	35 Minutos
E2	<i>Designer</i>	45 Minutos
E3	Comunicação Externa	25 Minutos
E4	Diretor Financeiro	40 Minutos

Como sugerem Vieira et al. (2009), no início de cada entrevista foi especificado o objetivo da entrevista e da investigação em que esta se insere. Durante as entrevistas, os entrevistados tiveram à sua disposição os seis relatórios e contas em formato físico. Foi

feita gravação de áudio das mesmas e todos os entrevistados consentiram que fossem identificados para efeitos desta investigação. A gravação de áudio é comum nas investigações qualitativas pelas vantagens que lhe são associadas, como o facto de permitir o registo mais fiável da linguagem utilizada e ênfase dada às informações durante a entrevista, do que se fossem apenas tomadas notas pelo entrevistador (Vieira et al., 2009). No entanto, Vieira et al. (2009) esclarecem que este método pode também ser condicionado, quer por necessidade de autorização prévia, quer por questões técnicas (como a necessidade de recursos de gravação e as características dos locais de realização da entrevista). Pode também ocorrer que a gravação retraia os entrevistados em revelar suas posições em profundidade.

3.6. Em resumo

O capítulo 3 começa por formular o objetivo da investigação e as questões através das quais se expressa o objetivo. Perante os paradigmas de investigação em contabilidade, positivista, interpretativo e crítico, esta investigação segue a perspetiva interpretativa, na medida em que pretende descrever, compreender e interpretar o contexto da realidade social estudada (Baker e Bettner, 1997). Nesta perspetiva de carácter subjetivo, realça-se o papel da linguagem, interpretação e compreensão da ciência social (Chua, 1986). Na esfera da investigação interpretativa, optou-se pela realização de um caso de estudo, adequado para estudos empíricos que investigam fenómenos contemporâneos dentro de um contexto da vida real (Yin, 2009) do tipo explanatório, consistente com o estudo longitudinal de uma única empresa.

O estudo de caso relativo à empresa DST SGPS, S.A. (Domingos da Silva Teixeira) compreende o período temporal de 2008 a 2013, em que a fonte de dados são os documentos da empresa (relatórios e contas do grupo DST) e as informações recolhidas em entrevistas semiestruturadas. A análise documental aos relatórios e contas da empresa, no que respeita ao conteúdo e formatação, pretende responder à primeira questão de investigação, que procura caracterizar a utilização de elementos paratextuais nos relatórios e contas, de acordo com as abordagens de Barthes e Genette apresentadas no capítulo 2. Por outro lado, a realização de entrevistas pretende dar resposta à segunda questão formulada, com o intuito de perceber as motivações subjacentes à incorporação

de elementos paratextuais nos relatórios e contas. As entrevistas semiestruturadas envolveram a preparação de um guião de entrevista (ver Apêndice: Guião da Entrevista), tendo em conta o perfil do entrevistado que remetia para pessoas responsáveis e intervenientes na idealização e elaboração dos relatórios e contas. Foram realizadas quatro entrevistas a elementos dos departamentos de Contabilidade e de Comunicação, com recurso a gravação de áudio, que, durante as entrevistas, tiveram à sua disposição os seis relatórios e contas em formato físico.

O próximo capítulo constitui o desenvolvimento do estudo de caso da investigação, dando cumprimento às opções metodológicas descritas neste capítulo, iniciando com a apresentação da empresa, seguida da análise dos relatórios e contas, análise das entrevistas e, por fim, da discussão dos resultados obtidos.

4. ESTUDO DE CASO

Neste capítulo é desenvolvido o estudo de caso relativo ao grupo DST SGPS, S.A.. O mesmo é iniciado com a apresentação do grupo e empresas que o compõem, incluindo breves referências históricas e uma contextualização económica e financeira dos anos em análise, informações que foram obtidas através do *website* da empresa (www.dstsgps.com) e dos respetivos relatórios e contas. Posteriormente, são analisados pormenorizadamente os relatórios e contas do grupo, à luz das abordagens de Barthes e Gennette, e examinadas as entrevistas realizadas, de forma a responder às questões de partida referidas no capítulo anterior.

4.1. O grupo

4.1.1. Apresentação

O grupo DST, com sede na Rua de Pitancinhos, em Palmeira, Braga, é uma *holding* detentora de participações sociais de diversas empresas que operam em cinco principais áreas de negócio: Engenharia & Construção, Água & Ambiente, Energias Renováveis, Telecomunicações e *Ventures*. A Figura 2 representa o logotipo do grupo. De acordo com a Classificação Portuguesa de Atividades Económicas - CAE Rev. 3⁶, o grupo DST insere-se no código 64202 - atividades das sociedades gestoras de participações sociais não financeiras. As empresas que compõem o grupo estão representadas no organograma apresentado na Figura 3.

Figura 2 - Logotipo

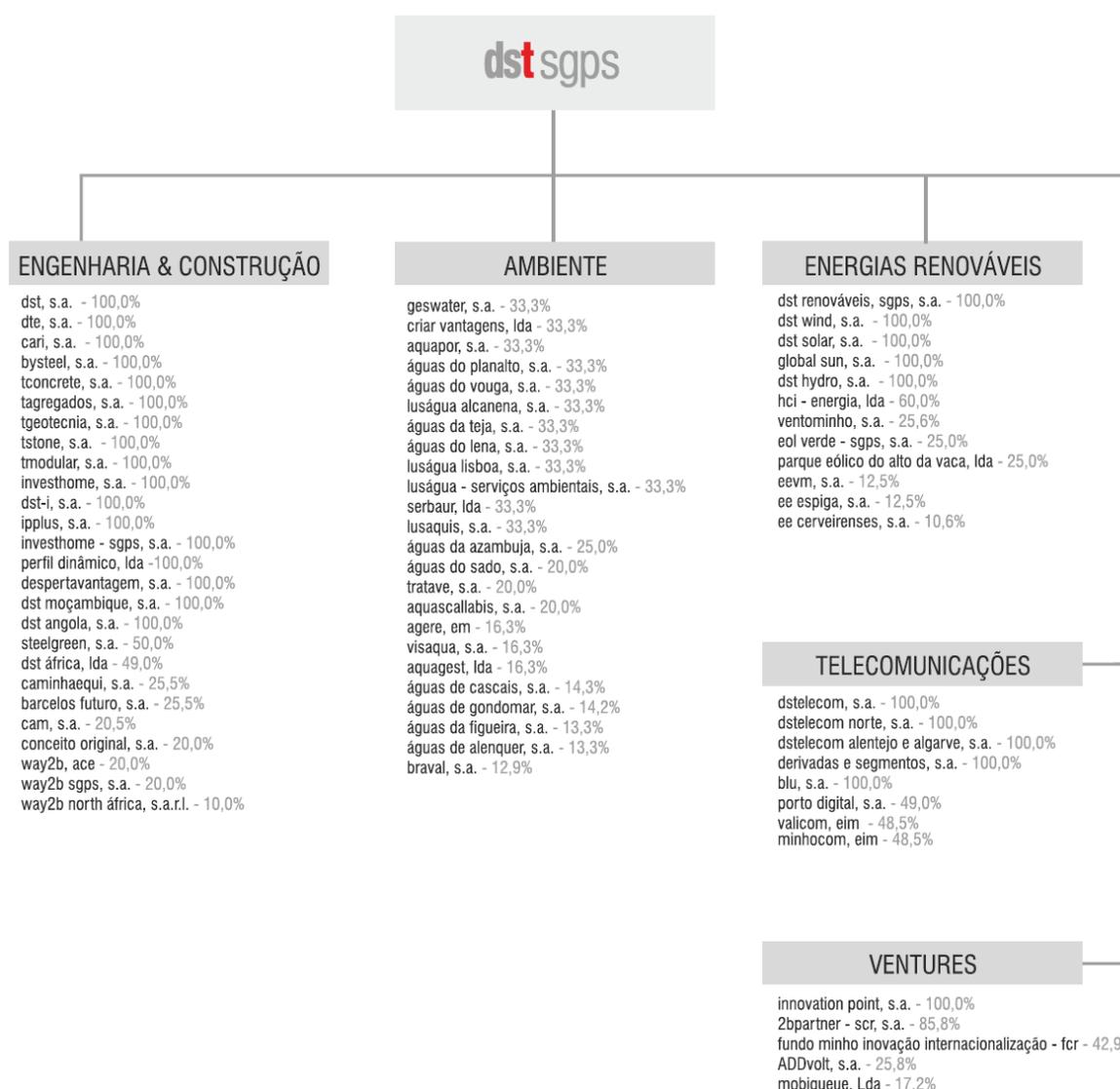


Fonte: DST

⁶Aprovada pela 327ª Deliberação do Conselho Superior de Estatística, de 19 de março de 2007 e pelo decreto-lei nº 381/2007, de 14 de novembro, de acordo com o Regulamento (CE) nº 1893/2006, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de dezembro de 2006.

Caracterizando-se por ser uma organização de estrutura familiar, à data de 31 de dezembro de 2013, o grupo DST possuía um capital social de 25.000.000€ correspondente a 5.000.000 de ações (DST, Relatório e Contas consolidado 2013). Em 2013, o volume de negócios atingiu os 235 milhões de euros e, à data de 31 de dezembro de 2013, o grupo DST possuía um total de 931 colaboradores, tendo sido observado uma variação positiva de 4,3% no número total de colaboradores em relação ao ano 2012 (DST, Relatório e Contas consolidado 2013).

Figura 3 - Organograma do grupo DST



Fonte: DST (<http://www.dstsgps.com/assets/Uploads/Organograma-participacoes-dst-group-PT.pdf>, último acesso em 16/04/2015).

4.1.2. História e cultura

Nesta secção são apresentadas breves referências históricas sobre a formação e evolução do grupo DST, bem como a posição do grupo DST face à cultura. Estas informações foram baseadas no *website*⁷ do grupo DST.

Em 1984 é constituída a empresa Domingos da Silva Teixeira & Filhos, Lda., embora o início das atividades económicas remonte aos anos 40. Em 1985 é fundada a Imobiliária Teixeira & Filhos, Lda., e em 1992 é adquirida a Pedreira “Monte Soeiro” em Palmeira. Posteriormente, em 1995, é constituída a Domingos da Silva Teixeira – Empreitadas Elétricas, Lda., e, no ano seguinte, a empresa formada em 1984 passa a sociedade anónima sob a designação de Domingos da Silva Teixeira, S.A..

A reestruturação do grupo, em 1999, é marcada pela constituição da *holding* DST SGPS, S.A.. Em 2000 são constituídas as empresas Monte Dourado – Hipermercados e Imobiliária, S.A. e Investhome – Construção e Imobiliária, S.A.. Em 2001, toda a atividade é centralizada no complexo DST em Palmeira, Braga, inclusive a sede da empresa, que, até então, se situava no Edifício *Olympus*, em Maximinos, Braga. Em 2005, é constituída a empresa Innovation Point – Investigação e Desenvolvimento, S.A. e, no ano seguinte, a Investhome – SGPS, S.A. e o Fundo HomeInvest.

Em 2007, a DST, S.A. é eleita pela *Great Place to Work Institute* a melhor empresa de construção civil e obras públicas para trabalhar em Portugal, sendo também frequentemente eleita como uma das melhores empresas para trabalhar em Portugal pela Revista Exame.

O início do século XXI marca a aposta da DST no sector das telecomunicações e no sector das energias renováveis (energia eólica, energia solar fotovoltaica e energia hídrica), nacional e internacionalmente. O ano 2012 assinala a aposta na Investigação, Desenvolvimento e Inovação (IDI) e certificação do respetivo Sistema de Gestão. No mesmo ano, são apresentadas duas iniciativas destinadas aos colaboradores da empresa, o *campus* desportivo dst e a horta biológica. Atualmente, a empresa procura reforçar a sua estratégia de internacionalização, observando um crescimento do volume de negócios no âmbito internacional.

⁷ www.dstsgps.com, último acesso em 16/04/2015.

José Teixeira, presidente do grupo, defende na sua mensagem que “uma empresa tem de ter alma” (DST, Relatório e Contas consolidado 2013), sendo a alma “algo muito forte, que está no ar e que não se sabe bem o que é mas que existe” (DST, Relatório e Contas consolidado 2013). Com uma história de mais de setenta anos, os valores defendidos são o Respeito, o Rigor, a Paixão, a Lealdade, a Solidariedade, a Coragem, a Ambição, o Bom Gosto e a Responsabilidade. A par de todos estes valores, faz parte da filosofia do grupo apoiar a cultura sob o lema *building culture*⁸.

São exemplos dos apoios à cultura: a atribuição desde 1994 do Grande Prémio de Literatura dst, destinado a galardoar anualmente uma obra portuguesa, de um autor português; a atribuição desde 2010 do prémio Emergentes dst, que visa premiar anualmente a melhor obra de fotografia a nível internacional, no âmbito da iniciativa “Encontros da Imagem”; e o patrocínio à Feira do Livro de Braga e à Companhia de Teatro de Braga, entre outras formas de arte, como a música. Outro exemplo de uma iniciativa relacionada com a arte promovida pelo grupo DST é o projeto *Shair*, que inclui uma plataforma *online* e galeria, com o intuito de expor as obras de artistas emergentes. Ainda no âmbito da responsabilidade social, o grupo apoia iniciativas e projetos relacionados com a educação e formação, ambiente e solidariedade⁹.

4.2. O período de análise: 2008 a 2013

A fim de compreender as circunstâncias em que ocorreram os factos analisados, nomeadamente, a produção dos relatórios e contas, considera-se relevante a contextualização e evolução económico-financeira do período de análise deste estudo.

4.2.1. O contexto económico

O ano de 2008 marca o início da crise financeira mundial, iniciada no mercado imobiliário dos Estados Unidos da América, e que se traduziu num abrandamento do crescimento económico numas economias e recessão noutras. No entanto, a opção estratégica tomada pelo grupo DST possibilitou que o ano 2008 fosse considerado

⁸ www.dstsgps.com, último acesso em 16/04/2015.

⁹ www.dstsgps.com, último acesso em 16/04/2015.

positivo (DST, Relatório e Contas consolidado 2008). A estratégia de diversificação, de forma consolidada, conduziu a um crescimento e criação de emprego no ano 2009, marcando uma posição de liderança em determinados produtos e serviços da economia do ambiente (DST, Relatório e Contas consolidado 2009). Parte deste sucesso nas áreas de negócios relacionados com o ambiente deve-se ao reconhecimento imediato, por parte do grupo DST, das tendências globais direcionadas para a sustentabilidade ambiental, referindo que “ter comportamentos ambientalmente corretos é uma oportunidade e uma obrigação” (DST, Relatório e Contas consolidado 2009, p. 6).

No Relatório e Contas consolidado 2010, a mensagem do Presidente acrescenta, aos negócios relacionados com a sustentabilidade ambiental, os negócios ligados à gestão do ciclo urbano da água, dos resíduos e das energias renováveis como determinantes na estratégia do grupo. Foi assim, em contraciclo, que o grupo quase duplicou o seu volume de negócios em três anos, marcando presença em áreas que exigem capacidade técnica e de conhecimento mais seletiva e mais sofisticada com menor número de concorrentes (DST, Relatório e Contas DST 2010). No mesmo relatório e contas, é comunicada a estratégia de internacionalização (Angola e Moçambique) e a abertura de escritórios fora de Portugal (Nova Iorque, São Paulo e Toronto).

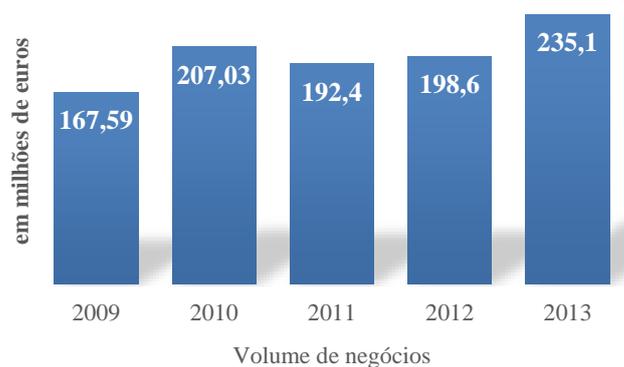
4.2.2. Evolução económica e financeira do grupo

Em 2010 as demonstrações financeiras foram apresentadas pela primeira vez de acordo com o Sistema de Normalização Contabilística (SNC), tendo sido até 2009 apresentadas com base no Plano Oficial de Contabilidade (POC). Por motivos decorrentes da mudança do normativo de relato financeiro no ano 2010, os dados a seguir apresentados reportam-se exclusivamente aos anos de 2009 a 2013, de modo a garantir a comparabilidade dos mesmos. Os dados de 2009, foram ajustados ao novo normativo para efeitos de comparabilidade aquando da elaboração do Relatório e Contas do ano 2010.

O volume de negócios do grupo DST (Gráfico 1) apresenta uma tendência de crescimento no período de 2009 a 2013, com um crescimento de 18,3% em 2013 face a 2012. Com um resultado consolidado do grupo superior a 13,3 milhões de euros, é alcançado em 2013 o maior resultado consolidado da história do grupo DST (DST,

Relatório e Contas consolidado 2013). Assim, e “em claro contraciclo, o período de 2013 marca o melhor ano de sempre na história do grupo” (DST, Relatório e Contas consolidado 2013, p. 17). Também o resultado antes de juros, impostos, depreciações e amortizações (EBITDA) (Gráfico 2) manteve a sua tendência de crescimento, tendo atingido no último ano 46,5 milhões de euros, correspondendo um crescimento de cerca de 28% face a 2012.

Gráfico 1 - Evolução do volume de negócios



Fonte: Elaboração própria de acordo com os Relatórios e Contas DST.

Gráfico 2 - Evolução do EBITDA



Fonte: Elaboração própria de acordo com os Relatórios e Contas consolidados da DST.

A área de negócio que mais contribuiu para o volume de negócios do ano 2013 foi a área que esteve na génese do grupo DST, a Engenharia & Construção, com 81,3%, seguida da área de negócios do Ambiente & Água com 10,3%, Energias Renováveis com 8% e Telecomunicações com 0,3%.

4.3. Análise dos relatórios e contas

Nesta secção é apresentada a análise aos relatórios e contas consolidados da DST SGPS, S.A. dos anos 2008 a 2013. A análise tem como suporte teórico a revisão efetuada às abordagens de Barthes e Genette e em termos empíricos os estudos de Davison (2011a) e Davison (2011b), como referido na secção 3.2.3 referente à análise documental.

Na análise que se segue, optou-se por, primeiro, analisar individualmente cada um dos relatórios e contas e, posteriormente, apresentar uma discussão global à respetiva análise.

4.3.1. Relatório e Contas de 2008

O relatório e contas de 2008, de forma quadrangular e de capa dura, apresenta um formato sólido e robusto. A capa (Figura 4) possui uma textura lisa e a imagem de capa tem um brilho superior ao da restante superfície. As páginas internas são de papel reciclado com a cor e textura características deste tipo de papel. O título e o nome do autor, no caso específico, a organização, estão discretamente inscritos no canto inferior direito da capa. O formato físico do documento, que inclui o relatório e contas consolidado e o relatório e contas da participada, como mencionado no capítulo 3, reflete, à semelhança de Davison (2002), uma antítese estrutural por um dos relatórios possuir uma capa de fundo branco e o outro de fundo preto, havendo uma simetria nas cores usadas, branco e preto.

A capa (Figura 4) apresenta a figura de um indivíduo sem rosto vestido formalmente, sentado numa cadeira que segura três balões de cor preta. O indivíduo é apresentado em tons de cinza sobre o fundo branco da capa. A ausência do rosto na figura faz lembrar os cartazes de figuras humanas em tamanho real com a área do rosto recortada, onde as pessoas podem assumir a identidade dessas figuras, colocando o seu rosto na área recortada.

Figura 4 - Capa do Relatório e Contas 2008



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2008.

No âmbito de um relatório e contas, o prefácio, elemento paratextual identificado por Genette (1997), é equiparado à mensagem inicial. A Mensagem da Administração do Relatório e Contas de 2008 dá o mote para o tema adotado – o meio ambiente – isto porque os produtos e serviços da economia do ambiente foram a aposta do grupo DST no referido ano, como é descrito na Mensagem da Administração. Expressões como “uso racional e disciplinado” (DST, Relatório e Contas consolidado 2008, p. 5), “soluções alternativas aos fósseis” (DST, Relatório e Contas 2008, p. 5) e “sentido da eficiência” (DST, Relatório e Contas consolidado 2008, p. 5) marcam a intenção e necessidade de mudança percebida pelo grupo. Para além de destacar os principais acontecimentos de algumas áreas de negócio, toda a atividade do grupo é resumida na primeira frase da mensagem - “O balanço de 2008 é positivo” (DST, Relatório e Contas consolidado 2008, p. 5) – e é repetida nos parágrafos finais, permitindo uma maior assimilação da mensagem por parte dos leitores, tal como salienta Davison (2008). Também na parte final da Mensagem da Administração é explicado o que se pretende transmitir no relatório e contas, ou seja, “o caminho dos negócios derivados da sustentabilidade, por que entendemos que comportamentos ambientalmente corretos é uma oportunidade e uma obrigação.” (DST, Relatório e Contas consolidado 2008, p. 6). A Mensagem da Administração termina com um agradecimento aos parceiros e colaboradores e com a assinatura manuscrita do CEO, Eng.º José Teixeira, o que segundo Davison (2011b) transmite autenticidade.

Um dos elementos que se destaca neste relatório e contas são as vinte e seis ilustrações das páginas internas, constituindo a epígrafe (visual), à luz de Genette (1997). As imagens são dispostas individualmente em páginas ímpares, às quais antecede uma página em branco, e surgem sensivelmente a cada duas páginas. As imagens apresentam uma sequência lógica da temática do meio ambiente, mais precisamente da trajetória desde a identificação e consciencialização do problema às ações tomadas para a sua resolução. Todas estas imagens são legendadas de modo a apoiar a construção da mensagem que se pretende transmitir. As primeiras imagens são de aspeto sombrio e representam os primeiros “sinais de alarme” (DST, Relatório e Contas consolidado 2008, p. 4) (Figura 5), da negação e ignorância do Homem face ao problema. De seguida, são apresentadas imagens representativas da consciencialização e alteração de comportamentos da sociedade, algumas imagens legendadas com as frases, tais como: “Para o aquecimento global” (DST, Relatório e Contas consolidado 2008, p. 28) e “Não finjas” (DST, Relatório e Contas consolidado 2008, p. 36). O último conjunto de imagens transmite esperança, a importância da reciclagem e o apelo para cuidar do meio ambiente, traduzido nas legendas “Cuida da Terra como se fosse tua” (DST, Relatório e Contas consolidado 2008, p. 72) e “Salvem o planeta verde” (DST, Relatório e Contas consolidado 2008, p. 75) (Figura 6).

Figura 5 - "Sinais de alarme"



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2008, p. 4.

Figura 6 - "Salvem o planeta verde"



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2008, p. 75.

Analisando-se as imagens à luz da teoria de Barthes (1977), destaca-se o elemento linguístico, quer nas legendas, quer na própria imagem. A frase “*ignorance is bliss*” (que pode ser traduzida em: a ignorância é uma bênção) presente na Figura 7 reitera a fase de negação do Homem face à problemática do aquecimento global. Na Figura 8 é visível com grande destaque um botão vermelho com a frase “*stop global warming*” (que pode ser traduzida em: para o aquecimento global). Na Figura 9 está representada a ideia de esperança na resolução do problema, sendo visível as inscrições “futuro imperfeito” e “nas ruas da esperança” acompanhadas da imagem de uma criança. A imagem da criança conota esperança no futuro, tal como evidenciado em Davison (2014), embora o futuro pareça imperfeito, tal como reforça a frase que é visível por detrás da criança.

Figura 7 - "O êxtase da ignorância"



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2008, p. 19.

Figura 8 - "Para o aquecimento global"



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2008, p. 28.

Figura 9 - "Em nome da esperança"



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2008, p. 42.

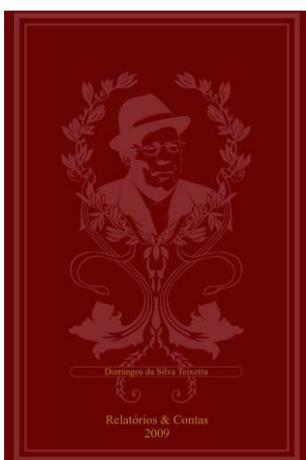
Da análise realizada ao Relatório e Contas de 2008 conclui-se que este foi inspirado no meio ambiente, transmitindo a preocupação do grupo sobre o tema e destaca também a aposta nos produtos e serviços da economia do ambiente levada a cabo pelo grupo DST no referido ano.

4.3.2. Relatório e Contas de 2009

O relatório e contas de 2009 evidencia-se por ser de pequena dimensão e ter uma encadernação em capa dura e de cor vermelha. A sua capa (Figura 10) apresenta gravada em relevo a imagem do fundador do grupo DST Domingos da Silva Teixeira. As inscrições textuais presentes na capa são gravadas em letras douradas, destacando-se

o nome do fundador abaixo da imagem mencionada e na lombada a sigla do nome do grupo DST. Todos estes aspetos mencionados juntamente com os símbolos que ornamentam a imagem do fundador conferem a este relatório e contas um aspeto clássico e sofisticado.

Figura 10 - Capa do Relatório e Contas 2009



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2009.

Em 2009, o relatório e contas consolidado e o relatório e contas da empresa participada foram reunidos num só livro e, ao longo destes, são apresentadas fotografias (ver Figura 11) a preto e branco do *making of* do projeto “Os Maias” realizado pela DST. O projeto incluiu o lançamento da obra ilustrada e da realização de uma curta-metragem interpretada pelos colaboradores da empresa. Cada uma das fotografias é acompanhada de um excerto da obra de Eça de Queirós, construindo no seu conjunto um breve resumo da obra literária.

Esta inclusão de uma obra literária na narrativa do relatório e contas acarreta uma conotação de apoio às artes (Davison, 2011a), sendo este apoio verificado em diversos níveis. De acordo Davison (2011a, 2011b), esta associação às artes permite que as mensagens de qualidade, criatividade e de sucesso implícitas nas obras de arte, quer visuais quer textuais, sejam anexadas às empresas.

Figura 11 - Fotografias do Relatório e Contas 2009



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2009, pp. 8, 37 e 70.

A Mensagem do Presidente, que funciona como prefácio, é marcada pela crítica. A primeira frase comenta a crise global, considerando que “o mundo ficou esquizofrénico” (DST, Relatório e Contas consolidado 2009, p. 4) e que a chave da solução está nas humanidades, na filosofia, nas artes e na antropologia. No contexto português, compara o mundo empresarial aos cegos da obra “Ensaio sobre a Cegueira” de José Saramago pelo caos e falta de regras. A Mensagem do Presidente termina com o comentário ao desempenho do grupo DST que, de forma consolidada, cresceu, criou emprego e alcançou a liderança em algumas áreas de negócio através da adaptação no sentido da sustentabilidade. Percebe-se uma analogia entre o discurso crítico da Mensagem do Presidente e o discurso de crítica social de Eça de Queirós presente em grande parte das suas obras. No entanto, os excertos selecionados da obra “Os Maias” que figuram no Relatório e Contas de 2009 remetem para o romance da obra que, em conjunto com a homenagem prestada ao fundador do grupo DST, conferem um carácter emocional ao Relatório e Contas de 2009, evidenciado em todos os aspetos de *design* gráfico, cuidadosamente tratados.

4.3.3. Relatório e Contas de 2010

O relatório e contas de 2010 é apresentado sob o tema *Pop Art* que lhe confere uma imagem mais descontraída. A presença de cores fortes e de abas laterais em algumas páginas pode, de acordo com Davison (2011b), além de proporcionar um carácter diferenciador, conduzir o leitor numa direção mais *user-friendly*.

Na capa (Figura 12) de fundo amarelo, a imagem de uma lata inspirada na obra de Andy Warhol (*Campbell's Soup Cans*) conjuga o tema *Pop Art* com os elementos paratextuais relativos à empresa, o título do relatório e o logotipo da entidade (ver Davison, 2011b). A mesma imagem é repetida na última página do Relatório e Contas, mas com diversas latas e de menor dimensão, cada uma com o logotipo de empresas do grupo DST. Esta repetição, segundo a classificação apresentada por Davison (2014) é um meio de retórica visual e pode ser considerado do tipo ‘semelhança’. Isto porque incentiva à comparação estruturada, ordenação do conhecimento e raciocínio visual, através da representação de uma só lata na capa do Relatório e Contas de 2010 e, depois nas páginas interiores, diversas latas, cada uma representando as diversas empresas do grupo DST.

Figura 12 - Capa e última página do Relatório e Contas 2010



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2010.

A Mensagem do Presidente do Relatório e Contas de 2010 inicia caracterizando o ato de escrever a mensagem do presidente como parte da “cerimónia” (DST, Relatório e Contas consolidado 2010, p. 6) de elaborar os relatórios e contas de todos os anos. Esta perspetiva corrobora a literatura que considera que este tipo de narrativa tem vindo ganhar destaque e a atrair um maior número de leitores (Bartlett e Chandler, 1997; Beattie et al., 2008). A mensagem remete para os “novos problemas de complexidade inesperada” (DST, Relatório e Contas consolidado 2010, p. 6) de contexto global, comparando esta realidade à dos “soldados no campo de batalha que perante a decisão de como enfrentar o oponente, o General (...) dizer-lhes que não sabe a estratégia para vencer um inimigo tão fortemente armado” (DST, Relatório e Contas consolidado 2010,

p. 6). Contudo, e de modo semelhante às mensagens de relatórios anteriores, o discurso revela-se otimista, concluindo que “Temos de ter solução. Temos de contribuir para a solução.” (DST, Relatório e Contas consolidado 2010, p. 6). Neste relatório e contas, os valores do grupo DST (identificados no Relatório e Contas de 2008, sendo: Rigor, Coragem, Ambição, Respeito, Solidariedade, Lealdade, Bom-Gosto, Paixão) são destacados numa imagem de página inteira (Figura 13). Nesta imagem, a conotação (ver Barthes, 1977) está presente na medida em que é transmitido que os valores são a chave da solução.

Figura 13 - Valores da DST



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2010, p. 21.

Outro aspeto destacado neste Relatório e Contas, especificamente na Mensagem do Presidente, são os recursos humanos e a melhoria no processo de comunicação interna e na redefinição do papel destes, tendo-lhes sido atribuído um protagonismo central. Esta narrativa assume-se como um modo de expressar características intangíveis e o capital intelectual (Davison, 2008; Mouritsen et al., 2001). Para além da menção na Mensagem do Presidente, os recursos humanos são também protagonizados em outros elementos paratextuais, sendo estes, duas imagens de página dupla (Figura 14). As duas imagens da Figura 14 contêm elementos linguísticos e visuais (ver Barthes, 1977). Na primeira imagem, o elemento linguístico transmite a importância da comunicação, como mencionado na Mensagem do Presidente, assim como o elemento visual (microfone) representa uma conotação da comunicação. Na segunda imagem, o elemento linguístico destaca a relação da empresa com os recursos humanos, que no elemento visual são personificados numa figura feminina e jovem no estilo artístico *Pop Art*. Esta

representação visual sugere a conotação de que os colaboradores da empresa são jovens e dinâmicos, tendo em consideração um exemplo semelhante em Davison (2011a).

Figura 14 - Recursos humanos



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2010, pp. 32/33 e 90/91.

A Figura 15 surge no final do relatório e contas e é uma adaptação à DST da fotografia de soldados norte americanos durante a Segunda Guerra Mundial da autoria de Joe Rosenthal. A imagem denota um ambiente de guerra, reforçando a ideia transmitida na Mensagem do Presidente acerca dos soldados citada anteriormente. Ao mesmo tempo, uma conotação do esforço e trabalho do grupo DST face às dificuldades que, mesmo “em contraciclo” (DST, Relatório e Contas consolidado 2010, p. 7), viu melhorados importantes indicadores económico-financeiros. O elemento linguístico da imagem é uma citação de Jim Carrey “*Desperation is a necessary ingredient to learning anything, or creating anything. Period. If you ain't desperate at some point, you ain't interesting.*” (que pode ser traduzida em: “o desespero é o ingrediente necessário para aprender alguma coisa, ou criar algo. Se você não é desesperado a um certo ponto, deixa de ser uma pessoa interessante.”), que reflete sobre a aprendizagem e criação que ocorre em momentos de dificuldade. Esta ideia é corroborada pela afirmação presente na Mensagem do Presidente que ambiciona tornar o contexto de crise numa “enorme oportunidade de negócio” (DST, Relatório e Contas consolidado 2010, p. 7).

Figura 15 - Imagem do Relatório e Contas 2010

“Desperation is a necessary ingredient to learning anything, or creating anything. Period. If you ain’t desperate at some point, you ain’t interesting.”
Jim Carrey



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2010, p. 95.

Da análise ao Relatório e Contas de 2010, colorido e apelativo, destaca-se a relação da empresa com os recursos humanos, representativos de características intangíveis como a capacidade de trabalho e desenvolvimento em momentos de dificuldade.

4.3.4. Relatório e Contas de 2011

O relatório e contas de 2011 assume o formato de jornal em tudo o que este formato representa, como a dimensão, o tipo de papel e o tamanho do tipo de letra. De acordo com Davison (2011b), o formato de jornal e todas as suas características transmitem um sentido de utilidade e economia ao relatório e contas. No Relatório e Contas de 2011, o título e autoria habituais dos relatórios e contas, respetivamente Relatório e Contas consolidado, têm um menor destaque, em detrimento do título “Portugal tem Futuro” (DST, Relatório e Contas consolidado 2011, p. 1), cuja formatação se assemelha a um título de jornal. Na última página do relatório e contas surge um elemento paratextual (ver Genette, 1997) comum ao formato de jornal: as colunas de opinião realizadas por três colaboradores do grupo. A forma de identificar o autor, quer das colunas de opinião, quer da Mensagem do Presidente, é semelhante ao método utilizado nos jornais tradicionais, ou seja, com o nome e uma pequena fotografia. Na primeira página do “jornal” (Figura 16) é dado destaque à Mensagem do Presidente e a uma imagem relacionada com a empresa do grupo Bysteel.

Figura 16 - Capa do Relatório e Contas 2011



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2011.

O prefácio do Relatório e Contas de 2011, isto é, a Mensagem do Presidente traduz um discurso alusivo ao período histórico dos Descobrimentos marítimos portugueses. A crise instalada é comparada a uma tempestade “sob o domínio do Mostrengo” (DST, Relatório e Contas consolidado 2011, p. 1), sendo este “dominador, turbulento, imprevisível e louco” (DST, Relatório e Contas consolidado 2011, p. 1). Para enfrentar o Mostrengo, elemento conotativo da crise, é citado um excerto da obra “Mensagem” de Fernando Pessoa, como símbolo da coragem e valentia:

«Aqui ao leme sou mais do que eu:
Sou um povo que quer o mar que é teu;
E mais que o mostrengo, que me a alma teme
E roda nas trevas do fim do mundo,
Manda a vontade, que me ata ao leme,
De El-Rei D. João Segundo!» (p. 1)

O excerto de Fernando Pessoa é repetido como parte textual da imagem da última página do jornal (Figura 17). A imagem da Figura 17 retrata um navio em mar agitado, como denotação da tempestade mencionada na Mensagem do Presidente e como conotação da crise dos dias de hoje. Para Davison (2008), a repetição é uma forma de reforçar matérias importantes e serve para que exista uma melhor assimilação da mensagem transmitida, que, no caso específico, é feita através de um elemento textual e visual.

Figura 17 - Última imagem do Relatório e Contas 2011



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2011, p. 14.

A referência ao período histórico continua, ao ser estabelecido um paralelo entre a solução desejada e o Cabo da Boa Esperança, considerando que para alcançar o objetivo é necessário “parar para pensar no que está a acontecer” (DST, Relatório e Contas consolidado 2011, p. 1) ao invés de atuar com base em soluções provisórias. Em contrapartida, afirma-se que o grupo DST tem potencial pelo seu conhecimento e atualizações atempadas.

O elemento paratextual epígrafe, no que respeita aos elementos visuais, contribui para a divulgação de valores intangíveis, não visíveis nas demonstrações financeiras (Davison, 2011b). No Relatório e Contas de 2011, algumas das imagens utilizadas representam valores intangíveis. Disso é exemplo a imagem relativa Prémio de Fotografia Emergentes DST (Figura 18) como conotação ao apoio dado à arte ou a imagem referente ao campus desportivo colocado à disposição dos colaboradores (Figura 19) como conotação à importância dada aos recursos humanos por parte do grupo DST.

Figura 18 - Imagem relativa ao Prémio de Fotografia Emergentes DST



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2011, p. 4.

Figura 19 - Imagem relativa ao campus desportivo DST



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2011, p. 7.

O Relatório e Contas de 2011 distingue-se pelo seu formato de jornal, mas também pelo seu título “Portugal tem Futuro” (DST, Relatório e Contas consolidado 2011, p. 1), que, conjuntamente com o excerto de Fernando Pessoa e com a imagem da última página do Relatório e Contas de 2011, conferem-lhe uma mensagem positiva quando ao futuro.

4.3.5. Relatório e Contas de 2012

A edição do Relatório e Contas de 2012 é apresentada no formato de um livro de merceiro, de grande dimensão e folhas pautadas, semelhante aos que eram utilizados na contabilidade das empresas. A capa (Figura 20), com revestimento de pele em tons de cinzento, apresenta ao centro uma etiqueta com o título e inscrição do nome da

empresa (autoria) num tipo de letra manuscrita, que é também utilizada no texto do relatório e contas. O formato adotado é justificado numa nota no final da Mensagem do Presidente do Conselho de Administração, sendo uma homenagem à mãe de sócios do grupo, que, em tempos, geriu pequenos estabelecimentos comerciais em Braga. Nesse tempo, “as contas eram de merceiro” (DST, Relatório e Contas consolidado 2012, p. 4) e o formato deste relatório e contas pode representar uma referência e conotação (ver Davison 2011b) aos valores e tipo de gestão e contabilidade que se praticava.

Figura 20 - Capa do Relatório e Contas 2012



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2012.

A Mensagem do Presidente do Conselho de Administração inicia com uma análise às mensagens anteriores, concluindo que “não existe mensagem de relatório e contas que não parta da constatação da crise” (DST, Relatório e Contas consolidado 2012, p. 3), que durante anos foi a justificação de tudo. No que diz respeito ao grupo DST, é evocada a constante procura de conhecimento, o uso eficiente de recursos, o aumento de valor para o cliente e inovação. No final da mensagem, 2012 é apelidado como o melhor ano da existência do grupo.

As epígrafes que se destacam ao longo do relatório e contas são algumas imagens subordinadas ao tema e textos de colaboradores de quadros superiores de diversas empresas do grupo (ver Figura 21). As imagens retratam, por exemplo, uma balança de mercearia antiga, uma caixa registadora antiga, uma caneca de medir de alumínio antiga e um baú com livros de contabilidade também antigos. Estes textos são uma forma de comunicar com os *stakeholders* aspetos relacionados com as empresas das diferentes

áreas de negócio em que o grupo atua (ver Beattie et al., 2004; Stanton e Stanton, 2002; Tennyson et al., 1990). Como mencionado no capítulo 2, Davison (2008) afirma que os elementos divulgados voluntariamente têm uma maior capacidade de acrescentar algo à identidade corporativa, de enfatizar mercados ou produtos face às divulgações obrigatórias. De uma forma geral, os textos mencionados transmitem um objetivo em comum – o objetivo de inovar – cuja repetição contribui para uma melhor assimilação por parte dos leitores e, de forma inconsciente, para a construção da identidade corporativa da empresa e a sua posição no mercado (Davison, 2008). Num dos textos, um dos colaboradores comenta que o método de apontar as contas num livro, embora pareça arcaico, “era um método infalível uma vez que havia uma gestão cuidada e um controlo absoluto do desperdício” (DST, Relatório e Contas consolidado 2012, p. 17).

Figura 21 - Imagens e texto de colaboradores



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2012, p. 10.

O Relatório e Contas de 2012 destaca-se, em primeiro lugar, pela grande dimensão física, mas também pela exaltação daquilo que eram as contas simples e gestão na época dos livros de merceiro.

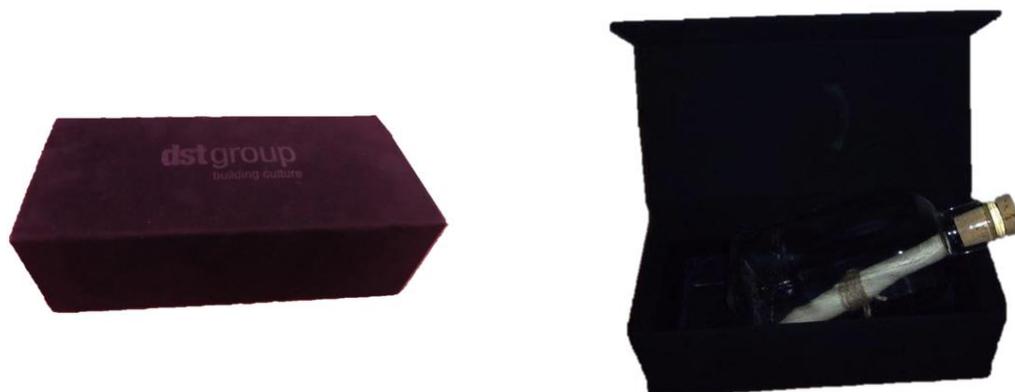
4.3.6. Relatório e Contas de 2013

O Relatório e Contas de 2013 é apresentado num formato totalmente diferente dos anteriores. Em primeiro lugar, não existe em formato de papel, apenas no formato

digital numa *pen drive*. Em segundo lugar, os elementos físicos que compõem o relatório e contas não se resumem a uma *pen drive*. Subordinado ao tema dos Descobrimentos marítimos portugueses, a *pen drive* é guardada dentro de uma garrafa de vidro, colocada na rolha de cortiça que a fecha (ver Figura 22). Adicionalmente, no interior da garrafa encontra-se a Mensagem do Presidente, em papel que lembra um papiro enrolado. Por sua vez, a garrafa é guardada numa caixa preta aveludada com a gravação do nome da empresa no topo. A forma como a Mensagem do Presidente e o relatório e contas são colocados dentro da garrafa e da caixa conota o zelo e o cuidado com que são tratados os documentos. Ainda, o facto de a Mensagem do Presidente ser o único elemento em papel demonstra a sua importância, tal como descreve a literatura (Bartlett e Chandler, 1997; Costa et al., 2013; Smith e Taffler, 2000).

Na sua estrutura física, o relatório e contas combina duas formas de comunicação contrastantes, a garrafa de vidro representativa de uma forma de comunicação do passado e a *pen drive* representativa de uma forma de comunicação do presente. De acordo com Davison (2002), o contraste nos meios de comunicação utilizados no relatório e contas da DST pode entender-se como sendo uma antítese estrutural.

Figura 22 - Relatório e Contas de 2013 em formato físico



Fonte: Fotografia de elaboração própria (Relatório e Contas consolidado 2013 em suporte físico: cortesia DST).

A Mensagem do Presidente segue a mesma linha do Relatório e Contas de 2013, escrita com um tipo de letra trabalhado (com a qual são escritos os títulos), sendo inspirada em personagens da História de Portugal em tempos mais difíceis e gloriosos. A mensagem justifica as contas do grupo através de três dimensões: a empresa, o cliente e os

produtos da empresa, acrescentando ainda razões como a inovação sistemática, a valorização e gestão do conhecimento, a internacionalização, entre outros.

Como epígrafes visuais destacam-se a imagem da capa (Figura 23) e as iluminuras (Figura 24), que acompanham o texto em algumas das páginas do relatório e contas. Na capa, a imagem de um brasão de armas relacionado com a História portuguesa adaptado ao grupo DST pode entender-se como uma conotação e a associação dos valores de coragem e bravura ao grupo DST. As iluminuras que ornamentam o texto eram usuais nas obras literárias no referido período histórico.

Figura 23 - Capa do Relatório e Contas 2013



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2013.

Figura 24 - Iluminuras



Fonte: DST, Relatório e Contas consolidado 2013, pp. 3, 9 e 24.

Como epígrafes textuais evidenciam-se diversos excertos de obras literárias portuguesas em diferentes localizações do relatório e contas, nomeadamente a “Mensagem” de Fernando Pessoa e “Os Lusíadas” de Luís de Camões. Entre os poemas de Fernando Pessoa destaca-se o primeiro verso de “O Infante” localizado após a Mensagem do Presidente - “Deus quer, o homem sonha, a obra nasce” – como símbolo da realização dos objetivos. Também de Fernando Pessoa, o poema “O Mostrengo”, que, por um lado, é a personificação do medo e símbolo dos perigos enfrentados e, por outro, representa a atitude de coragem do homem do leme que enfrenta o Mostrengo. De Luís de Camões, o Canto V é localizado no final do relatório e contas consolidado separando este do relatório e contas da empresa participada. De uma forma comum, os excertos mencionados retratam a aventura marítima dos portugueses, os perigos e obstáculos enfrentados e a forma como estes foram superados. Esta narrativa pode ser uma conotação à realidade atual das empresas no que respeita aos objetivos, desafios e dificuldades que enfrentam.

A análise do Relatório e Contas de 2013 cruza o passado e a modernidade. O passado, explícito no tema dos Descobrimentos e referente época da história portuguesa, enquanto a modernidade é associada ao meio de comunicação pelo qual o Relatório e Contas de 2013 é entregue aos *stakeholders*.

4.3.7. Discussão dos resultados

Depois de uma análise individualizada dos relatórios e contas, nesta secção pretende-se apresentar uma visão geral dos relatórios e contas. Os relatórios e contas consolidados do grupo DST analisados reportam-se ao período compreendido entre 2008 e 2013. De uma análise inicial, constata-se a partir da ficha técnica que a sua elaboração compreende uma equipa multidisciplinar, com a redação a cargo do departamento de Contabilidade e a composição gráfica a cargo do departamento de Comunicação.

O primeiro aspeto que sobressai é o aspeto visual e formato físico dos relatórios e contas. Em seis anos consecutivos, o grupo DST tem seis relatórios e contas totalmente diferentes no que respeita à apresentação visual, seja no tamanho, no conceito, no *design* ou nas cores. Diferentes significados podem ser atribuídos a diferentes tipos de formatos físicos (ver Davison, 2011b), como por exemplo, um relatório e contas num

tamanho e espessura superior ao convencional pode projetar uma essência de luxo e qualidade duradoura ou, pelo contrário, o papel do tipo de jornal transmite um sentido de utilidade e economia (Davison, 2011b); disto são exemplos os Relatórios e Contas de 2008 e 2012, e o Relatório e Contas de 2011, respetivamente. É notório a idealização de um conceito definido e explorado em cada relatório e contas, aspeto consistente com a literatura (Stanton e Stanton, 2002), que no seu conjunto constitui uma retórica narrativa e visual daquilo que são os argumentos persuasivos e motivos do comunicador para apresentar os documentos de determinada forma (Bulmer e Buchanan-Oliver, 2006).

Na análise efetuada foram identificados os elementos paratextuais dos relatórios e contas seguindo a abordagem de Genette. Associados aos elementos paratextuais, procurou-se estabelecer sentidos denotativos e conotativos conforme a teoria de Barthes.

Em termos de conteúdo, todos os relatórios e contas apresentam uma estrutura semelhante, iniciando com a Mensagem do Presidente, seguida do enquadramento macroeconómico, responsabilidade social corporativa, informação financeira consolidada, certificação legal das contas consolidadas, relatório e parecer do Fiscal Único e, por fim, o anexo ao relatório do Conselho de Administração. Verifica-se que as demonstrações financeiras se posicionam na parte final do relatório e contas, aspeto consistente com a opinião de Beattie et al. (2008) de que desta forma é dado maior destaque aos elementos de divulgação voluntária.

A mensagem do presidente foi um elemento analisado nesta investigação. De uma forma geral, todas as mensagens do presidente apresentam uma análise, por vezes crítica, do contexto mundial, europeu e uma breve contextualização da situação económico-financeira portuguesa. Depois, o discurso é focado nas conquistas desse ano por parte da DST e nos objetivos traçados para o futuro. Todas as mensagens do presidente terminam com um discurso otimista, agradecimentos e com a assinatura, por vezes manuscrita (ver Davison, 2011b), do Presidente do Conselho de Administração. Do ponto de vista gráfico e visual, as mensagens do presidente assemelham-se a uma carta, característica salientada por Davison (2011b). Em termos de conteúdo, a menção de fatores económicos e referências acerca da atual situação da empresa, estratégias e políticas futuras vem corroborar a opinião de Smith e Taffler (1995).

Verifica-se que o conceito de cada relatório e contas é coeso em toda a sua extensão. Existe coesão entre o conceito, a mensagem do presidente e as imagens utilizadas naquilo que é a essência da mensagem que se pretende transmitir. Por exemplo, no Relatório e Contas de 2008, no âmbito do conceito do ambiente, grande parte da mensagem do presidente é dedicada a questões de sustentabilidade ambiental e às opções de negócio da economia do ambiente da empresa e as imagens acompanham esse mesmo conceito. Na mesma perspetiva, o Relatório e Contas de 2010 inicia na mensagem do presidente com uma comparação das dificuldades atuais às sentidas pelos soldados no campo de batalha, evocando a necessidade de solução e termina com uma fotografia de soldados durante a Segunda Guerra Mundial. Também no Relatório e Contas de 2011 há uma relação entre o Mostrengo que conota a crise com a imagem apresentada na última página do Relatório e Contas de 2011.

O ambiente no Relatório e Contas de 2008, a obra “Os Maias” de Eça de Queirós e a homenagem ao fundador do grupo DST no Relatório e Contas de 2009, a *Pop Art* no Relatório e Contas de 2010, o jornal no Relatório e Contas de 2011, o livro de merceiro no Relatório e Contas de 2012, a garrafa de vidro com uma mensagem dentro e uma *pen drive* no Relatório e Contas de 2013; perante todos estes conceitos, pode afirmar-se que o fio condutor entre os seis relatórios e contas está na inovação de cada ano. No entanto, apesar da diferença em termos visuais, a mensagem transmitida é semelhante, na cultura de trabalho, na aquisição de *know-how*, na melhoria contínua e no apoio às artes.

Na próxima secção é feita a análise e discussão das entrevistas realizadas, conforme descrito no capítulo 3 da metodologia.

4.4. Análise e discussão das entrevistas

De modo a dar resposta à segunda questão de partida formulada, foram realizadas quatro entrevistas cujo guião se encontra em Apêndice. Esta secção visa analisar as informações obtidas nas entrevistas e estabelecer uma relação destas com a análise dos relatórios e contas e com a fundamentação teórica apresentada na revisão de literatura.

O primeiro grupo de questões pretende averiguar o grau de envolvimento dos entrevistados na elaboração dos relatórios e contas, tendo em conta o cargo que ocupam e o número de anos que estão no grupo DST.

Na opinião dos entrevistados, os relatórios e contas representam para o grupo o “*corolário económico-financeiro do trabalho das várias empresas do grupo DST*” (E4). Mesmo surgindo como uma necessidade ou obrigação, como refere E2, E1 salienta a preocupação existente em transmitir essa informação de forma diferenciada e arrojada. Esta forma de apresentar os relatórios e contas é consistente com a literatura, que os caracteriza como “documentos extravagantes” (Hopwood, 1996, p. 55). O entrevistado E2 (*designer*) afirma que a informação contabilística e financeira transmitida nos relatórios e contas “*contextualiza a realidade e o posicionamento do grupo perante o meio económico (...), logo, como atinge um público-alvo, que também é um público cliente do próprio grupo, é fundamental que a imagem que transparece nos relatórios seja aquela que está idealizada ou aquela que nós pretendemos transmitir como reflexo do próprio grupo*”.

O universo dos quatro entrevistados é marcado por diferentes níveis de envolvimento e contributo dado à elaboração dos relatórios e contas. Os entrevistados afetos ao departamento de Comunicação assumem o papel da composição e arranjo gráfico dado aos relatórios e contas, com a E1 a selecionar os *stakeholders* que recebem os relatórios e contas no seu formato físico, o *designer* a cargo da composição gráfica dos mesmos e a responsável de comunicação externa como autora do conceito do Relatório e Contas de 2013. A participação de profissionais de arte e *design* na elaboração dos relatórios e contas é corroborada pela literatura (Stanton e Stanton, 2002; Beattie et al., 2008). Relativamente ao entrevistado afeto ao departamento Financeiro, o diretor financeiro do grupo refere que é responsabilidade do seu departamento a consolidação das contas e a sua apresentação clara, precisa e correta.

Com o segundo grupo de questões, pretende-se conhecer o processo de elaboração dos relatórios e contas, desde a seleção do tema à composição da equipa multidisciplinar a cargo pelo processo.

De acordo com o *designer* (E2), que, de entre todos os entrevistados, é a pessoa que está há mais tempo no grupo, a criação do departamento de Comunicação (há cerca de 12 anos) marca o início da conceptualização e preocupação em termos gráficos que a

organização confere aos relatórios e contas. O mesmo entrevistado contextualiza que a diferenciação do grupo DST verificada ao longo dos anos, no que respeita às vertentes de responsabilidade social e de apoio à cultura, “*tem de ser refletida em toda a comunicação*” (E2) do grupo, na qual se incluem os relatórios e contas.

A seleção do conceito de cada relatório e contas envolve “*uma interação muito grande entre a Administração e o departamento de Comunicação na troca de opiniões e objetivos*” (E2). Normalmente, e como descreve o *designer*, são propostas algumas soluções à Administração, que escolhe o conceito do ano em questão. E1 salienta que “*a decisão final é sempre feita pelo Presidente do Conselho de Administração (...). Não sai nada para o exterior, seja em comunicação interna, seja em comunicação externa, que não seja validado pelo Presidente do Conselho de Administração*”. O conceito de cada relatório e contas (e toda a comunicação do grupo) tem como base o “*que se passa durante todo o ano ao qual o relatório e contas diz respeito*” (E3), de modo a que cada conceito “*transmita a melhor mensagem em termos gráficos daquilo que se pretende naquele ano*” (E2). Assim, confirma-se a idealização de um tema ou conceito para cada relatório e contas, tal como descreve Stanton e Stanton (2002).

Da análise dos relatórios e contas, nomeadamente da ficha técnica, constata-se que a sua elaboração compreende uma equipa multidisciplinar, com a redação a cargo do departamento de Contabilidade e a composição gráfica a cargo do departamento de Comunicação. No que respeita ao departamento de Comunicação, segundo E1 e E2, o número de responsáveis na elaboração dos relatórios e contas variou ao longo dos anos entre duas a cinco pessoas. A redação do relatório e contas é responsabilidade do departamento de Contabilidade, feita após a consolidação das contas das mais de setenta empresas do grupo, como salienta E4. No entanto, o diretor financeiro do grupo (E4) descreve que existem outros intervenientes que contribuem indiretamente para o relatório e contas, tais como, os departamentos Financeiros autónomos de três empresas do grupo, o departamento Administrativo, o departamento de Tesouraria e Gestão Bancária e o departamento de Fiscalidade, totalizando mais de quarenta pessoas.

O terceiro grupo de questões visa obter a opinião dos entrevistados sobre algumas das considerações de investigadores em contabilidade (previamente expostas na revisão de literatura desta investigação) relativamente aos relatórios e contas, nomeadamente elementos paratextuais e denotação *versus* conotação.

Machintosh (2002) compara os relatórios e contas a textos, os contabilistas a autores, os auditores a críticos literários e os leitores a consumidores. Mediante esta comparação e à questão se os relatórios e contas da DST podem ser considerados uma obra literária, as respostas dos entrevistados não são consensuais. Dois dos entrevistados (E1 e E3) entendem que sim, na medida em que os relatórios e contas contemplam textos de colaboradores. Um desses entrevistados considera ainda que *“os relatórios e contas da DST são uma obra de arte, muito mais do que uma obra literária. Também são uma obra literária porque dentro deles temos muitos testemunhos de colaboradores”* (E1). Os outros entrevistados consideram que não. Por um lado, *“a linguagem utilizada é muito contabilística, muito financeira”* (E2) e, por outro lado, o diretor financeiro (E4) não considera a hipótese de o relatório e contas *“ser um romance, de ser uma coisa fantasiosa, quando na verdade é uma narrativa, quase uma crónica, uma reportagem daquilo que aconteceu, (...) que não nos afasta em nenhum momento daquilo que é a realidade dos factos”*.

Acerca da impressão que o grupo DST pretende criar nos leitores dos seus relatórios e contas, os entrevistados referem que o grupo pretende impressionar, *“quando fazemos os relatórios e contas nós queremos impressionar”* (E3), através da *“diferenciação no mundo em que está inserido (...) não só pela qualidade do trabalho e dos projetos que realizamos, mas como uma empresa ligada à cultura”* (E2). E3, quando confrontada com a perspetiva de Barthes relativamente a facto de a interpretação dos textos residir no leitor e não no autor, relembra as suas aulas de semiótica e corrobora a opinião de E2, afirmando que *“também nos preocupamos com a vertente cultural (...) e vertente humana que vive dentro da empresa”* (E3). Acresce o facto de a empresa pretender transmitir credibilidade nas contas e transmitir os valores de forma credível (como o bom gosto, rigor e ambição) (E1) e, no fundo, elucidar que não são *“uns cinzentões da construção civil”* (E4).

No que respeita aos elementos paratextuais, os entrevistados consideram que estes influenciam positivamente os leitores. São elementos que, num documento de linguagem técnica, *“é fundamental para chamar à atenção (...) e, não digo que obriga, mas põe as pessoas a folhear e a olhar para o que lá está dentro em termos gráficos, em termos de ilustração”* (E2); de acordo com E3, convida os leitores a conhecer melhor o grupo DST. Todos os entrevistados reconhecem um eventual carácter conotativo dos elementos paratextuais, corroborando os estudos de Davison (2011a,

2014) no que diz respeito à utilização dos conceitos de Barthes (1977) na análise dos relatórios e contas. Sendo estes como um espelho da personalidade do grupo (E3), em determinado contexto, podem transmitir significados aos leitores, que podem interpretar de diferentes formas os sentidos conotativos, como descreve o diretor financeiro, na linha de Barthes (1977): *“Um relatório como um contador de factos é um relatório para ser lido por alguém. E a maneira como lê, há de ser sempre de maneira diferente do que se fosse outra pessoa a lê-lo”* (E4). Quanto ao sentido conotativo dos elementos paratextuais, E4 continua salientando que *“ajuda em muito que haja pequenos eixos que possam trazer a pessoa para dentro desta história ou dentro desta reportagem”*, que pode ser uma *“reportagem colorida no sentido estético, uma reportagem sensitiva dos factos”* (E4). E3 destaca o potencial da mensagem do presidente, referindo que *“quando uma pessoa lê a Mensagem do Presidente dá para ter uma noção bastante completa da pessoa que está por detrás de tudo aqui na empresa. Quando uma pessoa lê duas ou três Mensagens do Presidente começa a perceber um pouco da personalidade, da pessoa, como ele pretende que as pessoas vejam a empresa, ou seja, ele tem uma visão muito clara (...) e quer partilhá-la com os colaboradores, parceiros, a toda a gente que lê o relatório e contas”*.

Relativamente à inclusão de imagens nos relatórios e contas, os entrevistados consideram necessária a sua inclusão. Para além de dar a conhecer a personalidade da empresa, como refere E3, serve como pausa para a leitura, como separador em termos gráficos (E2) e como meio de atrair as pessoas que não leriam o relatório e contas, pois *“ganham uma nova vontade, uma nova curiosidade de pelo menos folhear e pelo menos vão ler estes textos e estas imagens”* (E3). Os textos (que acompanham as imagens) e as imagens mencionadas remetem para a divisão que Barthes (1977) faz da imagem visual, em elementos linguísticos e icónicos. E3 dá o seu exemplo pessoal, que quando entrou na empresa *“fiz questão de ler, fiz questão de os ler todos porque me chamou à atenção”*, referindo-se aos textos que acompanham as imagens no Relatório e Contas de 2012. A inclusão de determinadas imagens pode, por vezes, decorrer de uma metade de uma página vazia, como elucida o *designer* do grupo DST acerca da imagem da última página do Relatório e Contas de 2011: *“Faltava-me metade de uma página. (...) Lembrei-me que havia esta imagem que eu tinha guardado que poderia ser colocada aqui. Também estava associada e, inconscientemente nos fazia transportar para a época dos Descobrimentos e a ultrapassagem do Cabo da Boa Esperança”* (E2). A

imagem, no contexto de crise que se vivia, *“refletiu um pouco daquilo que nós precisávamos de transmitir a todos esses parceiros e clientes que, mesmo adivinhando-se uma crise nós não deixámos de ter aquela vontade refletida na fotografia de irmos de frente para a crise e vamos ultrapassar e conseguimos ultrapassar”* (E2).

O quarto grupo de questões tem como objetivo dar a conhecer e compreender o simbolismo e conceito de cada um dos Relatórios e Contas de 2008 a 2013, bem como, abordar com os entrevistados alguns aspetos específicos dos mesmos. De um modo geral e como referido anteriormente, a conceptualização de cada um dos relatórios e contas reflete as ações e os acontecimentos mais marcantes do ano a que respeitam os relatórios e contas.

O conceito do Relatório e Contas de 2008 relaciona-se com a área do ambiente e, como descreve o *designer* do grupo, coaduna-se com o ano em questão, no qual o grupo protagonizou campanhas de sensibilização ambiental: *“durante esse ano e no ano anterior, nós demos uma grande importância ao ambiente, a comportamentos ambientais (...) e isso refletiu-se no relatório e contas”* (E2). A imagem da capa do Relatório e Contas de 2008 (uma figura humana sem rosto) reflete a ideia de que *“todos individualmente temos responsabilidades perante um bem ou mal comum (...), independentemente, de quem o é”* (E2). Enquanto, as imagens das páginas interiores, que foram solicitadas a uma artista especialmente para o relatório e contas, um pouco irreverentes, pretendem *“abandar um bocadinho o comodismo”* (E2) face ao mesmo tema. A solicitação de material visual especialmente designado para o relatório e contas a uma artista externa é um facto reconhecido pela literatura (Davison, 2015)

O Relatório e Contas de 2009 comporta um carácter mais emotivo reconhecido por todos os entrevistados. *“No ano transato tinha falecido o fundador do grupo DST, o Sr. Domingos da Silva Teixeira, e a forma de prestar homenagem foi a utilização da sua imagem na capa do relatório e contas em relevo”* (E2). As características gráficas dessa imagem, *“quase como um trofeu, um pedestal”* (E3), pretendem *“enaltecer o fundador por tudo o que ele fez pela empresa, por toda a base que ele cimentou, e pretendemos dar a conhecer às pessoas quem foi que começou isto tudo”* (E3). As fotografias, com referência à obra *“Os Maias”* de Eça de Queirós surgem do projeto da reedição da obra e da realização de uma curta-metragem ocorrida nesse ano, como referem E1 e E2. As formas de arte que ilustram o Relatório e Contas de 2009 *“marcaram pela pureza dos*

momentos extraídos do vídeo (...), todos os elementos apelaram mais a essa sensibilidade e às emoções” (E3), opinião corroborada pelo diretor financeiro, que considera que o relatório e contas contribui para “*apelar de forma mais sensível nestas artes, neste género mais puro*” (E4). Remetendo para o estudo que Barthes (1984) faz do processo fotográfico e dos seus elementos, nas fotografias do Relatório e Contas de 2009, o *Operator* seria o fotógrafo e o *Spetactor* seria o leitor. O *Spectrum* divide-se em *Studium* e *Punctum*, em que o *Studium* seriam as pessoas, os locais e situações reconhecíveis nas fotografias e o *Punctum*, o elemento menos racional e desconcertante pode ser considerado a pureza dos momentos, a sensibilidade e emoções evocadas por E3 e E4.

O Relatório e Contas de 2010 “*tem uma forte influência de Pop Art*” (E2) “*por causa do gosto da Administração pela Pop Art*” (E3). Para além de ter sido um ano “*em que se apostava muito na atividade cultural*” (E3), na opinião de E3 foi intenção do grupo, “*mostrar mais energia*”. A representação que este relatório e contas faz dos recursos humanos e da arte, como explicado na análise da secção anterior, é semelhante à apresentada por Davison (2011a), relativamente ao relatório e contas da empresa Ernst & Young de 2003, pela presença de *cartoons*, retratos visuais e referência aos recursos humanos no título.

O Relatório e Contas de 2011, com o formato inspirado no jornal *Financial Times* é considerado, pelo diretor financeiro (E4), um “*relatório forte, completamente diferente de todos os outros*” (E4), na medida em que o formato de jornal “*não é um suporte muito usual*” (E2). O conceito do relatório e contas é justificado com o contexto de crise que se vivia, daí que o grupo pretendesse “*transparecer que, embora estivéssemos no início da crise em termos gerais (do país) nós continuávamos à frente e corríamos perante as melhores empresas, perante as melhores opiniões de tal maneira que até podíamos sair no Financial Times*” (E2). O carácter internacional do jornal britânico serve também de analogia à internacionalização do grupo, “*aqui na DST fazemos as coisas como os padrões internacionais fazem e, portanto, exigir que os nossos valores se mantinham na sequência da nossa presença internacional em 2012*” (E4).

O Relatório e Contas de 2012, em formato de livro de merceeiro, foi uma opção “*diretamente sugerida pelo Presidente do Conselho de Administração (...) porque transmitia confiança para com os parceiros*” (E2). Com este formato, pretendia-se

“transmitir que o nosso relatório e contas é exatamente um relatório como antigamente. Antigamente, nos livros de merceiro as contas eram muito certinhas. Os senhores das mercearias apontavam quem devia – o dever e o haver – (...) e, o senhor merceiro, quando nada devesse retirava do seu livro de merceiro” (E1). É com base nesta *“relação de confiança entre o cliente e quem fornecesse esse serviço”*, como caracteriza E2, que o grupo DST pretendeu, com o Relatório e Contas de 2012, *“representar as contas certas, exatas e corretas”* (E1).

Por último, o Relatório e Contas de 2013 é o primeiro na história da empresa a ser *“distribuído através de uma pen, sem ser em suporte físico”* (E2) de papel, tendo sido o acesso às novas tecnologias pela generalidade das pessoas o impulsionador deste tipo de estrutura física. O contexto temporal deste relatório e contas coincide com a adoção da assinatura de marca – *building culture* – que foi incorporada no topo da caixa do mesmo. A entrevistada E3, autora do conceito do Relatório e Contas de 2013, apresenta a assinatura de marca como a união das expressões *“construindo a cultura e uma cultura de construção”* (E3) e enfatiza a sua importância na identidade do grupo: *“encontramo-nos, somos isto, somos “DST building culture” (...) definimo-nos, conseguimos ver com mais clareza quem somos e para onde queremos ir, já temos uma visão para o futuro, já temos uma missão”*. O contraste entre a *pen drive* e a garrafa de vidro, como um meio de comunicação do passado foi intencional, sendo a garrafa *“um elemento de antiguidade por causa dessa relação passado, presente e futuro do grupo”* (E3). Relativamente à inclusão de excertos de obras literárias portuguesas estas representam, *“ir um pouco ao passado, ou seja, aquilo que se fez de melhor na altura da literatura portuguesa, fomos buscar Fernando Pessoa, fomos buscar Luís de Camões (...) porque falam de uma altura que foi muito querida à História portuguesa e porque nos dão aquela sensação (...) de glória”* (E3), numa alusão aos Descobrimentos. O simbolismo do relatório e contas é corroborado pelos restantes entrevistados. E1 refere que o conceito do Relatório e Contas de 2013 *“quer dizer que somos conquistadores, que somos lutadores, que somos navegadores como em tempos homens descobriram as Américas e o Brasil e, queremos desta forma, mostrar que temos carácter, que temos credibilidade e que as nossas contas estão direitinhas e que são certinhas, não que estamos a naufragar nem a navegar”*. Por sua vez E4 salienta que, com o formato do relatório e contas mencionado, *“nós queremos ver mais longe, queremos chegar mais longe (...), não é à deriva, mas sim que vai até ao outro*

continente, que chega à outra margem”, atribuindo também a este conceito, o simbolismo da *“grande aposta da internacionalização da empresa”* (E4).

A ampla variedade de formas com que o grupo DST apresentou os relatórios e contas de 2008 a 2013 são coerentes com a investigação de Graves et al. (1996) e com os exemplos enunciados. Tal como a inclusão de uma garrafa de vidro no Relatório e Contas de 2013, a empresa Cracker Barrel Old Country Store, Inc. fez acompanhar o seu relatório e contas de objetos, como um pacote de sementes ou um galhardete. A Famous Artists School, Inc. preparou o seu relatório e contas de 1965 como um livro de contabilidade antiquado, que se assemelha ao Relatório e Contas de 2012.

No mesmo grupo de questões, os entrevistados foram questionados sobre alguns pontos comuns dos relatórios e contas enunciados de seguida. O primeiro ponto depreende-se com o facto de, nos Relatórios e Contas de 2011 e 2012, ser dada voz a alguns colaboradores, em 2011, nas colunas de opinião do jornal e, em 2012, nas mensagens que acompanham as imagens. Segundo o diretor financeiro, trata-se de uma questão de sensatez pois, *“por muito que a equipa principal de gestão ou a Administração saiba dos negócios como um todo, há sempre coisas que só quem está na própria área é que sabe aquilo que está a acontecer”* (E4). Este pensamento é corroborado pelo designer do grupo, que acrescenta que, *“pedir a um Administrador de uma empresa que dê a sua visão sobre determinado assunto ou a sua projeção do negócio ou contextualizando aquilo que se passou e que se vai passar, julgo que para o cliente final, para o leitor final torna as coisas mais pessoais”* (E2). Do mesmo modo, os dois entrevistados concordam que o leitor do relatório e contas *“toma consciência das pessoas (...), que dão a cara e se associam”* (E4), tomando *“consciência de que quem está lá sabe do que está a falar”* (E2). Outro aspeto abordado foi a repetição do poema “O Mostrengo” de Fernando Pessoa nos Relatórios e Contas de 2011 e 2013. O diretor financeiro atribui ao poema o simbolismo da crise, *“a crise no sentido que temos de enfrentá-la (...), reconhecer que ela existe”* (E4) porque, *“com perseverança, com eficiência e com coragem conseguimos enfrentá-la”* (E4).

A última questão do quarto grupo de questões teve como objetivo obter a opinião dos entrevistados sobre qual seria o denominador comum entre os seis relatórios e contas. De entre as respostas está *“a visão de futuro do Presidente do grupo DST”* (E1), *“a irreverência, a forma diferente de apresentar”* (E2), *“chamar à atenção, impressionar”*

(E3) e “*a nota artística*” (E4), sendo estas consistentes com a literatura, no que respeita à inclusão de material de *design* criativo (Davison, 2002; Hopwood, 1996) e à utilização do relatório e contas como um meio de gestão de impressões (Arndt e Bigelow, 2000; Beattie et al., 2008; Odgen e Clarke, 2005).

Com o quinto e último grupo de questões, procurou-se obter informações acerca do *feedback* que o grupo DST recebe relativo aos relatórios e contas. Todos os entrevistados afirmam que, grande parte do *feedback* recebido é positivo. “*Os nossos parceiros, a banca, empresas fornecedoras, empresas clientes, consultores que recebem os nossos relatórios e contas ficam sempre muito surpreendidos (...) com os designs e com o conceito de cada relatório e contas*” (E1). Na mesma linha de pensamento, o diretor financeiro refere que, “*as pessoas ficam fascinadas (...), o feedback tem sido sempre no sentido da surpresa, da admiração*” (E4), opinião corroborada por E3 que, acima de tudo, considera que “*as pessoas (...) nos sentem um pouco mais e que têm uma relação mais profunda connosco*”. Para além do *feedback* manifestado, quando recebem o relatório e contas existe uma expectativa criada nos *stakeholders*, como descreve o *designer*, “*pessoas clientes, mesmo instituições bancárias com as quais nós temos mais proximidade e lidamos diariamente perguntavam quando é que saía o relatório e contas para ver se era algo diferente do ano anterior*” (E2).

À parte de todo o *feedback* positivo recebido, uma pequena parte, traduz-se em críticas negativas. Por exemplo, ao conceito do livro de merceeiro do Relatório e Contas de 2012 foi dada uma conotação negativa por parte de alguns consultores, interpretando que “*o relatório e contas do livro de merceeiro eram contas de merceeiro, que as contas de merceeiro não eram propriamente exatas, eram arredondadas e tal*” (E1). Outra interpretação oposta à mensagem que se pretendia transmitir, no caso do Relatório e Contas de 2013, decorre quando “*outro consultor achava que estas contas significavam que nós estávamos à deriva*” (E1). Em resposta às interpretações conceptuais divergentes das pretendidas, E1 do departamento de Comunicação adianta que “*este ano vamos ter o cuidado de transmitir a mensagem, conceito chave do relatório e contas em meia dúzia de palavras (...) de forma a que toda a gente tenha a mesma linguagem*”. E2 menciona a crítica recebida pela dificuldade de leitura de determinados relatórios e contas. Face às críticas relacionadas com o formato físico dos relatórios e contas, sua maneabilidade e consulta, o *designer* do grupo argumenta que “*é uma questão de hábito, se está habituado a trabalhar em A4 e se lhe puserem folhas A3*

à frente, o manuseamento é difícil nas duas ou três primeiras, mas nas outras já se torna normal” (E2). Contudo, no cômputo geral, o grupo tem recebido “*feedbacks muito positivos, por isso é que continuamos na mesma linha, senão, tínhamos voltado ao standard*” (E2).

Sendo o relatório e contas um documento caracteristicamente contabilístico importava, com as entrevistas, obter a perceção do diretor financeiro relativamente ao tratamento gráfico e visual dado ao documento. Na sua opinião, o facto de o grupo apresentar relatórios e contas fora do *standard* é positivo, “*dá-nos outra visibilidade (...), desperta curiosidade*” (E4). Contudo, considera que “*algumas ideias acabam por não ser assim tão práticas quanto isso*” (E4). No caso do Relatório e Contas de 2009, do “*ponto de vista financeiro não funciona propriamente porque há aqui um conjunto de mapas que têm de ficar quebrados e para o utilizador esta informação não está a funcionar*” (E4). Quanto ao Relatório e Contas de 2011, aponta como desvantagens a leitura dificultada pelas características físicas de um jornal e a possibilidade de os leitores o confundirem com um simples jornal, “*o jornal está assim dobrado, as pessoas metem ali naquelas mesinhas junto com os outros, metem as revistas por cima, metem os jornais por cima, ao fim de dois meses pegam nisto e deitam ao lixo. Quem é que pensa que isto é um relatório e contas? Pensam que é um jornal, mais um (...)*” (E4). Relativamente ao Relatório e Contas de 2012, aponta que “*é interessante, mas não é prático, não consigo andar com isso em lado nenhum*” (E4). No que respeita ao Relatório e Contas de 2013, reconhece a desvantagem de que, “*à partida, as pessoas que recebem não vão tirar a pen e ver no computador*” (E4) e que, em comparação com os restantes relatórios e contas, não pode ser visto em qualquer local, “*em qualquer um destes, se eu estou à espera em alguma empresa, estou num banco, até pego no livro e começo a vê-lo. Aqui não.*” (E4).

No entanto, e face à identidade do grupo DST, o diretor financeiro reconhece a necessidade dos relatórios e contas serem do modo como são. “*Nós temos de ser coerentes, porque se nós tivéssemos um aspeto artístico e não tivéssemos algo nessa linha, ou o contrário, se fossem uns relatórios e contas completamente fora do comum, mas depois fossemos umas caixas brancas e pretas, sentíamos que alguma coisa não fazia sentido e, pelo menos isso, de facto, demonstra que as coisas batem certo*” (E4). O entrevistado caracteriza a identidade do grupo DST como sendo “*muito assente na arte (...), os nossos colaboradores têm esses padrões de diferenciação (...), somos diferentes*

e isso é extraordinário porque as pessoas vão participando e isto ajuda-nos a criar o espírito do grupo (...) a sermos mais ágeis, mais flexíveis” (E4), concluindo que, “ao fim ao cabo, estamos aqui enquanto empresa, enquanto grupo e isto não deixa de ser um grupo económico que prossegue o lucro” (E4).

No que respeita ao próximo relatório e contas, o objetivo será, como *“um investimento mais controlado (...), produzir mais relatórios e contas para chegar a mais público” (E1)* face aos atuais trezentos ou quatrocentos produzidos. Os entrevistados adiantam que estará relacionado com o *“contexto que estamos a viver” (E4)* e que será *“provavelmente na onda do digital, novamente” (E3)*. Por fim, acreditam que o grupo vai *“continuar a surpreender, com alguma coisa diferente” (E4)*, *“diferente a todos os outros que já fizemos e ao que é normal ver nas outras empresas” (E2)*.

4.5. Em resumo

Esta investigação baseou-se num estudo de caso assente na análise dos Relatórios e Contas de 2008 a 2013 do grupo DST, sediado em Braga que opera nas áreas de negócio Engenharia & Construção, Água & Ambiente, Energias Renováveis, Telecomunicações e Ventures. Durante o período de análise, o volume de negócios consolidado apresenta uma tendência de crescimento, tendo atingido 235 milhões de euros e um resultado consolidado superior a 13,3 milhões de euros em 2013 (DST, Relatório e Contas consolidado 2013 da DST, SGPS, S.A.).

Este capítulo inclui a análise dos relatórios e contas, com vista à concretização da primeira questão de investigação e a análise das entrevistas para a segunda questão formulada.

Em primeiro lugar, as características físicas e visuais dos relatórios e contas, que serviram de motivação para a escolha da empresa e realização desta investigação, são assumidas pela empresa como uma preocupação em transmitir a informação financeira de forma diferenciada e arrojada, como reflexo do próprio grupo. Esta forma de apresentar os relatórios e contas é consistente com os estudos que analisam a evolução dos relatórios e contas, caracterizando-os como *“documentos extravagantes” (Hopwood, 1996, p. 55)* e que permitem gerir as impressões (Arndt e Bigelow, 2000; Beattie et al.,

2008; Odgen e Clarke, 2005). Deste facto decorre a necessidade de que profissionais de arte e de *design* sejam parte do processo de elaboração dos relatórios e contas (Stanton e Stanton, 2002; Beattie et al., 2008), tal como acontece no grupo DST, em que a composição gráfica dos relatórios e contas é uma tarefa do departamento de Comunicação, do qual fazem parte *designers*. No entanto, este processo dedicado ao aspeto visual dos relatórios e contas pode ir mais além, com a encomenda de obras de artistas especialmente designadas para os documentos corporativos (Davison, 2015), como o caso das imagens incluídas no Relatório e Contas de 2008 do grupo DST.

No âmbito da abordagem de Genette, os elementos paratextuais contribuem para formar a primeira impressão dos leitores quanto ao relatório e contas, seduzindo ou repelindo os leitores, fazendo contratos preliminares de leitura (Davison, 2011b). Os entrevistados corroboram a literatura, considerando que os elementos paratextuais dos relatórios e contas do grupo DST influenciam positivamente os leitores, fazendo-os, pelo menos, folhear e observar em termos gráficos (E2).

Os elementos paratextuais são utilizados nos relatórios e contas do grupo DST, tais como o formato físico, a capa, o nome do autor, o título, as epígrafes (citações, legendas e símbolos ou imagens visuais) e o prefácio (texto introdutório ou mensagem do presidente), como enunciado por Genette (1997). Complementando esta análise, é possível concluir que a mensagem transmitida por estes apresenta sentidos denotativos e conotativos, reconhecidos pelos entrevistados, que podem ser interpretados de forma diferente consoante o leitor, à luz da teoria de Barthes (1977). Este raciocínio é corroborado por um dos entrevistados que reconhece uma variedade de leituras possíveis da mesma imagem por parte de diferentes indivíduos. Isto porque a interpretação dos textos reside no leitor e não no autor (Barthes, 1977), apesar do autor possuir uma intenção aquando sua inclusão (Davison, 2011a). A natureza dessa intenção remete para a utilização do relatório e contas como um meio de gestão de impressões, cuja literatura sugere que possibilita a projeção da imagem organizacional pretendida para os seus públicos relevantes (Guthrie e Parker, 1989; ver também Warsame, Simmons e Neu, 2002), na medida em que existe uma relação entre ‘o modo de ver’ os relatórios e contas e ‘o modo de conhecer’ as organizações (Preston et al., 1996). O estudo de caso analisado indicia esta prática de gestão de impressões (Arndt e Bigelow, 2000; Beattie et al., 2008; Davison, 2014; Hooghiemstra, 2000; Ogden e Clarke, 2005; Stanton et al., 2004). O objetivo é criar no leitor, *stakeholder*, uma determinada

perceção sobre a organização, que neste caso se traduz numa perceção de uma organização bem-sucedida num contexto económico austero, com uma identidade assente na inovação, de responsabilidade social e de apoio à cultura. Nesta perspetiva, a intenção assumida de impressionar e de chamar à atenção (E3), bem como a obrigatoriedade de validação da imagem organizacional projetada em comunicação interna ou externa pelo Presidente do Conselho de Administração (E1) são indicadores que reforçam a prática de gestão de impressões.

A literatura sugere que os elementos narrativos (nos quais se incluem a mensagem do presidente) têm atraído mais leitores, em detrimento de dados simplesmente financeiros (Bartlett e Chandler, 1997), estando assim sujeitos a um maior escrutínio por parte dos *stakeholders* (Costa et al., 2013; Smith e Taffler, 2000). O Relatório e Contas de 2013 do grupo DST comprova a crescente importância dada aos elementos narrativos, isto porque, tendo sido um documento integralmente entregue em formato digital (*pen drive*), a mensagem do presidente foi o único elemento entregue em papel (dentro da garrafa de vidro).

De acordo com as informações obtidas nas entrevistas, as motivações subjacentes à incorporação de elementos paratextuais nos relatórios e contas têm por base a transmissão da identidade e cultura organizacional, a credibilidade das contas (E1), os valores organizacionais da empresa, as vertentes de responsabilidade social e de apoio à cultura (E2), sendo que este último, por via de retórica visual, promove a associação de valores intangíveis e comuns entre a empresa e as obras de arte (Davison, 2011b). A empresa procura também a diferenciação no sector de atividade em que está inserida, demonstrando que não são “*uns cinzentões da construção civil*” (E4). No que concerne à individualidade e ao conceito de cada relatório e contas, a análise feita previamente é, em certa medida, corroborada e clarificada pela informação obtida nas entrevistas.

Após o desenvolvimento do estudo empírico, o próximo capítulo apresenta as conclusões desta dissertação.

5. CONCLUSÃO

O último capítulo desta dissertação apresenta as principais conclusões deste estudo, dando resposta às questões de investigação formuladas no capítulo 1. De seguida, são referidas as limitações e as contribuições do estudo. Por fim, apresentam-se as pistas de investigação futura.

5.1. Principais conclusões

Este estudo realizado aos relatórios e contas parte da premissa deste ser um forte instrumento de comunicação organizacional a nível de conteúdo e de construção de imagem (Davison, 2011b), por via quer da narrativa quer da retórica visual.

O objetivo deste trabalho consistiu em analisar e compreender os elementos paratextuais contidos no relatório e contas e perceber quais as motivações que levam uma empresa a incorporá-los neste documento, através de um estudo de caso do tipo explanatório relativo ao grupo DST. (Domingos da Silva Teixeira), no período compreendido entre 2008 e 2013. Para a concretização deste objetivo, foram formuladas duas questões:

- Como se caracteriza a utilização dos elementos paratextuais nos relatórios e contas?
- Que motivações estão subjacentes à incorporação de elementos paratextuais nos relatórios e contas?

O enquadramento teórico atende à teoria literária, nomeadamente, aos contributos que esta oferece à investigação em contabilidade, no que concerne ao estudo das qualidades narrativas dos relatórios e contas. Foi considerada a abordagem de Genette, para a identificação dos elementos paratextuais, e a abordagem de Barthes, como suporte para a análise das narrativas e das imagens visuais dos relatórios e contas.

A literatura demonstra uma evolução do âmbito do relatório e contas, nomeadamente no *design*, relato narrativo e visual (Stanton e Stanton, 2002), com um crescente desenvolvimento e investimento nestas secções, resultando em documentos extravagantes (Beattie et al., 2008; Davison, 2002; Davison e Skerratt, 2007; Hopwood,

1996). Esta evolução dos relatórios e contas justifica-se na necessidade de gestão de imagem organizacional, na procura de legitimidade, na transmissão de responsabilidade social corporativa, sendo que pode ser entendido como um meio de gestão de impressões (Arndt e Bigelow, 2000; Beattie et al., 2008; Hooghiemstra, 2000; Odgen e Clarke, 2005). São exemplos do relato narrativo e visual a mensagem do presidente e as imagens visuais, que, respetivamente, permitem a comunicação de informações não quantificáveis relacionadas com a organização (Bartlett e Chandler, 1997; Clatworthy e Jones, 2006; Smith e Taffler, 1995) e expõem determinados aspetos da organização que, de outro modo, não seriam visíveis (Bulmer e Buchanan-Oliver, 2006; Davison, 2013, 2015; Graves et al., 1996; Wagner, 2006).

A condução do estudo de caso, assente na perspetiva de investigação interpretativa, recorre a métodos qualitativos, nomeadamente, análise documental dos relatórios e contas e realização de entrevistas semiestruturadas, para responder às questões de partida.

A resposta à primeira questão, ‘Como se caracteriza a utilização dos elementos paratextuais nos relatórios e contas?’, é obtida através da análise documental dos relatórios e contas consolidados da DST, SGPS, S.A.. Da análise realizada, constata-se que estes documentos são diferenciados entre si em termos gráficos e visuais, obedecendo a um tema ou conceito, como descreve Stanton e Stanton (2002). No entanto, todos os relatórios e contas incluem elementos paratextuais, nomeadamente, o formato físico, a capa, o nome do autor, o título, as epígrafes (citações, legendas e símbolos ou imagens visuais) e o prefácio (a mensagem do presidente), identificados por Genette (1997). Pelas suas características diferenciadoras, a análise empírica destaca o formato físico, as epígrafes textuais e visuais e a mensagem do presidente dos relatórios e contas. Os elementos paratextuais podem influenciar o leitor na perceção que estes têm dos relatórios e contas (Davison, 2011b), através de significados denotativos e conotativos associados aos elementos paratextuais, tendo por base a teoria de Barthes (1977).

A forma diferenciada como os relatórios e contas do grupo DST são apresentados evidencia a inovação de ano para ano. Do conjunto dos seis relatórios e contas analisados, verifica-se que a utilização dos elementos paratextuais contribui para a construção de um conceito coeso e consistente com a mensagem que se pretende

transmitir em cada ano. Contudo, embora diferentes, a identidade do grupo, a cultura de inovação, a vertente cultural, humana e de responsabilidade social são aspetos comuns transmitidos através dos elementos paratextuais em todos os relatórios e contas.

A conceptualização de uma mensagem transmitida através dos relatórios e contas relaciona-se com a utilização destes como meio de gestão de impressões, com o intuito de projetar a imagem organizacional ao seu público (Guthrie e Parker, 1989; ver também Warsame, Simmons e Neu, 2002). No presente estudo de caso, são indícios da prática de gestão de impressões a intenção assumida de impressionar e de chamar à atenção (E3) e a validação de toda a comunicação interna ou externa pelo Presidente do Conselho de Administração (E1). Assim, é percecionada uma imagem de uma organização bem-sucedida num contexto económico difícil, com uma identidade e desenvolvimento assente na inovação e cultura, com práticas de responsabilidade social e de apoio à cultura.

Respondendo à segunda questão, ‘Que motivações estão subjacentes à incorporação de elementos paratextuais nos relatórios e contas?’, as motivações subjacentes, transmitidas pelos entrevistados e que corroboram a análise inicial aos relatórios e contas, decorrem da intenção de transmitir a identidade e cultura organizacional, a credibilidade das contas, os valores organizacionais, as vertentes de responsabilidade social e de apoio à cultura (E2). Do mesmo modo, faz parte das motivações da empresa, a diferenciação no âmbito do sector de atividade, quebrando os estereótipos, demonstrando que não são “*uns cinzentões da construção civil*” (E4). Os entrevistados reconhecem a importância dos elementos paratextuais e os respetivos significados denotativos e conotativos que, embora intencionais e fazendo parte de uma mensagem que se pretende transmitir, podem ser interpretados de diferentes formas por diferentes *stakeholders*, corroborando a perspetiva de Barthes (1977).

Esta transmissão acontece por via da narrativa e retórica visual impressa nos relatórios e contas, isto é, através as imagens, das citações, dos excertos literários e de todo o conjunto que constitui o conceito de cada um dos relatórios e contas. Todos estes elementos apresentam características culturais e artísticas, que permitem uma associação de valores intangíveis e comuns entre o grupo DST e as obras de arte, tal como refere Davison (2011b).

Em suma, este estudo comprova o potencial do relatório e contas como um instrumento de comunicação entre uma organização e os seus *stakeholders*. No estudo empírico é ainda comprovado que o grupo DST reconhece e explora o potencial e mais-valia que os seus relatórios e contas representam para a comunicação da sua identidade e imagem organizacional para com os *stakeholders*.

5.2. Limitações do estudo

As limitações desta investigação estão intrinsecamente relacionadas com as limitações apontadas ao método de estudo de caso, a não procura de generalizações e a análise essencialmente subjetiva. Estas, apesar de poderem ser consideradas limitações, são características da metodologia utilizada, que representa as interpretações da realidade social.

Especificamente relacionada a este estudo de caso, identifica-se como limitação a subjetividade subjacente à interpretação conotativa dos elementos paratextuais (por exemplo, excertos narrativos e imagens dos relatórios e contas) que figuram na análise empírica. Adicionalmente, o número de entrevistas foi reduzido. No entanto, a utilização deste tipo de método pode ser considerado uma mais-valia do estudo.

5.3. Contribuições

Esta investigação responde a uma sugestão apresentada por Davison (2011b), relativamente ao estudo do paratexto em relatórios e contas de organizações fora do Reino Unido, utilizando-se, neste caso específico, uma empresa portuguesa.

O presente estudo de caso do grupo DST contribui para a literatura que utiliza a teoria literária na investigação em contabilidade. Concretamente, esta dissertação contribui para uma compreensão empírica mais aprofundada dos elementos paratextuais presentes no relatório e contas e das motivações para a sua utilização neste documento eminentemente financeiro. Atendendo a este último aspeto e à revisão de literatura efetuada, este estudo distingue-se ainda pelo recurso a entrevistas como método usado.

5.4. Pistas para investigação futura

Na área de estudo em que se enquadra esta investigação, as pistas de investigação futura envolvem uma ampla gama de possibilidades.

Como investigação futura, seria interessante aferir a perceção dos *stakeholders* do grupo DST relativamente aos relatórios e contas analisados, tendo como objetivo perceber se as motivações da empresa são cumpridas. Sugere-se ainda a realização de estudos de caso semelhantes em outras empresas portuguesas do mesmo ou de diferentes sectores de atividade, bem como a utilização de outras abordagens da teoria literária.

APÊNDICE: GUIÃO DA ENTREVISTA



GUIÃO DA ENTREVISTA

Objetivos de investigação

O objetivo deste trabalho consiste em analisar e compreender as narrativas e elementos paratextuais contidos no relatório e contas e perceber quais as motivações que levam uma empresa a incorporá-los neste documento. Com as entrevistas pretende-se compreender o processo de elaboração de cada um dos relatórios e contas e as motivações subjacentes à incorporação de elementos narrativos e paratextuais nos relatórios e contas.

Entrevistados

Responsáveis pelo processo de elaboração dos relatórios e contas.

Metodologia

A informação será recolhida através de entrevistas individuais, conduzidas com base num questionário semiestruturado.

Localização

As entrevistas decorrerão no local de trabalho dos entrevistados.

Apresentação e explicação no início da entrevista

- a) Apresentação do estudo, incluindo os principais objetivos a alcançar.
- b) Explicação do processo de confidencialidade na recolha de dados.
- c) Solicitação de permissão para gravação da entrevista.
- d) Explicação do caráter voluntário de participação no projeto de investigação e reforço da possibilidade de, durante a entrevista, o entrevistado poder retirar o seu consentimento de participação.

Informação a recolher durante a entrevista:

I. Grau de envolvimento do entrevistado

Objetivo: averiguar o grau de envolvimento do entrevistado no processo de elaboração dos relatórios e contas da empresa.

1. De modo a contextualizar a sua participação na elaboração dos relatórios e contas, pode por favor dizer a sua formação académica e há quantos anos está na empresa?
 - Cargo
 - Formação: habilitações académicas
 - Anos de serviço no cargo atual/empresa
2. Na sua opinião, o que representam os relatórios e contas para a DST?
3. Como caracteriza o seu envolvimento e qual o seu contributo na elaboração dos relatórios e contas?

II. Motivações e processo de elaboração

Objetivo: conhecer a origem do atual processo de elaborar os relatórios e contas e como este se caracteriza, desde a seleção do tema à composição da equipa multidisciplinar a cargo pelo processo.

4. Atendendo aos relatórios e contas da DST, é notória uma comunicação para além da informação financeira. Quando e em que etapa de evolução da organização se adotou este modo de elaborar os relatórios e contas/se assumiu este posicionamento?
 - Qual o facto que lhe deu origem?
 - O que mudou na organização após a sua adoção?
5. Como caracteriza o processo de seleção do tema/estilo dos relatórios e contas anualmente?
 - A escolha está restrita a uma pessoa/departamento/grupo de trabalho?
 - Quem toma a decisão final?
6. Depois de o tema estar definido, a elaboração dos relatórios e contas compreende uma equipa multidisciplinar, com a redação a cargo do

departamento de Contabilidade e a composição gráfica a cargo do departamento de Comunicação, tal como se conclui da análise aos relatórios e contas.

- Quantas pessoas fazem parte desta equipa multidisciplinar?
- A sua composição varia de ano para ano?

III. Relatórios e Contas como uma narrativa literária

Objetivo: obter a opinião do(a) entrevistado(a) acerca da comparação feita por alguns investigadores entre relatórios contabilísticos e textos narrativos, e a possibilidade de algumas características de textos narrativos se aplicarem aos relatórios e contas, nomeadamente elementos paratextuais e denotação versus conotação.

7. [questão exclusiva para o diretor financeiro] Como diretor financeiro, como percebe o tratamento gráfico e visual dado aos relatórios e contas, um documento caracteristicamente contabilístico?
 - Quais os benefícios que lhe atribui?
 - Em termos de visibilidade, considera que as características visuais dos relatórios e contas atraem mais *stakeholders* para a sua leitura?
8. Um investigador (Machintosh, 2002) compara os relatórios contabilísticos a textos narrativos, os contabilistas a autores, os auditores a críticos literários e os leitores a consumidores. Considera que os relatórios e contas da DST podem ser vistos como uma obra ou narrativa literária? De que forma?
9. Costuma dizer-se que é através do aspeto visual que um leitor cria a sua primeira impressão de uma obra. Além disso, na opinião de um teórico literário do século XX (Barthes), independentemente do propósito com que o autor escreve, a interpretação dos textos reside no leitor e não no autor. Que impressão pretende a DST criar no leitor com a forma/estilo adotado?
10. Considerando agora os elementos paratextuais dos relatórios e contas, como por exemplo, o formato físico, as capas, os nomes, os títulos, as epígrafes (ex: imagens) e os prefácios (ex: Mensagem do Presidente) ... Como caracteriza o seu potencial poder para “controlar” o leitor? Estes elementos influenciam a sua leitura e interpretação do texto? Como?
11. Tendo em consideração que: Denotação é o emprego de palavras no seu sentido próprio, comum e habitual; Conotação é a associação subjetiva, cultural e/ou

emocional, que está para além do sentido literal de uma palavra, frase ou conceito; e a investigação em contabilidade identifica e analisa a presença de denotação e conotação nos relatórios e contas.

- Reconhece a utilização de elementos paratextuais (por exemplo em fotografias, excertos de poemas...) com carácter conotativo nos relatórios e contas da DST?
- Qual a intenção da sua inclusão e qual a importância que lhes é atribuída?
- Considera que este tipo de significados são compreendidos/descodificados pelos *stakeholders*?

IV. Questões específicas relativas aos Relatórios e Contas da DST

Objetivo: obter informação específica relativa aos relatórios e contas da DST de modo a compreender a escolha de determinados elementos neles presentes.

12. Como caracteriza o contexto e o simbolismo de cada um dos relatórios e contas, começando pelo de 2008? No Relatório e Contas de 2008, qual o significado ou simbolismo da imagem da capa?
13. No Relatório e Contas de 2009, qual o contributo da obra “Os Maias”?
 - Exemplo: “Os Maias” é uma obra rica em crítica social que se pode coadunar com as questões contemporâneas.
14. Relativamente ao Relatório e Contas de 2010... [o entrevistado refere o simbolismo]
15. Relativamente ao Relatório e Contas de 2011... [o entrevistado refere o simbolismo].
 - Qual foi a inspiração para o formato de jornal?
16. Relativamente ao Relatório e Contas de 2012... [o entrevistado refere o simbolismo]
17. Relativamente ao Relatório e Contas de 2013... [o entrevistado refere o simbolismo]
18. De uma forma mais ou menos extensa, todos os relatórios e contas contêm imagens. Que valências considera que estas acarretam para a perceção e interpretação dos leitores?

- Exemplos: interpretação mais rica e mais variada (Davison, 2014), apelativa.
19. Nos Relatórios e Contas de 2011 e 2012 é dada voz a alguns colaboradores. Em 2011, nas colunas de opinião do jornal e em 2012 nas mensagens que acompanham as imagens. Qual a motivação subjacente a este tipo de comunicação nos relatórios e contas?
 20. Nos Relatórios e Contas de 2011 e 2013 é mencionado o poema “O Mostrengo” de Fernando Pessoa. A Mensagem do Presidente de 2011 compara a crise a uma tempestade “sob o domínio do Mostrengo” (DST, Relatório e Contas 2011, p. 1). Que simbolismo atribui ao poema?
 - Exemplo: agressividade, medo, medo do desconhecido
 21. O Relatório e Contas de 2013 quebra todas semelhanças com os anteriores, materializando-se numa garrafa de vidro com uma mensagem e uma a *pen drive*. Qual o simbolismo? Que impressão a DST pretendeu criar?
 - Exemplo: a *pen drive* pode simbolizar a constante inovação procurada pela empresa e a garrafa pode simbolizar a história/o passado da própria empresa.
 22. Apesar de visualmente serem todos diferentes, qual considera ser o denominador comum entre os seis relatórios e contas?

V. Expetativa e feedback dos stakeholders

Objetivo: obter informação acerca do tipo de feedback que a empresa recebe relativo aos relatórios e contas.

23. Quais são os principais *stakeholders* dos relatórios e contas? E qual a sua influência no processo de elaboração dos mesmos?
24. Qual tem sido o *feedback* dos *stakeholders* aos relatórios e contas?
25. Dos relatórios e contas de 2008 a 2013, qual o que provocou maior impacto?
26. Qual o seu relatório e contas de eleição? Porquê?
27. Por último, o que podemos esperar do próximo?

Agradecimentos finais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Armstrong, P. (2000). Designing Accountability: the Managerial Semiotics Project. *Critical Perspectives on Accounting*, 11(1), 1–22.

Arndt, M., & Bigelow, B. (2000). Presenting Structural Innovation in an Institutional Environment: Hospitals' Use of Impression Management. *Administrative Science Quarterly*, 45(3), 494–522.

Baker, C., & Bettner, M. (1997). Interpretive and critical research in accounting: a commentary on its absence from mainstream accounting research. *Critical Perspectives on Accounting*, 8(4), 293–310.

Bal, M. (1997). *Narratology: Introduction to the Theory of Narrative* (2nd ed.). Toronto: University of Toronto Press.

Barthes, R. (1968). What is writing? In *Writing Degree Zero* (pp. 9–18). (A.Lavers e C. Smith, Trad.) New York: Hill and Wang. (Obra original publicada em 1953).

Barthes, R. (1977). Rhetoric of the Image. In *Image Music Text* (R. Miller, Trad.) (p. 32–51). London: Fontana Press. (Obra original publicada em 1977).

Barthes, R. (1984). *A Câmara Clara*. (J. Guimarães, Trad.). Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira. (Obra original publicada em 1980).

Barthes, R. (1989). The death of the author. In *The Rustle of Language* (pp. 49–55). (R. Howard, Trad.) California: University of California Press. (Obra original publicada em 1984).

Barthes, R. (1998). *The Pleasure of the Text*. (R. Miller, Trad.). New York: Hill and Wang. (Obra original publicada em 1973).

Barthes, R. (2001). *Elementos de Semiologia*. (I. Blikstein, Trad.). São Paulo: Editora Cultrix. (Obra original publicada em 1964).

Bartlett, S., & Chandler, R. (1997). The corporate report and the private shareholder: Lee and Tweedie twenty years on. *The British Accounting Review*, 29(3), 245–261.

Bartlett, S., & Jones, M. J. (1997). Annual reporting disclosures 1970-90: an exemplification. *Accounting, Business & Financial History*, 7(1), 61–80.

Beattie, V., Dhanani, A., & Jones, M. J. (2008). Investigating Presentational Change in U.K. Annual Reports: A Longitudinal Perspective. *Journal of Business Communication*, 45(2), 181–222.

Beattie, V., McInnes, B., & Fearnley, S. (2004). A methodology for analysing and evaluating narratives in annual reports: a comprehensive descriptive profile and metrics for disclosure quality attributes. *Accounting Forum*, 28(3), 205–236.

Blair, J. A. (2004). The Rhetoric of Visual Arguments. In C. A. Hill & M. Helmes (Eds.), *Defining Visual Rhetorics* (pp. 41–62). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

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

Bulmer, S., & Buchanan-Oliver, M. (2006). Visual Rhetoric and Global Advertising Imagery. *Journal of Marketing Communications*, 12(1), 49–61.

Carnegie, G. D., & Napier, C. J. (2010). Traditional accountants and business professionals: Portraying the accounting profession after Enron. *Accounting, Organizations and Society*, 35(3), 360–376.

Chiapello, E., & Baker, C. R. (2011). The introduction of French theory into English language accounting research. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 24(2), 140–160.

Chua, W. (1986). Radical developments in accounting thought. *The Accounting Review*, 61(4), 601–632.

Clatworthy, M. A., & Jones, M. J. (2006). Differential patterns of textual characteristics and company performance in the chairman's statement. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19(4), 493–511.

Conotação. (2006). In *Dicionário de Língua Portuguesa*. Lisboa: Texto Editores.

- Costa, G. A., Oliveira, L. C., Rodrigues, L. L., & Craig, R. (2013). Factors associated with the publication of a CEO letter. *Corporate Communications: An International Journal*, 18(4), 432–450.
- Courtis, J. K. (2004). Colour as visual rhetoric in financial reporting. *Accounting Forum*, 28(3), 265–281.
- Davison, J. (2002). Communication and antithesis in corporate annual reports: a research note. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(4), 594–608.
- Davison, J. (2007). Photographs and accountability: cracking the codes of an NGO. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 20(1), 133–158.
- Davison, J. (2008). Rhetoric, repetition, reporting and the “dot.com” era: words, pictures, intangibles. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21(6), 791–826.
- Davison, J. (2009). Icon, iconography, iconology: Visual branding, banking and the case of the bowler hat. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 22(6), 883–906.
- Davison, J. (2010). [In]visible [in]tangibles: Visual portraits of the business élite. *Accounting, Organizations and Society*, 35(2), 165–183.
- Davison, J. (2011a). Barthesian perspectives on accounting communication and visual images of professional accountancy. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 24(2), 250–283.
- Davison, J. (2011b). Paratextual framing of the annual report: Liminal literary conventions and visual devices. *Critical Perspectives on Accounting*, 22(2), 118–134.
- Davison, J. (2013). Visual perspectives. In L. Jack, J. Davison, & R. Craig (Eds.), *The Routledge Companion to Communication in Accounting* (pp. 58–75). Oxford: Routledge.
- Davison, J. (2014). Visual rhetoric and the case of intellectual capital. *Accounting, Organizations and Society*, 39(1), 20–37.
- Davison, J. (2015). Visualising accounting: an interdisciplinary review and synthesis. *Accounting and Business Research*, 1–45.

Davison, J., & Skerratt, L. (2007). *Words, Pictures and Intangibles in the Corporate Report*. Edinburgh: The Institute of Chartered Accountants of Scotland.

Deegan, C., Rankin, M., & Tobin, J. (2002). An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 312–343.

Denotação. (2006). In *Dicionário de Língua Portuguesa*. Lisboa: Texto Editores.

Friedman, A. L., & Lyne, S. R. (2001). The beancounter stereotype: towards a general model of stereotype generation. *Critical Perspectives on Accounting*, 12(4), 423–451.

Genette, G. (1997). *Paratexts: thresholds of interpretation*. (J. Lewin, Trad.). Cambridge: Cambridge University Press. (Obra original publicada em 1987).

Genette, G., & Maclean, M. (1991). Introduction to the Paratext. *New Literary History*, 22(2), 261–272.

Graves, F., Flesher, D. L., & Jordan, R. E. (1996). Pictures and the bottom line: the television epistemology of U.S. annual reports. *Accounting, Organizations and Society*, 21(1), 57–88.

Guthrie, J., & Parker, L. (1989). Corporate social reporting: a rebuttal of legitimacy theory. *Accounting and Business Research*, 19(76), 343–352.

Hatch, M. J., & Schultz, M. (1997). Relations between organizational culture, identity and image. *European Journal of Marketing*, 31(5/6), 356–365.

Hines, R. (1988). Financial accounting: in communicating reality, we construct reality. *Accounting, Organizations and Society*, 13(3), 251–261.

Hooghiemstra, R. (2000). Corporate Communication and Impression Management – New Perspectives Why Companies Engage in Corporate Social Reporting. *Journal of Business Ethics*, 27(1/2), 55–68.

Hopwood, A. G. (1996). Introduction. *Accounting, Organizations and Society*, 21(2-3), 217–218.

IASB. (2010). *IFRS Practice Statement: Management Commentary*. London: IASCF.

- Lavoie, D. (1987). The accounting of interpretations and the interpretation of accounts: The communicative function of “the language of business.” *Accounting, Organizations and Society*, 12(6), 579–604.
- Lee, T. (1994). The changing form of the corporate annual report. *The Accounting Historians Journal*, 21(1), 215–232.
- Lejeune, P. (1975). *Le pacte autobiographique*. Paris: Editions du Seuil.
- Leventis, S., & Weetman, P. (2004). Impression management: dual language reporting and voluntary disclosure. *Accounting Forum*, 28(3), 307–328.
- Macintosh, N. B. (2002). *Accounting, Accountants and Accountability: Poststructuralist positions*. London: Routledge.
- Macintosh, N. B. (2004a). A comment on “Recovering Accounting.” *Critical Perspectives on Accounting*, 15(4-5), 529–541.
- Macintosh, N. B. (2004b). A ghostly CAR ride. *Critical Perspectives on Accounting*, 15(4-5), 675–695.
- Macintosh, N. B., & Baker, C. R. (2002). A teoria literária perspective on accounting: Towards heteroglossic accounting reports. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(2), 184–222.
- Morgan, G., & Smircich, L. (1980). The Case for Qualitative Research. *The Academy of Management Review*, 5(4), 491–500.
- Mouritsen, J., Larsen, H. T., & Bukh, P. N. D. (2001). Intellectual capital and the “capable firm”: narrating, visualising and numbering for managing knowledge. *Accounting, Organizations and Society*, 26(7-8), 735–762.
- Neu, D., Warsame, H., & Pedwell, K. (1998). Managing Public Impressions: Environmental Disclosures in Annual Reports. *Accounting, Organizations and Society*, 23(3), 265–282.
- Ogden, S., & Clarke, J. (2005). Customer disclosures, impression management and the construction of legitimacy. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 18(3), 313–345.

- Preston, A., Wright, C., & Young, J. (1996). Imag[in]ing annual reports. *Accounting, Organizations and Society*, 21(1), 113–137.
- Ryan, B., Scapens, R. W., & Theobald, M. (2002). *Research method and methodology in finance and accounting* (2nd ed.). London: Thomson.
- Scapens, R. W. (2004). Doing case study research. In C. Humphrey & B. H. K. Lee (Eds.), *The Real Life Guide to Accounting Research* (pp. 257–279). Oxford: Elsevier.
- Smith, M., & Taffler, R. (1995). The incremental effect of narrative accounting information in corporate annual reports. *Journal of Business Finance & Accounting*, 22(8), 1195–1210.
- Smith, M., & Taffler, R. J. (2000). The chairman's statement - A content analysis of discretionary narrative disclosures. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 13(5), 624–647.
- Solomon, J. F., Solomon, A., Joseph, N. L., & Norton, S. D. (2013). Impression management, myth creation and fabrication in private social and environmental reporting: Insights from Erving Goffman. *Accounting, Organizations and Society*, 38(3), 195–213.
- Stanton, P., & Stanton, J. (2002). Corporate annual reports: research perspectives used. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(4), 478–500.
- Stanton, P., Stanton, J., & Pires, G. (2004). Impressions of an annual report: an experimental study. *Corporate Communications: An International Journal*, 9(1), 57–69.
- Tennyson, B. M., Ingram, R. W., & Dugan, M. T. (1990). Assessing the information content of narrative disclosures in explaining bankruptcy. *Journal of Business Finance & Accounting*, 17(3), 391–410.
- Vieira, R. (2009). Paradigmas Teóricos da Investigação em Contabilidade. In M. J. Major & R. Vieira (Eds.), *Contabilidade e Controlo de Gestão - Teoria, Metodologia e Prática* (pp. 9–30). Lisboa: Escolar Editora.

Vieira, R., Major, M. J., & Robalo, R. (2009). Investigação Qualitativa em Contabilidade. In M. J. Major & R. Vieira (Eds.), *Contabilidade e Controlo de Gestão - Teoria, Metodologia e Prática* (pp. 129–161). Lisboa: Escolar Editora.

Wagner, J. (2006). Visible materials, visualised theory and images of social research. *Visual Studies*, 21(1), 55–69.

Warsame, H., Simmons, C. V., & Neu, D. (2002). Responding to “Discrediting” Events: Annual Report Disclosure Responses to Environmental Fines. *Accounting and the Public Interest*, 2(1), 22–40.

Wittgenstein, L. (1967). *Philosophical Investigations* (3rd ed.). Oxford: Basil Blackwell.

Yin, R. K. (2009). *Case Study Research: Design and Methods*. Los Angeles: SAGE.

Zeghal, D., & Ahmed, S. (1990). Comparison of social responsibility information disclosure media used by Canadian firms. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 3(1), 38–53.

Websites consultados

DST. (n.d.). Estrutura de participações do Grupo DST. Consultado a 15/12/2014, <http://www.dstsgps.com/assets/dstgroup-shareholding-structure.pdf>

DST. (n.d.). Informação Financeira. Consultado a 15/12/2014, <http://www.dstsgps.com/dst-group-pt-pt/financial-information-pt-pt-2/#!/#text>

DST. (n.d.). História. Consultado a 15/12/2014, <http://www.dstsgps.com/dst-group-pt-pt/history-pt-pt/#!/#text>

DST. (n.d.). R&C / Annual Reports. Consultado a 02/06/2014, <http://issuu.com/grupodst/stacks/42bc93b4991d478180855970602bd078>

DST. (n.d.). Sobre nós. Consultado a 15/12/2014, <http://www.dstsgps.com/dst-group-pt-pt/about-us-pt-pt/#!/#text>