

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE E ATUÁRIA
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM CONTROLADORIA E
CONTABILIDADE**

Arnaldo Augusto de Albuquerque Trigo

Alterações nos relatos integrados de alguns bancos no Brasil

São Paulo

2021

Prof. Dr. Vahan Agopyan
Reitor da Universidade de São Paulo

Prof. Dr. Fábio Frezatti
Diretor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Prof. Dr. Valmor Slomski
Chefe do Departamento de Contabilidade e Atuária

Prof. Dr. Lucas Ayres Barreira de Campos Barros
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Controladoria e Contabilidade

ARNALDO AUGUSTO DE ALBUQUERQUE TRIGO

Alterações nos relatos integrados de alguns bancos no Brasil

Versão Corrigida

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Controladoria e Contabilidade do Departamento de Contabilidade da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Nelson Guedes de Carvalho

São Paulo

2021

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação (CIP)
Ficha Catalográfica com dados inseridos pelo autor

Trigo, Arnaldo Augusto de Albuquerque.
Alterações nos relatos integrados de alguns bancos no Brasil / Arnaldo Augusto de Albuquerque Trigo. - São Paulo, 2021.
140 p.

Dissertação (Mestrado) - Universidade de São Paulo, .
Orientador: Luiz Nelson Guedes de Carvalho.

1. Comunicação na contabilidade. 2. Relações com Investidores. 3. Comunicações Voluntárias. 4. Relato Integrado. 5. Setor Bancário. I. Universidade de São Paulo. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. II. Título.

Nome: Trigo, Arnaldo Augusto de Albuquerque

Título: Alterações nos relatos integrados de alguns bancos no Brasil.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Controladoria e Contabilidade do Departamento de Contabilidade da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências.

Aprovado em: 26/05/2021

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Antônio Lopo Martinez

Instituição: FUCAPE - Externo

Julgamento: Aprovado

Profa. Dra. Elise Soerger Zaro

Instituição: UFGD - Externo

Julgamento: Aprovado

Profa. Dra. Silvia Pereira de Castro Casa Nova

Instituição: FEA - USP

Julgamento: Aprovado

Dedico este trabalho à minha família e amigos pelo apoio incondicional em todos os momentos difíceis dessa minha trajetória acadêmica.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, causa primeira de todas as coisas.

Aos meus avós maternos Manoel Varela e Luiza Gouveia por terem sido o alicerce de nossa família e exemplos de integridade. Os dois eram professores e semearam a primeira faísca de magistério.

À minha mãe Maria de Lourdes, também professora, por nunca ter medido esforços para proporcionar oportunidades, seja incentivando quando possível, seja regrando quando necessário, seja apoiando quando preciso. Todo meu amor e agradecimento.

À minha irmã, Maiza, também professora e doutoranda, que desde cedo sempre deu todo seu suporte para o meu aprendizado, me “tutorou” nos deveres de casa, trabalhos de colégio, pesquisas de faculdade. A sua ajuda e incentivo foi essencial.

Ao Professor e meu Orientador Nelson Carvalho, agradeço pelas horas despendidas revisando a evolução de meus textos, em reuniões mesmo aos sábados e domingos, além de conversas inspiradoras em sala de aula. Minha mais alta admiração pelo seu conhecimento, compreensão, paciência e polidez.

Aos amigos do curso com os quais tive alegrias e tristeza, mas que sempre estiveram ao meu lado nessa trilha. Em especial, Rodrigo Lima, Myrna Modolon, Denise & Juliana Bittar-Godinho, João Paulo Resende, Jonathan Piccolo, Renata Nogueira e Carlos Struckas. Levarei vocês sempre no coração. Dos amigos, em especial Rodrigo, que de colega de mestrado passou a amigo mais próximo em São Paulo, partilhando inclusive apartamento com ele, se tornou presença diária na minha vida e incentivador dessa pesquisa.

Aos Professores do nosso Programa de Pós-graduação que nos instruíram com altíssimo nível. Em especial aos Professores: Silvia Casanova, pelo apoio e incentivo em pesquisar; Alessandro Broedel, pelas discussões de altíssimo nível em aula e pelas oportunidades de aplicar o conhecimento na prática; Mara Malacrida, pelos ensinamentos de como se tornar um excelente professor; Eduardo Flores, pelo auxílio e conselho, muitas vezes no corredor no qual

uma conversa se tornava uma aula; e, Lucas Barros, por sua empatia e receptividade enquanto coordenador do curso.

Aos professores membros da banca Prof. Antonio Lopo, Profa. Elise Zaro e Profa. Silvia Casanova por terem se disponibilizados a avaliar e contribuir com este trabalho.

Aos Colaboradores do Programa de Pós-graduação, inclusive os da FIPECAFI, que sempre, com gentileza e solicitude, nos auxiliaram a navegar pelos mares burocráticos da USP. Em especial, Andrés, Giselle, Luigi, Gislaine e Belinda.

Aos Professores da minha graduação em contabilidade que enxergaram em mim, dentre os alunos, alguém com vocação para ensino, e me incentivaram a dar meus primeiros passos em pesquisa e em aula. Em especial, Marise Magaly e Ridaldo Medeiros.

Aos meus amigos de longa data, que atualmente estão espalhados por várias cidades, e que mesmo longe, torcem pelo meu crescimento. E aos que conquistei após a chegada em São Paulo.

À Silvia Bolognani e Rosana Freitas, que quebraram paradigmas em minha vida e me ajudaram na finalização dessa fase. Meu muito obrigado!

O presente trabalho foi realizado com apoio da Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), processo nº134186/2017-6.

“Ali onde houver o fenômeno do conhecimento,
estarão interessados, como fatores essenciais,
o sujeito, objeto e a possibilidade de o sujeito captar,
ainda que a seu modo, a realidade desse objeto”
(Paulo de Barros Carvalho, 2011, p.160)

RESUMO

Trigo, A. A. A. (2021). *Alterações nos relatos integrados de alguns bancos no Brasil* (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo.

O volume e complexidade de informações divulgadas por companhias abertas aumenta exponencialmente como consequência de atender a busca por informação de seus *stakeholders*. Com isso surge a necessidade de se estabelecer departamentos de relações com investidores bem estruturados e processos internos robustos para a função estratégica de comunicação. O relato integrado surge com a intenção facilitar o processo de conectividade da informação e sua divulgação, em especial para tomada de decisão dos detentores de capital, em relação a criação de valor no longo prazo. O objetivo desta pesquisa é observar e descrever as alterações ocorridas entre os relatórios dos bancos Itaú e Bradesco (considerados como *benchmark*) para os anos de divulgação 2015 (ano-base 2014) e 2019 (ano-base 2018) que se enquadram no modelo de relato integrado. Realizou-se uma abordagem predominantemente qualitativa, com a utilização de análise de conteúdo e de *template* e frequência de segmentos codificados concomitantemente em quatro dimensões: (I) temática (com seis categorias e 60 códigos – como “código” entenda-se classes de indexadores temáticos); (II) qualitativa/quantitativa; (III) financeira/não financeira; e (IV) temporal (histórica, prospectiva, ou sem tempo definido). A partir desses dados, fez-se a descrição e análise de cada dimensão, assim como dos cruzamentos dos códigos entre elas, até uma análise quadridimensional da frequência e suas alterações no período. Foram 23.544 unidades de código e 5.886 segmentos de texto no total. Os resultados foram discutidos no âmbito de cada dimensão, sendo observadas alterações distintas no aumento ou diminuição da frequência de segmentos entre as organizações. Contudo, os dados indicaram que houve uma convergência, nas organizações, no período, quanto ao percentual de distribuição dos códigos, das categorias não temáticas, em relação ao relatório como um todo. As principais limitações de pesquisa foram o volume de textos segmentados manualmente, o que restringe o número de companhias analisadas, a codificação que pode carregar elementos subjetivos e a ambiguidade entre os termos “Relato Integrado” e “Relatório Integrado” em pesquisas acadêmicas em português. Esta pesquisa faz uma análise empírica dos relatórios divulgados nos períodos quanto a frequência de códigos e sua distribuição nas dimensões. Esse tipo de análise pode se tornar uma ferramenta para auxiliar os *stakeholders* na avaliação das companhias, tanto num cruzamento transversal de informações quanto com o acompanhamento de sua evolução ao longo do tempo.

Palavras-chave: Comunicações na Contabilidade. Relações com Investidores. Comunicações Voluntárias. Relato Integrado. Setor Bancário.

ABSTRACT

Trigo, A. A. A. (2021). *Changes in the integrated reporting of some banks in Brazil* (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo.

The volume and complexity of information disclosed by publicly-held companies increases exponentially as a consequence of meeting the demand for information from its Stakeholders. As a result, there is a need to establish well-structured Investor Relations Departments and robust internal processes for this strategic communication function. The Integrated Reporting arises with the intention of facilitating the process of information connectivity and its dissemination, especially for decision-making by capital holders, in relation to the creation of value in the long term. The purpose of this research is to observe and describe the changes that occurred between the reports of the Itaú and Bradesco Banks (considered as benchmarks) for the years ended December 2014 – disclosed in 2015 and December 2018 – disclosed in 2019 that suited the Integrated Reporting model. A predominantly qualitative approach was carried out, with the use of content and template analysis with the frequency of segments coded concomitantly in four dimensions: (I) thematic (with six categories and 60 codes - “code” is meant as classes of thematic indexers); (II) qualitative / quantitative; (III) financial / non-financial; and (IV) time (historical, prospective, or without defined time). From these data, each dimension was described and analyzed, as well as the crossings of the codes between them, until a four-dimensional analysis of the frequency and its changes in the period. 23,544 codes units were encoded, in 5,886 text segments in total. The results were discussed in the scope of each dimension, with distinct changes in the increase or decrease in the frequency of segments between the Organizations. However, the data indicated that there was a convergence, in the Organizations, in the period, regarding the percentage of distribution of the codes, of the non-thematic categories, in relation to the report as a whole. The main research limitations were the volume of texts manually segmented, which restricts the number of companies analyzed, the coding that can carry subjective elements and the ambiguity between the terms “*Relato Integrado*” and “*Relatório Integrado*” in academic research in the Portuguese language. This research makes an empirical analysis of the reports published in the periods regarding the frequency of codes and their distribution in the dimensions. This type of analysis can become a tool to assist stakeholders in the evaluation of companies, both in a cross-checking of information and with the monitoring of their evolution over time.

Keywords Accounting Communication. Investor Relations. Voluntary Disclosure. Integrated Reporting. Banking Sector.

RÉSUMÉ

Trigo, A. A. A. (2021). *Changements dans les reporting intégrés de certaines banques au Brésil* (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo.

Le volume et la complexité des informations divulguées par les sociétés ouvertes augmentent de façon exponentielle en raison de la satisfaction à la demande d'informations de ses parties prenantes. En conséquence, il est nécessaire de mettre en place des services de relations avec les investisseurs bien structurés et des processus internes solides pour la fonction de communication stratégique. Le Reporting Intégré a pour but de faciliter le processus de connectivité de l'information et sa diffusion, en particulier pour la prise de décision par les détenteurs de capital, en relation avec la création de valeur à long terme. L'objectif de cette recherche est d'observer et de décrire les changements survenus entre les rapports de Banco Itaú et Bradesco (considérés comme de référence) pour les années de divulgation 2015 (année de base 2014) et 2019 (année de base 2018) qui correspondent au modèle de Reporting Intégré. Une approche essentiellement qualitative a été menée, avec l'utilisation de l'analyse du contenu et des *template* avec la fréquence des segments codés simultanément en quatre dimensions: (I) thématique (avec six catégories et 60 codes - comme «code» signifie des classes d'indexeurs thématique); (II) qualitatif / quantitatif; (III) financier / non financier; et (IV) temporel (historique, prospectif ou sans temps défini). A partir de ces données, chaque dimension a été décrite et analysée, ainsi que les croisements des codes entre eux, jusqu'à une analyse quadridimensionnelle de la fréquence et de ses évolutions dans la période. Au total, 23.544 unités de code ont été codées dans 5.886 segments de texte. Les résultats ont été discutés dans la portée de chaque dimension, avec des changements distincts dans l'augmentation ou la diminution de la fréquence des segments entre les organisations. Cependant, il est ressorti des données qu'il y avait une convergence, dans les Organisations, au cours de la période, en ce qui concerne le pourcentage de distribution des codes des catégories non thématiques par rapport au rapport dans son ensemble. Les principales limites de la recherche étaient le volume de textes segmentés manuellement, ce qui limite le nombre d'entreprises analysées, le codage pouvant porter des éléments subjectifs et l'ambiguïté entre les termes «*Relato Integrado*» et «*Relatório Integrado*» dans la recherche universitaire en portugais. Cette recherche fait une analyse empirique des rapports publiés dans les périodes concernant la fréquence des codes et leur répartition dans les dimensions. Ce type d'analyse peut devenir un outil pour accompagner les parties prenantes dans l'évaluation des entreprises, à la fois dans un croisement des informations et dans le suivi de leur évolution dans le temps.

Mots-clés : Communications en comptabilité. Relation avec les investisseurs. Communications volontaires. Reporting intégré. Secteur bancaire.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRASCA	Associação Brasileira de Empresas Abertas
ADRs	American Depositary Receipts
AICPA	American Institute of Certified Public Accountants
AIMR	Association for Investment Management and Research
APA	American Psychological Association
CEO	Chief Executive Officer
CFA	Chartered Financial Analyst Institute
CFC	Conselho Federal de Contabilidade
CFO	Chief Financial Officer
CPA Canada	Chartered Professional Accountants of Canada
CIPFA	Chartered Institute of Public Finance & Accountancy
ESG	Environmental, Social and Governance
EUA	Estados Unidos da América
FAF	Financial Analyst Federation
FASB	Financial Accounting Standards Board
GRI	Global Reporting Initiative
GSSB	Global Sustainability Standards Board
IASB	International Accounting Standards Board
IBRI	Instituto Brasileiro de Relações com Investidores
IFRS	International Financial Reporting Standards
IIRC	International Integrated Reporting Council
MD&A	Management Discussion and Analysis
NIRI	National Investor Relations Institute
NPS	Net Promoter Score
OBCs	Outcomes-Based Contracts
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
OFR	Operating and Financial Review
ONU	Organização das Nações Unidas
p.p.	Pontos percentuais
®	Registro de marca
R\$	Real, moeda brasileira.
SEC	Securities and Exchange Commission
SOx	Sarbanes-Oxley Law
US\$	Dólar americano
WBG	World Bank Group
<IR>	Integrated Report
<RI>	Relato Integrado

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Seis Capitais do Relato Integrado	30
Figura 2 – Background Paper Capitals	40
Figura 3 – Processo de criação de valor, preservação e desgaste.....	41
Figura 4 – Esquema de internalização do contínuo de externalidades	47
Figura 5 – Classificação de Estudos de Relatórios Anuais	58
Figura 6 – Etapas para desenvolver e testar uma codificação segundo Beattie et al (2004)	62
Figura 7 – Etapas para desenvolver e testar uma codificação segundo Beattie et al. (2004) ...	65
Figura 8 – Análise Relatórios Anuais	70
Figura 9 – Evolução dos Relatórios Anuais Divulgados pelo Itaú Unibanco a partir de 2009	71
Figura 10 – Análises Dimensionais sugeridas por Beattie et al. (2004).....	72
Figura 11 – Exemplo do código Impacto Ambiental	83
Figura 12 – Convergência Unidimensional	91
Figura 13 – Convergência das Dimensões não Temáticas	92
Figura 14 – Dispersão Bidimensional	98
Figura 15 – Dispersão Tridimensional	102
Figura 16 – Leitura da Tabela de Análise de Frequência Quadrimensional	103
Figura 17 – Leitura da Tabela de Análise Percentual Quadrimensional	104
Figura 18 – Segmentação do Bradesco 2018.....	107
Figura 19 – Segmentação do Itaú Unibanco 2018.....	107
Figura 20 – Pirâmide de Kelsen e Pirâmide da Hierarquia Católica.....	108
Figura 21 – Perfil de Diversidade do Relatório Itaú 2018.....	112
Figura 22 – Exemplo de data de encerramento do período vs. período coberto	114
Figura 23 – Exemplo de Comparabilidade	115
Figura 24 – Exemplo de Comparabilidade e Arredondamento	115
Figura 25 – Exemplo de Materialidade	116
Figura 26 – Exemplo de Segmentação de Clientes	133
Figura 27 – Exemplo de Segmentação de Clientes	133

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Comparativo das Categorias de Beattie et al (2004) e Regulamento do Prêmio ABRASCA 2019	64
Quadro 2 – Categorias Iniciais para Codificação	64
Quadro 3 – Dimensões Não Temáticas	65
Quadro 4 – Categorias Finais de Codificação	67
Quadro 5 – Lista de Códigos da Dimensão Temática	69
Quadro 6 – Análise Relatórios Anuais	75
Quadro 7 – Matrizes do Relatórios do Itaú 2018 e Bradesco 2014 e 2018	110
Quadro 8 – Matriz do Relato Integrado Itaú 2014	111

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Análise Unidimensional das Categorias das Dimensões Temáticas.....	77
Tabela 2 – Análise Unidimensional dos Códigos da Categoria “Sobre o Relatório” da Dimensão Temática	79
Tabela 3 – Análise Unidimensional dos Códigos da Categoria “Descrição Geral dos Negócios” da Dimensão Temática	80
Tabela 4 – Análise Unidimensional dos Códigos da Categoria “Objetivos Amplos” da Dimensão Temática	81
Tabela 5 – Análise Unidimensional dos Códigos da Categoria “ESG” da Dimensão Temática	82
Tabela 6 – Análise Unidimensional dos Códigos da Categoria “Stakeholders” da Dimensão Temática	86
Tabela 7 – Análise Unidimensional dos Códigos da Categoria “Informações Financeiras” da Organização da Dimensão Temática	88
Tabela 8 – Análise Unidimensional das Dimensões Não Temáticas	90
Tabela 9 – Análise Bidimensional das Dimensões Não Temáticas.....	93
Tabela 10 – Análise Bidimensional das Dimensões Não Temáticas.....	94
Tabela 11 – Análise Bidimensional das Dimensões Não Temáticas.....	95
Tabela 12 – Análise Bidimensional das Dimensões Não Temáticas.....	97
Tabela 13 – Análise Tridimensional das Dimensões Não Temáticas	99
Tabela 14 – Análise de Convergência Tridimensional das Dimensões Não Temáticas	101
Tabela 15 – Análise quadrimensional de segmentos codificados	103
Tabela 16 – Análise quadrimensional de variação percentual e absoluta dos segmentos codificados	104
Tabela 17 – Percentual de Mulheres em Altos Cargos de Gestão e Média Geral	113
Tabela 18 – Proporção do salário-base ou remuneração pagos para mulheres em relação àqueles pagos aos homens em cada categoria funcional	113

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	27
1.1	DO CONTEXTO AO PRETEXTO.....	27
1.2	OBJETIVOS.....	31
1.3	DELIMITAÇÃO.....	31
1.4	ORGANIZAÇÃO DA DISSERTAÇÃO.....	32
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	33
2.1	DAS RELAÇÕES COM OS INVESTIDORES AO RELATO INTEGRADO.....	33
2.1.1	A mudança no paradigma das Relações com Investidores.....	33
2.1.2	Breve histórico do Relato Integrado.....	36
2.2	SOBRE AS TEORIAS DA AGÊNCIA, CONTRATO E DIVULGAÇÃO.....	43
2.2.1	A Teoria da Agência e seus dilemas.....	43
2.2.2	Dos contratos e da Teoria dos Contratos.....	45
2.2.3	Da informação e da Teoria da Divulgação.....	48
3	METODOLOGIA.....	51
3.1	PARADIGMAS DE PESQUISA.....	51
3.2	ABORDAGEM METODOLÓGICA.....	57
3.3	PERCURSO METODOLÓGICO.....	62
4	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....	73
4.1	BREVE DESCRIÇÃO DA ESTRUTURA DOS RELATÓRIOS.....	73
4.2	ANÁLISE DAS DIMENSÕES.....	74
4.3	ANÁLISE UNIDIMENSIONAL.....	76
4.3.1	Análise Unidimensional da Dimensão Temática por Categoria.....	76
4.3.2	Análise Unidimensional das seis Categorias da Dimensão Temática.....	78
4.3.3	Análise Unidimensional das Dimensões não Temáticas.....	89
4.4	ANÁLISE BIDIMENSIONAL DAS DIMENSÕES NÃO TEMÁTICAS.....	92
4.5	ANÁLISE TRIDIMENSIONAL DAS DIMENSÕES NÃO TEMÁTICAS.....	98
4.6	ANÁLISE QUADRIMENSIONAL.....	102
4.7	UMA ANÁLISE REFLEXIVA E COMPREENSIVA.....	106
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	119
	REFERÊNCIAS.....	125
	APÊNDICES.....	133
	ANEXOS.....	135

1 INTRODUÇÃO

1.1 DO CONTEXTO AO PRETEXTO

O contexto da pesquisa, para além de atuar como uma abertura para o tema sob o qual se dedica este trabalho, anuncia de certa forma o pretexto da investigação. Pois embora se tenha como relativamente consolidados alguns aspectos acerca do Relato Integrado (<RI>), ignorar sua complexidade e a influência das muitas variáveis que atuam sobre ele somente denuncia que ainda há uma longa jornada a percorrer na compreensão e amadurecimento de sua utilização.

Diante das constantes crises econômicas e sociais que surgem neste primeiro quartil do século XXI, as pesquisas no âmbito do Relato Integrado recordam a relevância das informações não financeiras nos relatórios das organizações. Nas palavras de Bertrand Badré¹, acerca dos pilares do Relato Integrado, “*We believe that better information can help to improve governance, accountability, and rebuild trust in a post-crisis global economy where raising capital and promoting sustainable growth are essential.*”² (CIPFA & WBG, 2016)

Parafraseando o título do livro de Badré (2018), convém questionar sempre se podem as instituições financeiras – em particular os bancos – auxiliar o bom funcionamento dos mundos econômicos e sociais, ou se ao menos ferramentas como o Relato Integrado podem ser utilizadas para amenizar o impacto das crises financeiras, políticas e sociais pela compreensão dos avanços e retrocessos, seja no âmbito qualitativo ou quantitativo de seus relatórios anuais. Isso porque numa economia cada vez mais interligada, o reconhecimento da relevância dos ativos intangíveis, geralmente não contemplados nas demonstrações financeiras pela sua característica intrínseca, avançou nas últimas décadas como uma resposta ativa à necessidade de posicionamento frente a cenários plurais.

Refletindo os novos desafios impostos pelos contextos políticos, sociais e econômicos do século XX, com reflexos diretos no âmbito da comunicação corporativa, o Relato Integrado tornou-se uma reconhecida e poderosa ferramenta de informações de desempenho e tendências empresariais, acima e além dos relatórios contábil-administrativos e que transcendem o mero

¹ Bertrand Badré foi CFO (*Chief Financial Officer*) do *Crédit Agricole Group*, da *Société Générale* e do *World Bank Group (WBG)*. Sua nomeação em 2012, sob a presidência de Jim Yong Kim, se deu em meio à reação do WBG diante da necessidade de estimular e apoiar instrumentos inovadores para gerir os impactos da crise financeira de 2008 que ainda se sentiam naquele ano.

² Tradução livre do autor: “Acreditamos que melhores informações podem ajudar a melhorar a governança, a responsabilidade e a reconstruir a confiança em uma economia global pós-crise, na qual levantar capital e promover o crescimento sustentável são essenciais”

espectro financeiro. Neste sentido, as métricas que alimentam a matriz financeira são conjugadas aos objetivos estratégicos da entidade, sem descuidar do papel ambiental, social e de governança.

Para além de cumprir o seu perfil num horizonte contábil, o Relato Integrado contempla (ou deveria contemplar) informações qualitativas, prospectivas e de natureza não financeira que refletem a responsabilidade ambiental, social e de governança da empresa, rompendo com o modelo tradicional que enfatiza informações financeiras retrospectivas e quantificadas (Beattie, McInnes, & Fearnley, 2004).

Esta visão holística dos Relatos Integrados já era recomendada pela *UK Accounting Standards Steering Committee* em seu Relatório Corporativo na década de 1970, com críticas diretas aos relatórios focados tão somente na perspectiva administrativo-financeira (Owen, 2013), refletindo uma miopia financeira que distanciava o fato de suas causas diretas e/ou indiretas. A visão de Owen sobre essa problemática incide na necessidade de se rever os próprios paradigmas do valor competitivo das empresas. Embora esta crítica permaneça latente nos dias atuais, vê-se indícios que há uma visão razoavelmente consolidada de que o valor competitivo não está somente ligado às variáveis econômicas, mas também políticas e sociais.

A mudança de paradigma exigiu, e ainda permanece exigindo, que a própria concepção dos relatórios das organizações transcenda o foco unidirecional e enraizado em matrizes ultrapassadas. Ao recuar um pouco no tempo, Habermas (2012) recorda que os pressupostos da economia clássica, convocaram sempre um sistema legal que promovesse alguma segurança para que o indivíduo racionalizasse sua atividade econômica com foco unidirecional ao lucro. Tão atual quanto pertinente, esta reflexão adequa-se ao discurso dos múltiplos capitais atuais.

Considerando o devido distanciamento e contexto histórico sobre a afirmação de Habermas, no século passado a prática de uma boa governança passou a exigir cada vez mais atenção sobre as diferentes e voláteis variáveis que interagem sobre as organizações.

Ao convocar o pensamento de Maurice Halbwachs acerca das morfologias sociais, compreende-se que em toda a comunidade humana os níveis de interação entre as variáveis sociais e econômicas são demasiado estreitos e profundamente permeados de influências de seus intervenientes. Assim, empresas, bolsas de valores, organismos político-administrativos, perdem sua abstração quando aceitamos que todas estas instituições são formadas e influenciadas por grupos humanos (Halbwachs, 2010). Mas em que sentido esta reflexão se relaciona com o Relato Integrado? A resposta pode estar na imensa capacidade de influência dos *stakeholders*, que refletem seu contexto e se movimentam numa massa crítica quase sempre silenciosa, mas capaz de provocar grandes efeitos sobre governos e empresas.

É possível que a massa crítica presente nas primeiras décadas do século XX tenha influenciado diretamente as empresas e os governos no sentido de provocarem uma revisão dos formatos dos relatórios das organizações, permitindo a emergência do <RI> como um modelo viável e para atender suas expectativas diante dos novos contextos e desafios a eles interligados.

Já nos primeiros anos da década de 70, executivos de grandes empresas como a Hewlett-Packard, Procter & Gamble, 3M e Shell International, investiam em atividades de aprendizagem organizacional voltadas a uma reeducação das práticas de gestão e promoção de um pensamento sistêmico com foco na criação de significado e definição de perspectivas (Senge, 2008, p. 20).

A abordagem “sistêmica” referida por Senge no âmbito de uma (re)aprendizagem das organizações, não se restringe à matriz cartesiana, mas em muito se aproxima dos conceitos fundamentais que emergiram da Teoria Geral do Sistema da década de 1950. Reflete a linha proposta por Von Bertalanffy na defesa de que os elementos do conjunto estão ligados por relações, ao mesmo tempo que denota a visão de Edgar Morin de que a inter-relação entre os elementos, indivíduos e ações se refletem na organização da unidade global (Durand, 1992).

A aprendizagem organizacional tornou-se uma prática comum às grandes empresas, vindo a perder força ou transformar-se no final do século XX. Sobre aprender e mudar frente aos novos desafios impostos às empresas e às pessoas, Philip Kotler recorda que Richard Love, CEO (*Chief Executive Officer*) e cofundador da Hewlett Packard, afirmava que “O ritmo de transformação é tão rápido que a capacidade de mudar se transformou numa vantagem face à concorrência” (Kotler, 2013, p. 19).

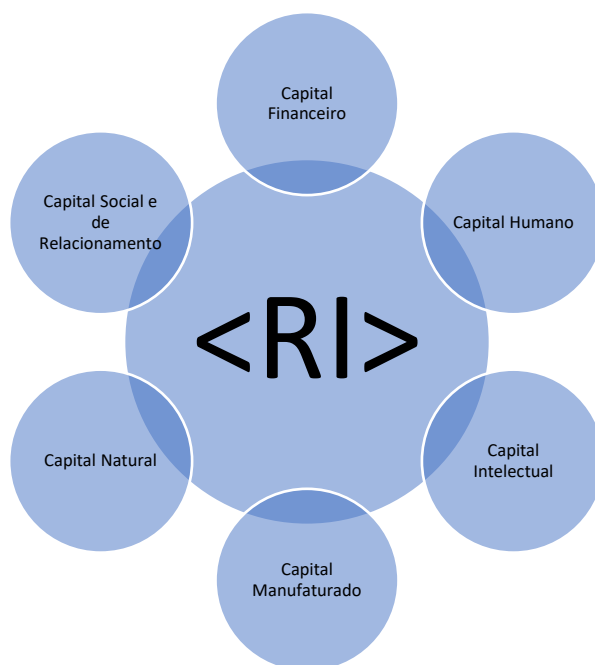
A reflexão de Kotler não restringe à esfera privada dos negócios, pois assim como as empresas, as matrizes de gestão da administração pública se viram sob o mesmo desafio imposto ao mundo dos negócios; muitas vezes, sob os mesmos tipos de influências econômico-sociais ou à necessidade de reajustamento às novas realidades.

A necessidade de evolução esteve na origem de uma das mais discutidas e paradigmáticas experiências do gênero na esfera pública que resultou no Código King I. No âmbito de um estabelecimento de Princípios de Governança Corporativa, o Código King I da África do Sul em 1994, destaca-se pelo seu pioneirismo.

Quer seja no microcosmo das empresas ou no macrocosmo das nações, o Relato Integrado talvez se configura atualmente como uma ferramenta estratégica assentada sob um *framework* de múltiplos capitais. Definidos como reservas de valor que devem ser mantidas com foco num fluxo de benefícios futuros, o *International Integrated Reporting Council* (IIRC) estabeleceu que ao capital financeiro devem somar-se o capital humano, intelectual,

manufaturado, natural, social e de relacionamento (Technical Task Force of the International Integrated Reporting Council, 2013).

Figura 1 – Seis Capitais do Relato Integrado



Fonte: Adaptado do IIRC (2013).

Os seis capitais estabelecidos pelo IIRC (Figura 1) são relacionais e podem ser acumulados ou sofrerem perdas consoante as forças externas que atuam sobre eles. Da mesma forma, as relações entre os seis capitais influenciam-se mutuamente, de modo que o aumento de um pode resultar na diminuição do outro a este associado. Também é importante ressaltar que nem todos constituem a esfera de bens que são de propriedade da organização, revelando uma complexidade que pode converter-se em ameaça quando não considerada de forma adequada pela organização.

O sistema de capitais múltiplos ao mesmo tempo que representa um avanço significativo no alinhamento da comunicação não financeira das organizações aos novos contextos, apresenta novos e complexos desafios na análise dos Relatos Integrados. Como consequência, nos Relatórios Anuais de organizações podem ser verificados avanços e/ou retrocessos na divulgação de informações prospectivas, não financeiras, qualitativas ou mesmo sobre a diversidade de informações que integram os mesmos relatórios.

1.2 OBJETIVOS

De característica predominantemente qualitativa e tendo como objeto de análise os relatórios anuais publicados por duas grandes organizações bancárias brasileiras de capital privado nos anos de 2015 e 2019, esta pesquisa pretende responder à seguinte pergunta: **Como se deram as alterações nas informações divulgadas nos anos 2015 e 2019 nos Relatórios Integrados do Itaú Unibanco e Bradesco?**

Em linha com este objetivo, apresentam-se os seguintes objetivos específicos da pesquisa:

- a) Descrever e comparar se houve aumento de percentual na divulgação de informações prospectivas divulgadas nos Relatórios Integrados do Itaú Unibanco e Bradesco nos anos de 2015 e 2019;
- b) Descrever e comparar se houve aumento de percentual na divulgação de informações não financeiras divulgadas nos Relatórios Integrados do Itaú Unibanco e Bradesco nos anos de 2015 e 2019;
- c) Descrever e comparar se houve aumento de percentual na divulgação de informações qualitativas divulgadas nos Relatórios Integrados do Itaú Unibanco e Bradesco nos anos de 2015 e 2019;
- d) Descrever e comparar se houve alteração na distribuição da informação divulgada em categoria de códigos nos anos de 2015 e 2019;
- e) Analisar a diversidade de informações e as alterações ocorridas nos anos de 2015 e 2019;

1.3 DELIMITAÇÃO

Partindo do objeto de análise (Relatórios Anuais) e dos objetivos definidos, esta pesquisa delimitou-se em verificar e analisar os avanços e retrocessos nas informações divulgadas entre 2015 e 2019 nos Relatórios Anuais de duas grandes organizações bancárias privadas brasileiras.

Sendo o universo das empresas brasileiras demasiado alargado para se explorar nesta dissertação e consciente das limitações impostas pela complexidade do tema de estudo, foram selecionados os Relatórios Anuais das organizações que figuraram consistentemente entre melhores relatórios do Prêmio ABRASCA, tomando as instituições bancárias Bradesco e Itaú como fontes primárias e os períodos de 2015 (primeiro ano de divulgação em ambas as

instituições) e 2019 (último relatório pré-COVID) como o enquadramento temporal do estudo. Esta decisão justifica-se pela necessidade de gerir o volume de dados e viabilizar a análise no âmbito dessa dissertação, e ao mesmo tempo usando como elemento de pesquisa instituições que tem se demonstrado pioneiras em tais Relatórios.

1.4 ORGANIZAÇÃO DA DISSERTAÇÃO

Expostos o contexto e o pretexto e apresentados o tema, objetivos e delimitações da pesquisa, faz-se necessário brevemente expor a estrutura do trabalho. Neste sentido, esta dissertação está organizada em três partes distintas, sendo a primeira delas de ordem formal e sistêmica, “Visto que a investigação é um processo estruturado (ou seja, há regras a que o investigador deve obedecer para a realizar)” (Tuckman, 2012, p. 63).

Nesta primeira parte, temos o capítulo Introdução subdividido em três seções, onde apresentamos o contexto e o pretexto da pesquisa, seus objetivos e delimitações, recordando-se que alguns aspectos serão retomados no capítulo da abordagem metodológica.

A segunda parte do trabalho traz os capítulos Referencial Teórico e Abordagem Metodológica subdivididos em seções de forma a melhor dispor as informações de âmbito teórico.

A terceira e última parte traz as análises, considerações finais e conclusões do estudo, bem como, indica as limitações encontradas e sugere caminhos para maiores e mais aprofundadas pesquisas no âmbito deste tema.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação assenta-se em dois eixos de enquadramento teórico que dialogam entre si: o primeiro enquadramento centra-se numa breve apresentação da evolução histórica do objeto desta pesquisa, explorando em linhas gerais desde a criação dos departamentos de relações com investidores, passando pela evolução dos relatórios financeiros e finalmente a concepção do relato integrado como resposta aos novos cenários; o segundo contribui diretamente com o primeiro à medida em que expõe três abordagens teóricas diretamente relacionadas ao âmbito “relacionamento e comunicação entre os *stakeholders* e as organizações”.

O trio teórico, composto pela teoria da agência, teoria do contrato e teoria da divulgação, aborda os aspectos da assimetria informacional e as dinâmicas dos *inputs* e *outputs* e suas expectativas e níveis de divulgação, todos com relação estreita com o relato integrado.

Em linhas gerais, o conjunto teórico apresenta um aporte reflexivo sobre o qual se sustenta a presente pesquisa. Particularmente, no suporte às linhas de análise dos aspectos temáticos, temporais (prospectivo, histórico e sem tempo definido), qualitativo/quantitativo e financeira/não financeira, presentes nos relatórios anuais.

2.1 DAS RELAÇÕES COM OS INVESTIDORES AO RELATO INTEGRADO

2.1.1 A mudança no paradigma das Relações com Investidores

De acordo com o *National Investor Relations Institute* (NIRI, 1995), o reconhecimento da importância de lidar com os acionistas de uma empresa parece ter surgido primeiro no início dos anos 1950. O retorno dos soldados da 2ª guerra mundial criou um período de prosperidade pós-guerra e impulsionou o *boom* do mercado de ações, atraindo muitos acionistas pessoa física ao mercado. Em 1953 nos EUA, a General Electric Co. tornou-se a primeira empresa a criar um departamento específico de Relações com Investidores (NIRI, 1995). Nesse período ainda se discutia a nomenclatura utilizada, *Shareholder Relations* ou *Investor Relations*. Optou-se pela segunda por ter uma maior amplitude. Em 1958, a *American Management Association* já organizava conferências sobre relações com investidores. Outras conferências e reuniões deram origem à *Investor Relations Association*, que em 1969 se transformou no *National Investor Relations Institute*.

Nas décadas seguintes, uma intensa evolução no panorama das empresas alterou a perspectiva estratégica de suas áreas e no início dos anos 90 a área de Relações com Investidores era uma das áreas de comunicação corporativa que mais cresciam (Dolphin, 2004; Register, 1990). Esse crescimento viria a consolidar este cenário, de forma que muitos departamentos de relações com investidores aparecerem na década de 90 (Rao & Sivakumar, 1999).

Mas seria o *boom* do mercado de ações no pós-guerra e a crescente entrada de acionistas pessoa física no mercado que teria motivado essa mudança de paradigma nas empresas? De fato, o novo cenário político-econômico-social mundial empurrou as empresas para um ajustamento às “novas regras do jogo” e o crescimento dos departamentos de relações com investidores foi uma resposta à crescente sofisticação dos mercados de capitais mundiais (Marston, 1996).

O pensamento corporativo igualmente sofisticou-se na comunicação com os investidores, vindo a tornar-se uma reconhecida ferramenta estratégica à medida em que as organizações contemplavam a necessidade crescente de ser melhor entendida por “públicos-chave”, em especial os fornecedores de capital (Dolphin, 2004).

O que se verifica não é apenas uma mudança na visão administrativa das empresas, mas sobretudo uma mudança na visão estratégica da comunicação corporativa com foco no mercado, uma visão que parece cada vez mais atual. Neste sentido e de forma ainda mais alargada, Hoffmann e Fieseler (2012) afirmam que as organizações devem considerar a função de relações com investidores, como algo mais do que apenas uma ferramenta de relatórios financeiros que almejam reforçar seu desempenho de mercado.

A preocupação com o delineamento de uma postura unificada ou pelo menos, de parâmetros a serem considerados nas relações com investidores, levou alguns institutos especializados em relações com investidores a divulgarem parâmetros de boas práticas. De acordo com o Instituto Nacional de Relações com Investidores dos EUA (NIRI):

Investor relations is a strategic management responsibility that integrates finance, communication, marketing and securities law compliance to enable the most effective two-way communication between a company, the financial community, and other constituencies, which ultimately contributes to a company's securities achieving fair valuation. (Adopted by the NIRI Board of Directors, March 2003)³ (NIRI, 2021)

³ Tradução livre do autor: “As Relações com Investidores são uma responsabilidade de gestão estratégica que integra finanças, comunicação, marketing em conformidade com a lei de valores mobiliários para permitir a comunicação bidirecional mais eficaz entre uma empresa, a comunidade financeira e outros constituintes, o que, em última análise, contribui para que os valores mobiliários de uma empresa alcancem uma avaliação justa [Adotado pelo Conselho de Diretores do NIRI, março de 2003]”

No mesmo sentido, o Instituto Brasileiro de Relações com Investidores (IBRI), fundado em 1997, apresenta em seu website a seguinte definição para as Relações com Investidores (definição adotada neste trabalho):

É o conjunto de atividades, métodos, técnicas e práticas que, direta ou indiretamente, propiciem a interação das áreas de Contabilidade, Planejamento, Comunicação, Marketing e Finanças, com o propósito de estabelecer uma ligação entre a administração da empresa, os acionistas (e seus representantes) e os demais agentes que atuam no mercado de capitais e que integram a comunidade financeira nacional ou internacional. (IBRI, 2021)

A ligação entre a administração e os investidores deve ser pautada em parâmetros informacionais pluridirecionais. Como justificativa a esta visão, o posicionamento de Marston e Straker (2001) sugere que Relações com Investidores são as comunicações de informações relacionadas a uma empresa para a comunidade financeira, analistas, investidores e potenciais investidores. Para promover e gerir uma comunicação eficaz, faz-se necessário que as organizações compreendam a relevância de um departamento voltado para este fim. Atualmente, toda organização listada em bolsa, a depender de seu tamanho, tem em diferentes graus um departamento de Relações com Investidores responsável pela troca de informações entre a organização e seus *stakeholders*.

Brown (1994), ao descrever a proposta de se ter um departamento de Relações com Investidores, aponta como principal atributo fornecer aos investidores presentes e potenciais um retrato preciso do desempenho e das perspectivas de uma empresa. Tuominen (1997) vai mais além e afirma que o objetivo das Relações com Investidores é criar uma interação de longo prazo entre a organização e seus parceiros, diretos e indiretos na comunidade de investidores.

Mas o relacionamento em si é dependente de aspectos gerenciais que não podem ser suprimidos na prospecção de parceiros. Como também, é preciso equacionar o que torna a relação mais atrativa aos investidores, pois estes estão mais inclinados a investir em uma empresa que apresente um programa bem-organizado e controlado de relacionamento (Craven & Marston, 2002). Por esta razão que Brown (1997) questiona até que ponto as Relações com Investidores estão preocupadas com o desempenho social corporativo e chega à conclusão de que desempenho social era um assunto de crescente interesse no último quartil do século XX, embora ainda mantivesse alguns vícios e costumes que deveriam ser superados.

De fato, a profissão de Relações com Investidores esteve nas últimas décadas preocupada com a interface entre a empresa e sua administração de um lado, e os acionistas do outro, de forma que o papel das Relações com Investidores escapou amplamente à análise

científica e escrutínio acadêmico (Brennan & Tamarowski, 2000). Um contexto que pode, em alguma medida, ser explicado pela lentidão com que algumas mudanças nas políticas estratégicas demoram para ser incorporadas em alguns segmentos.

As entrevistas feitas junto a profissionais de Relações com Investidores, no contexto da pesquisa de Brian J. Bushee e Gregory S. Miller Bushee, intituladas *Investor Relations, Firm Visibility, and Investor Following* (Bushee & Miller, 2012), revelaram que entre os motivos mais comuns pelos quais as empresas iniciavam seu programa de Relações com Investidores destacaram-se as preocupações da administração sobre o preço das ações da empresa ou a base de investidores, as mudanças regulatórias (por exemplo, SEC – *Securities and Exchange Commission, Sarbanes-Oxley* – SOx) que gerariam procura para auxiliá-los a navegar pelos requisitos das novas regras, e por fim, grandes eventos tais como fusão, cisão, ou abertura e fechamento de capital.

As preocupações da administração das empresas sobre o preço das ações justificam-se à medida que estas percebem-se como responsáveis pelos resultados, ainda que muitas vezes ignorem o fato de que ao disponibilizarem informações compreensíveis aos seus investidores, estão aumentando a atratividade de seu negócio. No cenário idealizado do “mercado eficiente”, proposto pelo professor Eugene Fama, o preço das ações de uma empresa seria definido levando-se em consideração todas as informações disponíveis, não havendo muito o que a empresa ou os seus profissionais pudessem fazer sobre o preço das ações (Fama, 1970).

Para a validade da hipótese dos mercados eficientes, as informações sobre as empresas não têm custos, estão disponíveis para todos e, o mais importante, podem ser facilmente compreendidas por todos os investidores potenciais. A proposição de Fama (1970) conjuga-se com uma viabilização eficiente do Relato Integrado, onde o desenvolvimento de uma política de relações com os investidores em que relatórios que transcendem os limites do capital financeiro possam refletir o compromisso econômico-social das organizações com seus investidores.

2.1.2 Breve histórico do Relato Integrado

Observa-se que a mudança de paradigma na relação com os investidores permitiu a emergência do Relato Integrado, mas também nota-se que antes de sua introdução já se afirmava que uma empresa é responsável por seus acionistas na mesma medida em que tem responsabilidade com outros *stakeholders* (Desmond, 2000).

Como contribuintes para a geração de valor sustentável a longo prazo, cada parte interessada precisa estar engajada em diálogo dinâmico e produtivo para garantir que suas necessidades (em todos os assentos da mesa) sejam compreendidas e o relacionamento gerenciado efetivamente. Todavia, não se pode ignorar os custos incorridos num maior engajamento das Relações com Investidores, os quais devem ser equacionados tendo em conta a sua importância para as empresas e o seu papel estratégico na organização.

Embora possa-se identificar muitos estudos tratando deste tema, devido à sua dimensão e complexidade, parecem ainda ser insuficientes. Ao considerar a estreita relação temática e casuística entre os temas, percebe-se que podem ser abordados de forma independente e inter-relacional. Particularmente, por talvez a própria abordagem de Relato Integrado ainda ser relativamente recente e como tal, carecer de um amadurecimento de suas linhas consolidadoras.

Como já referido no início deste trabalho, o uso pioneiro do Relato Integrado se deu em 1994 na África do Sul com o lançamento do primeiro Código King dos Princípios de Governança Corporativa da África do Sul, comumente conhecido como “King I”⁴ (Gleeson-White, 2014). É importante ressaltar o contexto favorável em que se desenvolve este embrionário relatório, pois tudo ocorre num momento em que este país africano estava embarcando no caminho para uma democracia real e o setor privado reconheceu que também precisava de um novo sistema de governança. (Stewart, 2010)

O relatório King II surge menos de uma década depois (2002), igualmente inserido em outro contexto favorável que se desenvolvia no âmbito da Cúpula da Terra de Joanesburgo⁵. Desta vez, tentou-se corrigir alguns pontos de fragilidade detectados no King I e foi introduzido o conceito ampliado de “Relatório Integrado de Sustentabilidade” com bases nas recomendações do GRI - *Global Reporting Initiative*⁶ (Gleeson-White, 2014).

O avanço qualitativo na perspectiva ampliada dos relatórios deve-se em muito às inovações no âmbito da governança, revisão da legislação e relação com investidores. A abrangência dos relatórios das organizações pode muitas vezes transpor as realidades de um único mercado e gerar crises de confiabilidade.

Mais uma vez, ao retomar o discurso do contexto como variável de influência às mudanças, vale recordar que os dois anos antecessores ao relatório King II são particularmente

⁴ Segundo (Gleeson-White, 2014), o termo King I foi adotado em homenagem a Mervyn King, juiz da Suprema Corte da África do Sul.

⁵ A Cúpula da Terra de 2002 teve como tema o “Desenvolvimento Sustentável” e tentou-se, de alguma forma, resgatar e consolidar os compromissos firmados na Agenda 21 do encontro de 1992 (Rio 92).

⁶ Publicados pela GSSB – *Global Sustainability Standards Board*, as normas GRI podem ser adotadas, em parte ou no seu todo, por qualquer organização pública ou privada que esteja desenvolvendo um relatório ampliado de impactos econômicos, ambientais e/ou sociais (GRI, 2020).

turbulentos no mundo empresarial internacional, fortemente abalado pela crise de confiabilidade que se instaurava no mercado de capitais norte-americano.

No ano de 2000 haviam sido descobertas a falsificação de resultados contábeis com lucro superavaliado em US\$1,5 bilhões da Xerox e a Delphi Corporation havia inflacionado seu lucro líquido em cerca de US\$202 milhões (Cunha, Silva, & Fernandes, 2013, p. 38). No ano seguinte, houve uma “queda generalizada nos níveis de preços das ações em várias bolsas mundiais” devido aos diversos escândalos contábeis, em sua maioria iniciados após o “escândalo *trigger*” da Enron e seu uso indiscriminado de *off balance sheet liabilities* (Cunha, Silva, & Fernandes, 2013, p. 38).

No mesmo ano em que se discutia sustentabilidade no evento internacional da Cúpula da Terra de Joanesburgo (2002) e eclodiam escândalos da Global Crossing, WorldCom e Adelphia, é instituída nos Estados Unidos da América (EUA) a Lei Sarbanes-Oxley, popularmente conhecida pelo acrônimo SOx. O volume de escândalos contábeis ocorrido no intervalo entre 2000 e 2002 gerou prejuízos à imagem contábil e ativou o alerta nos EUA quanto à urgência de se rever as políticas e mesmo a legislação que regulava os relatórios financeiros das empresas (Rezaee, 2005).

A norma de reformas corporativas proposta pelos senadores Paul S. Sarbanes e Michael Oxley, foi introduzida em 30 de julho de 2002 e teve impacto direto sobre todas as empresas registradas na SEC. No caso brasileiro, todas as empresas detentoras de *American Depositary Receipts* (ADRs), negociados em bolsas norte-americanas, estão submetidas às normativas da SOx (Silva & Robles Junior, 2008).

Embora a Sarbanes-Oxley esteja circunscrita ao mercado dos EUA, sua exigência de cumprimento de um código de ética por parte dos executivos reflete características semelhantes ao Relatório King II no que se refere às questões de transparência e integridade. Contudo, deve-se ressaltar que a SOx é muito mais assertiva, especialmente pelo seu foco na defesa e supervisão dos mercados financeiros. Em outras palavras, enquanto uma apresenta diretrizes para as empresas (King II), a outra (SOx) atua largamente sobre governança corporativa e a supervisão dos mercados de capitais (PricewaterhouseCoopers, 2003).

Os abalos de 2002 sobre a gestão da informação e a comunicação da organização com seus *stakeholders* revelaram a fragilidade do mercado, das ferramentas regulatórias e da confiança na sua geração de resultados. Pode-se afirmar que as demonstrações financeiras muitas vezes apontam para dificuldades em creditar ao capital intelectual o seu devido valor na criação de riqueza. Para o Professor Baruch Lev, houve uma transformação nos modelos

econômicos na qual a riqueza passou a ser criada principalmente pelo conhecimento e outros ativos intangíveis (Lev, 2001).

Eccles e Krzus (2010) publicaram em 2010 a sua “versão” de Relato Integrado em seu livro *One report: Integrated reporting for a sustainable strategy* demonstrando o impacto dos relatórios de informações financeiras e não financeiras sobre os demais.

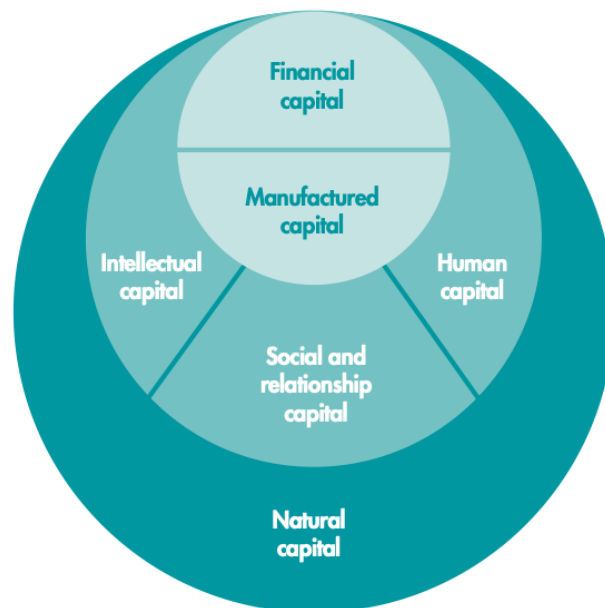
O reconhecimento público internacional do Relato Integrado como um poderoso instrumento para as organizações viria a ser estabelecido quase uma década depois. Em agosto de 2010, foi formado o *International Integrated Report Committee* (posteriormente passaria de *Committee* para *Council*).

O recém-criado IIRC emitiu seu primeiro *Discussion Paper* em 2011 com vistas a “atender às necessidades do século XXI” por meio da construção “sobre os fundamentos do relatório financeiro, de gestão, governança e remuneração e sustentabilidade de uma forma que reflita sua interdependência”. E logo em sua primeira página, destacava o título *The world has changed – reporting must too* (IIRC, 2011).

O IIRC continua a destacar o papel do Relato Integrado como a estratégia perseguida na criação de valor a longo prazo que deve ser percebida pelos investidores. Neste sentido, deve fornecer *insights* sobre a influência de fatores externos, recursos e relacionamentos, bem como, a respeito do uso que faz desses elementos na criação de valor e sustentabilidade de longo prazo. Ainda assim, é importante lembrar que o IIRC não define como deve ser o Relato Integrado e que informações devem estar inseridas no relatório.

O IIRC recomenda que sejam contemplados no Relato Integrado seis capitais de valor: Capital Financeiro; Capital Manufaturado; Capital Intelectual; Capital Humano; Capital Social e de Relacionamento; e Capital Natural (Figura 2).

Figura 2 – Background Paper Capitals



Fonte: IIRC (2013).

A promoção dos seis capitais a serem considerados no Relato Integrado opera como um farol indispensável a indicar uma rota mais segura diante de tempestades. No Brasil, as diretrizes da Associação Brasileira de Empresas Abertas (ABRASCA), do *Global Reporting Initiative* (GRI) e do *International Integrated Reporting Council* (IIRC) atuam como parâmetros a serem seguidos pelas empresas, particularmente pelos bancos na divulgação de seus relatórios anuais (Tavares, Henrique, Manoel, Santos, & Fernandes dos Santos, 2018).

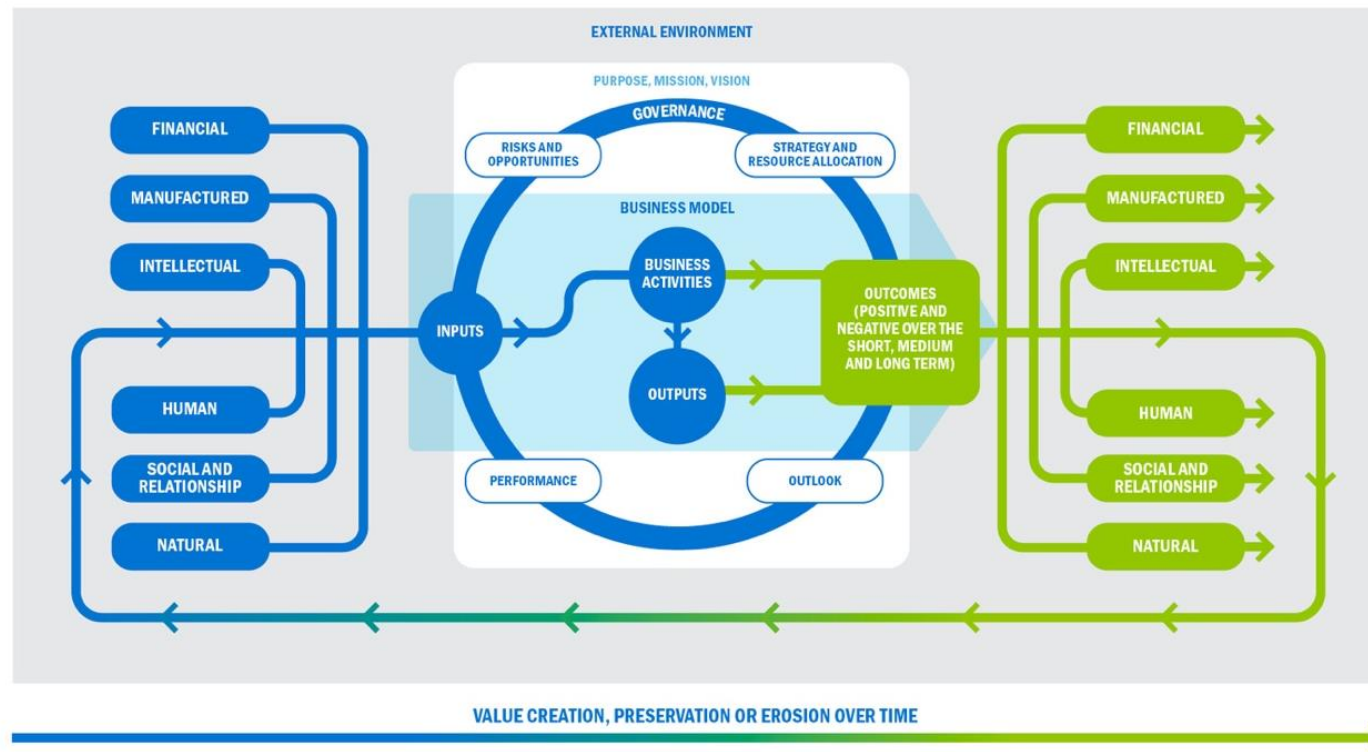
O *framework* do Relato Integrado não descreve especificamente quais medidas informar (como faz o GRI) nem define claramente o que seria “criação de valor” (Dumaya, Bernardi, Guthrie, & Demartini, 2016). Ao referir-se ao processo de criação de valor, preservação e desgaste (Figura 3), o IIRC recorda que os seis capitais de valor atuam mais como uma matriz dinâmica do que como uma caixa fechada, recordando que *The capitals are stocks of value that are affected or transformed by the activities and outputs of an organization.*⁷ (IIRC, 2017).

⁷ Os capitais são estoques de valor que são afetados ou transformados pelas atividades e resultados de uma organização

Figura 3 – Processo de criação de valor, preservação e desgaste



Figure 2. Process through which value is created, preserved or eroded



www.integratedreporting.org

Fonte: (IIRC, Get to grips with the six capitals, 2017) (em português em Anexos).

Ainda que as críticas às imperfeições no *framework* do Relato Integrado possam ser cabíveis e contribuam diretamente com reflexões em prol de seu aperfeiçoamento, não se pode ignorar as fragilidades que persistem na proposição aberta da IIRC. A preocupação quanto à larga margem de ajuste que cada organização pode fazer para compor o relatório à sua maneira, mesmo que considere em seu conteúdo a maioria dos capitais recomendados, pode resultar na geração de “relatórios” denominados por “integrados”, mas que não cumprem os objetivos do Relato Integrado (Raulinajtys-Grzybek & Świdorska, 2017).

Para além de muitas empresas ainda não terem aderido ao Relato Integrado, à diversidade de tipos e formas de relatos adotados soma-se a permanente necessidade de se aprimorar o relacionamento entre os sócios e os investidores Tavares et al. (2018), apontando que este não é um problema propriamente latino, mas transversal às diferentes culturas e organizações na construção de interpretações diversas para o Relato Integrado. Se por um lado o IIRC indica que o Relato Integrado é um documento mais conciso, algumas organizações insistem em entendê-lo como uma conjugação de documentos, um tipo de relatório não-financeiro que apresenta o relatório de sustentabilidade e a demonstração não-financeira combinados num único documento (Paugam, 2018). Em outras palavras, mais um relatório, agora “menos financeiro”. A visão heterogênea do Relato Integrado pode ter em sua base a estrutura aberta das diretrizes do IIRC nos seus *frameworks*, ou mesmo a própria resistência encontrada pelas organizações na estruturação de um modelo de documento que satisfaça aos seus diversos *stakeholders* e ao mesmo tempo ao mercado. Isso porque os capitais intangíveis são sempre mais difíceis de definir e geram, conseqüentemente, versões distintas de sua compreensão enquanto criação de valor de longo prazo.

Por vezes se revela uma insatisfação crescente com as informações financeiras/não-financeiras que pode ter sua origem na transição do modelo anterior de demonstração de resultados para um modelo de capitais de valor onde se apresenta ativos de longo prazo. As dinâmicas de ajustamento na atuação de diversas entidades, por mais que apresentem boas intenções, não podem ignorar o fato de que muitas dessas insatisfações são corroboradas por evidências empíricas. Da mesma forma, os múltiplos e não lineares ajustamentos ignoram as décadas de empenho do *International Accounting Standards Board* (IASB) e do *Financial Accounting Standards Board* (FASB) em promover a melhoria dos relatórios contábeis na sua utilidade, critérios e relevância (Lev, 2018).

Alguns estudos têm proposto a utilização de uma comunicação dialógica bidirecional nos relatórios de forma a mitigar os problemas de interpretação ou mesmo de valorização do Relato Integrado com vistas à uma comunicação mais eficaz e de conectividade. Estes modelos

em grande medida extrapolam os cenários das empresas e se aproximam mais das propostas do IIRC, mas ainda assim podem ser mais eficazes em contextos específicos onde o valor de mercado é mais volátil às influências externas de comunicadores terceiros, denominados por não-financeiros. Este recurso pode ser interessante na promoção do engajamento dos *stakeholders*, em especial os *shareholders*, nas causas defendidas pela organização dentro do seu prisma de capitais. Essa abordagem associa-se a aspectos da teoria da comunicação para explorar medidas eficazes na viabilização de um Relato Integrado mais “adequado” nas organizações.

A adoção da perspectiva dialógica simétrica de mão-dupla, onde são privilegiados os fatores contextuais e interacionais do micro e macro contextos, pode contribuir diretamente para uma comunicação mais eficaz entre a organização e seus distintos públicos (Brennan & Merkl-Davies, 2018). Esta proposta, segundo os autores, pode minimizar os graus de insatisfação ocasionados por falhas na comunicação e que eclodem no ativismo dos *shareholders* da organização, como já se pode verificar em alguns protestos organizados nos EUA e na Europa.

A interconectividade dos elementos constantes no Relato Integrado termina por bem ilustrar sua própria complexidade e graus de desafio que impõe às organizações, governos e pesquisadores. A heterogeneidade nas definições não se restringe à compreensão do documento em si, mas expandem-se mesmo para questões linguísticas.

2.2 SOBRE AS TEORIAS DA AGÊNCIA, CONTRATO E DIVULGAÇÃO

Em sintonia com o tema desta pesquisa e na esfera das relações entre a organização e seus investidores, será apresentada uma breve exposição em torno da Teoria da Agência, Teoria do Contrato e Teoria da Divulgação. O objetivo desta abordagem é oferecer alguns subsídios, ainda que breves, para a compreensão destas três teorias, as quais são elencadas como importantes para o constructo teórico deste trabalho.

2.2.1 A Teoria da Agência e seus dilemas

Antes de se adentrar na apresentação da Teoria da Agência, importa recordar que a relação entre estratégias de maximização de valor, prospecção de capitais e relação com investidores não se circunscreve ao território do Relato Integrado e já se manifestava mesmo muito antes dele emergir no seio do pensamento contábil. Da mesma forma, a gestão de capitais

próprios e alheios estiveram no cerne dos problemas inerentes a estas inter-relações e já se faziam sentir suas “ranhuras” na década de 1930.

Neste sentido, Jensen e Meckling (1976) iniciam seu artigo clássico da Teoria da Firma com uma citação muito relevante do estudioso e economista escocês Adam Smith, que em seu livro “A Riqueza das Nações” explica o conflito que pode existir entre os agentes de uma organização:

The directors of such ‘[joint-stock]’ companies, however, being the managers rather of other people’s money than of their own, it cannot well be expected, that they should watch over it with the same anxious vigilance with which the partners in a private copartnery frequently watch over their own. Like the stewards of a rich man, they are apt to consider attention to small matters as not for their master’s honour, and very easily give themselves a dispensation from having it. Negligence and profusion, therefore, must always prevail, more or less, in the management of the affairs of such a company.⁸ (Smith, 1937, p.700, citado por Jensen & Meckling, 1976)

Dada a natureza sensível dos investimentos na esfera de relacionamento entre a empresa e seus públicos, os conflitos passaram a ser compreendidos como uma fragilidade que deveria ser equacionada no âmbito das estratégias de criação de valor. É nesse “caldo” temático que a Teoria da Agência ganha forma e relevância.

Descrevendo sobre o conflito de agência, Lopes e Martins (2007, p. 28; 30) afirmam que “o surgimento da corporação moderna com propriedade separada da gestão criou a possibilidade para que conflitos de interesse pudessem surgir entre diferentes níveis” e que “o mundo real opera com grandes diferenças informacionais entre os agentes. Essas diferenças, inclusive, estão no cerne do surgimento da contabilidade”.

Para Jensen e Meckling (1976) a entidade, como definida nos IFRS, ou firma para os autores é uma “caixa preta” manuseada por meio de *inputs* e *outputs* para maximizar o valor da mesma. A partir dessa observação, os autores apontam que até aquele momento não existia nenhuma teoria que explicasse como os possíveis interesses conflitantes entre os participantes de tal firma ainda assim poderiam atingir um equilíbrio de forma a alcançar o resultado esperado pela firma. Nesse mesmo artigo, são discutidos os custos de agência que são os meios pelos

⁸ Tradução livre do autor: “Contudo, não se pode esperar que os membros do conselho dessas empresas (de sociedades por ações), por serem os administradores do dinheiro alheio e não do próprio dinheiro, o protejam com a mesma vigilância atenta que os sócios de uma empresa privada costumam dedicar ao próprio dinheiro. Como os capatazes de um homem rico, eles tendem a se envolver em detalhes não necessariamente visando a honra de seus senhores, e muito facilmente concedem permissão a si mesmos para tanto. A negligência e a profusão, portanto, devem sempre prevalecer, em maior ou menor grau, na administração dos negócios de uma empresa como essa”.

quais os principais exercem algum tipo de controle (monitoramento ou incentivo) sobre os agentes de forma a limitar possíveis divergências de interesses e com o objetivo de limitar qualquer atividade incompatível do agente.

Com foco muito bem definido no espaço da governança corporativa, a Teoria da Agência explora as condições de governança e suas inter-relações com a resiliência organizacional ou ainda, as pressões da demanda institucional (Masa, Partyka, & Lana, 2020). Explora também, o comportamento dos agentes, o reconhecimento do capital humano e intelectual da organização. Este enquadramento da teoria reflete o compromisso e as expectativas estabelecidas entre aquele que contrata e o que é contratado para com a empresa e seus investidores. Esse mecanismo simplifica a compreensão da empresa como uma agência que capta recursos gerenciais para atender às suas necessidades.

É neste aspecto que Jensen e Meckling (1976, p. 89) definem a relação de agência como sendo “um contrato sob o qual uma ou mais pessoas [o(s) principal(is)] emprega uma outra pessoa (agente) para executar em seu nome um serviço que implique a delegação de algum poder de decisão ao agente”. Assim, tem-se o principal que contrata e delega poderes para que um agente atue em seu nome. Aponta-se ainda que a maior parte da firma e organizações não são nada além de ficções legais, pois só existem realmente em forma de contrato como um ponto de conexão entre um conjunto de contrato entre pessoas. E que existe somente vários contratos entre a ficção legal (firma) e cada uma das várias pessoas responsáveis pelos *inputs*.

A contratação não elimina o conflito, apenas transfere o foco de sua gestão para outras mãos, pois desde que haja interesses divergentes entre participantes de uma organização, haverá conflito de agência.

2.2.2 Dos contratos e da Teoria dos Contratos

De acordo com a Teoria Contratual da Firma, nas palavras de Lopes e Martins (2007, p. 32), “a empresa é vista como um conjunto de contratos entre os diversos participantes. Cada participante contribui com algo para a firma e, em troca, recebe sua parte do bolo”. Essa dinâmica de ação e retribuição, típica nos processos de contrato, pode se manifestar em várias vertentes, podendo inclusive compreender as organizações como aglomerados de contratos ou geradores de contratos. Nessa linha, Shyan Sunder ao abordar a Teoria da Contabilidade e do Controle, refere que:

Três ideias são centrais para o entendimento da contabilidade e do controle nas organizações. Primeiro, todas as organizações são conjuntos de contratos entre indivíduos ou grupos de indivíduos. Segundo, a provisão de informação compartilhada entre as partes contratantes ajuda a desenhar e a implementar esses contratos. Finalmente, o controle nas organizações é um balanceamento ou equilíbrio sustentável entre os interesses de seus participantes. (Sunder, 2014, p. 3)

A pressão por resultados foi, continua e, muito possivelmente, continuará a ser uma força de influência sobre os contratos e seus agentes na gestão dos riscos. Os problemas de conscientização acerca dos valores e prazo que anteriormente apontamos no âmbito do Relato Integrado, são retomados na Teoria dos Contratos. Em especial, nos casos em que a dinâmica de contratualização dos gestores apoia-se nos resultados.

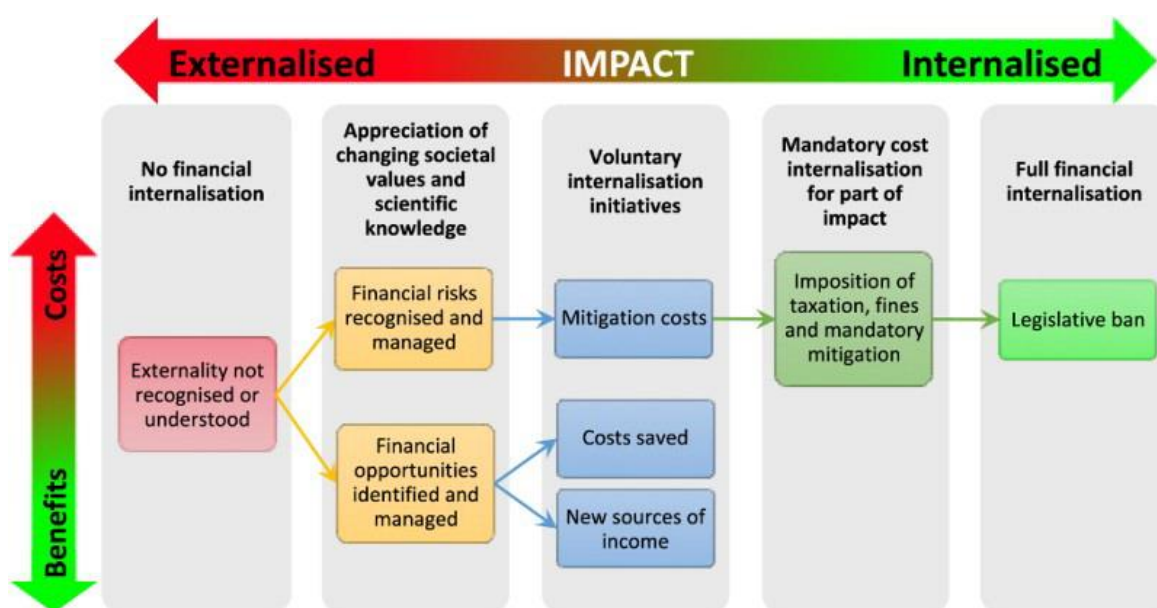
Como toda a relação baseada em resultados está sujeita aos conflitos pertinentes às pressões internas e externas à organização, a prática de contratos baseados no risco do desempenho levanta preocupações que transcendem o foro contábil. Não se pode ignorar que os sistemas conhecidos como *Outcomes-Based Contracts* (OBCs), aplicáveis em empresas de diferentes dimensões, refletem uma saída (socialmente arriscada) para a partilha do risco (Schneider, Davies, & Scheibling, 2019). É claro que esta é uma reflexão particular, mas revela a “ponta do iceberg” quanto às muitas variantes que emergem no âmbito da “contratualização”.

Seguindo esse raciocínio, ainda segundo Sunder (2014), o Governo enquanto um agente pode desempenhar vários papéis em outras organizações, dentre os quais o de estabelecer leis e regras que devem ser obrigatoriamente seguidas pelos outros agentes. Nesse papel, entra o poder regulador do Governo, assim como o seu poder de fiscalizar a aplicação das normas estabelecidas.

Nesse momento faz-se necessário apontar a principal diferença entre a Teoria dos Contratos e a Teoria do Sunder. A primeira toma por ponto de vista a organização em si, e os *inputs* e *outputs* que os participantes agregam à organização por meio de suas relações contratuais. Já na Teoria de Sunder a relação é observada do ponto de vista dos próprios participantes sendo importante mensurar as contribuições (*contributions*) e direitos (*entitlements*). Em uma formatação mais atual, o Relato Integrado leva em consideração não só os *inputs* e *outputs* mas também *outcomes* das relações. No contexto da Estrutura Internacional para Relato Integrado (IIRC, 2014, p. 33): *inputs* são “os capitais (recursos e relacionamentos) utilizados pela organização em suas atividades empresariais”; *outputs* são “os produtos e serviços de uma organização, bem como quaisquer subprodutos e resíduos”; e, *outcomes* são “os impactos são as consequências internas e externas (positivas e negativas) para os capitais, decorrentes das atividades empresariais e dos produtos da organização”.

De forma que a comunicação dos resultados e a relação com investidores seja mais eficiente, as empresas não podem descuidar igualmente do contrato social estabelecido com seus *stakeholders* e *shareholders*. Ao combinar elementos da Teoria do Contrato Social de Hobbes à Teoria dos Contratos tratada aqui, particularmente no engajamento de seus vários agentes na geração de valor de longo prazo, a contratualização é posta sob a égide contínua das “externalidades”. Este princípio alinha-se com os seis capitais de valor propostos pelo IIRC, muito particularmente na natureza, mas com desdobramentos no capital humano e social.

Figura 4 – Esquema de internalização do contínuo de externalidades



Fonte: Unerman, Bebbington, e O’Dwyer (2018).

As externalidades positivas e negativas atuam em fluxo contínuo sobre as organizações, podendo ser internalizadas financeiramente e refletirem-se no Relato Integrado como capitais de valor. Compreendendo o valor e a influência das externalidades como variáveis que atuam sobre os diferentes públicos e mercados, as organizações podem direcionar esforços sobre uma externalidade, reduzindo custos e mesmo atuando sobre novas fontes de receitas (Unerman, Bebbington, & O’Dwyer, 2018).

A Teoria dos Contratos aplica-se em muitos aspectos a diferentes tipos de organizações e, em muitos casos, ao mesmo tempo em que revela fragilidades, fornece elementos para reflexões na direção de soluções aplicáveis. O desafio imposto aos gestores e às organizações públicas e privadas está na cautela sobre os riscos e oportunidades que as contratualizações podem trazer aos seus diferentes públicos.

2.2.3 Da informação e da Teoria da Divulgação

Antes de entrar na reflexão em torno da Teoria da Divulgação, convém recordar a relevância da informação no seio das comunidades e suas organizações públicas e/ou privadas. A informação sempre foi uma ferramenta de poder, e como bem refere Manuel Castells (2013, p. 41), “Poder é a capacidade relacional que permite ao actor social influenciar de forma assimétrica as decisões de outro(s) actor(es) social(ais) no sentido do favorecimento da vontade, interesses e valores do actor com poder”. Em outras palavras o poder é fruto de uma relação e a informação é um ativo de poder.

Assim, o fluxo eficiente das informações numa organização é tão ou mais importante que a própria informação em si. Quando suprimida ou alterada, suas assimetrias podem causar vários e distintos impactos na compreensão e valorização do Relato Integrado e a atividade contábil está na linha de frente deste conflito de poder e batalha pela redução das assimetrias informacionais.

Neste sentido, pode-se “entender a contabilidade como um conjunto de mecanismos dedicados à redução da assimetria informacional, ao delineamento de incentivos e à estruturação e sinalização de mecanismos de avaliação de desempenho ou, de forma mais ampla, como uma instituição social” (Cardoso, Saravia, Tenório, & Silva, 2009, p. 776).

Leuz (2010) afirma que a academia fornece quatro motivos como justificativa para a regulamentação das atividades de divulgação das demonstrações financeiras das empresas. Elas são: a criação de externalidades (que podem ser positivas para a empresa), economia de custos para o mercado como um todo, sanções e *deadweight cost* por fraudes e conflitos de agência que poderiam ser atenuados pela divulgação.

O alto nível de competitividade, cada vez mais estabelecido em nossa sociedade, exige que os dados financeiros ultrapassem o paradigma quantitativo, pois já não são considerados suficientes como fonte de informações acerca do real processo de criação de valor de uma organização. Pode-se inclusive afirmar que cada vez mais os *stakeholders* procuram informações que estão para além das já limitadas demonstrações financeiras.

To serve the information needs of the market and provide the information required for corporate transparency and accountability, there is now a consensus that the business reporting model needs to expand beyond the traditional financial reporting model that emphasizes backward-looking, quantified, financial information (e.g., Elliott, 1992; AICPA,

1994; Wallman, 1995, 1996, 1997; ICAS, 1999; Lev and Zarowin, 1999; Lev, 2001; FASB 2001a; and ICAEW, 2003). (Beattie, McInnes, & Fearnley, 2004, p. 206).⁹

O *American Institute of Certified Public Accountants* (AICPA), em alguma extensão equivalente ao Conselho Federal de Contabilidade no Brasil, publicou um relatório em 1994 que ficou conhecido como *Jenkins Report* (AICPA, 1994) esse relatório teve por objetivo melhorar a qualidade das comunicações feitas ao mercado, adotando um foco no *stakeholder*, em especial nos investidores e credores. Em resumo, este relatório sugeria oito tópicos de informações a serem abordados pelas companhias (dados financeiros, dados operacionais, análise da administração, informações prospectivas, informações sobre gestão e acionistas, objetivos e estratégia, e descrição dos negócios).

Nesses últimos anos pôde-se observar uma mudança, a nível global, com a incorporação de uma comunicação mais narrativa nos relatórios anuais com aumento do foco para o Relatório da Análise Gerencial da Operação (conhecido na maioria dos países como *Management Discussion and Analysis Statement / MD&A* ou como *Operating and Financial Review / OFR* na Inglaterra) como grande passo nesse sentido. A comunicação corporativa se consolidou enquanto campo de pesquisa interdisciplinar e atividade estratégica das companhias (Fombrun & van Riel, 1997).

Além do AICPA, outros reguladores também perceberam a importância dessas informações e estabeleceram normas e diretrizes para a divulgação desse tipo de informação. O *Chartered Professional Accountants of Canada* (CPA Canada) – igualmente em alguma extensão equivalente ao Conselho Federal de Contabilidade Brasileiro (CFC) – também emitiu um relatório com diretrizes para o MD&A abrangendo: estratégia, principais determinantes (ou *drivers*) de desempenho, capacidades, resultados e riscos (CPA Canada, 2014). Ainda em 2002, o IASB inseriu em sua agenda de pesquisa os MD&As.

Inicialmente nos EUA, a *Association for Investment Management and Research* (AIMR) – atualmente conhecida por *Chartered Financial Analyst Institute* (CFA) e anteriormente conhecida por *Financial Analyst Federation* (FAF) – criou um *ranking* para analisar e classificar a qualidade da divulgação de informações. Outros *rankings* surgiram como o do *Standard & Poor's*. O *ranking* da AIMR foi descontinuado em 1997 para o ano base de

⁹ Tradução livre do autor: Para atender às necessidades de informação do mercado e fornecer as informações necessárias para a transparência e responsabilidade corporativa, agora há um consenso de que o modelo de relatório de negócios precisa se expandir para além do modelo de relatório financeiro tradicional que enfatiza as informações financeiras retrospectivas e quantificadas.

1995. No Brasil, a ABRASCA criou em 1999 um *ranking* conhecido por Prêmio ABRASCA (*Ranking*).

Como recorda Kjellin (2017) além da construção de *rankings* por entidades, houve o desenvolvimento de índices de divulgação construídos por pesquisadores, também conhecidos por *self-constructed index*, nos quais a quantidade e tipo de divulgação/informações pode usada como *proxy* para qualidade de divulgação (Kjellin, 2017; Cooke, 1992; Botosan, 1997; Lang & Lundholm, 2000; Alencar, 2005; Francis, Nanda & Olsson, 2008; Múrcia & Santos, 2009).

3 METODOLOGIA

Essa seção examina o método de pesquisa adotado para este estudo, a amostra utilizada, o nível de disponibilidade de documentos e sua representatividade.

Essa pesquisa busca explorar a importância dos Relatórios Anuais no formato do Relatório Integrado feitas pelos departamentos de Relações com Investidores no contexto bancário brasileiro e procura descrever a evolução na estratégia (tanto de forma quanto de conteúdo) dessas comunicações ao mercado.

3.1 PARADIGMAS DE PESQUISA

A number of authors (e.g., Brownell, 1995, p. 2) describe accounting researchers as ‘parasites’ who prey on the work of others to generate their findings. The term may be an overstatement, but as with most rash generalisations it contains more than a germ of truth: accounting researchers have little theory of their own (they rely on economics, finance, psychology, sociology and organisational behaviour as their major sources); they have no methods of their own (they are all adapted from the natural and social sciences); and they have few instruments of their own (with many of these originating in or adapted from the organisational behaviour literature)¹⁰ (Smith, 2003, p. 1)

Ao falar da necessidade que a pesquisa em contabilidade tem de buscar teorias e métodos em outras áreas, Smith (2003) explicita a importância de ver este campo de pesquisa não como isolado dos demais, mas enquanto parte de um construto passível de investigação que está abrangido pelas questões das ciências sociais. Por este motivo, é preciso atentar para o fato de que a adoção da metodologia esteja vinculada ao objeto de investigação, necessitando esta metodologia ser entendida como procedimental e sistematizada (Kerlinger, 1986; Richardson, 1989; Maxwell, 1992), sendo o mais importante considerar a atenção e o rigor depreendidos na análise dos dados (Creswell, 2007; Minayo, 2013; Flick, 2009), independentemente do campo de pesquisa.

Assim, este paradigma de pesquisa está bem enquadrado pela filosofia moderna, desde o entendimento da pesquisa como a mudança de uma situação indeterminada para uma situação

¹⁰ Tradução livre do autor: “Uma série de autores (por exemplo, Brownell, 1995, p. 2) descrevem os pesquisadores em contabilidade como “parasitas” que se alimentam do trabalho de outros para gerar suas descobertas. O termo pode ser um exagero, mas, como na maioria das generalizações afoitas, contém mais do que um germe de verdade: os pesquisadores em contabilidade têm pouca teoria própria (dependem da economia, finanças, psicologia, sociologia e comportamento organizacional como suas principais fontes); eles não possuem métodos próprios (são todos adaptados das ciências naturais e sociais); e eles têm poucos instrumentos próprios (com muitos deles originados ou adaptados da literatura de comportamento organizacional).

determinada pela transformação de elementos fragmentados do cenário original em um elemento unificado (Dewey, 1960), permitindo a compreensão de que a condição absoluta para que uma situação deva ser sujeita à análise é a existência da dúvida (Abbagnano, 2007), onde a questão de investigação se insere – para Lakatos e Marconi (1991), seria a formulação do problema; para (Quivy & Campenhoud, 2005), a pergunta de partida. No caso desta pesquisa, retoma-se a pergunta: *Como se deram as alterações nas informações divulgadas entre 2015 e 2019 nos Relatórios Integrados do Itaú Unibanco e Bradesco?*

Tendo como orientadores os objetivos delineados para responder à questão de investigação, os processos de descrição e comparação das informações divulgadas (sejam estas prospectivas, não financeiras ou qualitativas) e a análise da diversidade dessa informação e alterações ocorridas nos Relatórios Anuais, considerando os anos de divulgação 2015 e 2019, invocam uma codificação das informações para um procedimento metodológico de análise qualitativa. Somente a partir deste tratamento científico, será possível entender o *status* (Lakatos & Marconi, 1991) das informações divulgadas, estando fora do escopo dessa pesquisa analisar o nível de qualidade das informações publicadas nessas comunicações feitas.

Sobre a abordagem adotada, a validade e a confiabilidade

Uma investigação pode, de forma geral, adotar três tipos de abordagem: quantitativa, qualitativa ou mista. Enquanto a abordagem quantitativa tem meios estritos de medida, buscando fornecer resultados sem distorção, e, genericamente, o tratamento de dados é realizado pela descrição e/ou inferência dos resultados obtidos através do uso de programas de estatísticas (como o SPSS®, R e Stata®), a abordagem qualitativa tem base interpretativa, buscando a explicação das particularidades do problema, preocupando-se com a complexidade dos processos. No entanto, a adoção de uma abordagem mista requer a utilização de ferramentas e procedimentos de ambas as abordagens quantitativa e qualitativa, estando a sua escolha vinculada ao objeto da pesquisa e as decisões do percurso metodológico (Diehl & Tatim, 2004).

Enquanto Sarantakos (2005) aponta críticas tanto à metodologia quantitativa quanto à qualitativa em relação especialmente à questão da objetividade-relatividade, Bernstein (1983) supera esta dicotomia, entre o relativismo e o objetivismo, evidenciando que não existe uma única forma de produção de conhecimento e/ou um meio metodológico único de conduzir uma investigação. Acrescenta López-Barajas Zayas (2006) que um tratamento empírico estatístico já não era suficiente para o tratamento de necessidades sociais contemporâneas contempladas

nas investigações das ciências sociais, emergindo a necessidade da adoção de abordagens qualitativa e mista para o referido campo de pesquisa.

Entretanto, se a abordagem metodológica está vinculada ao objeto de pesquisa, a validade deve ser entendida não como “Validity is not an inherent property of a particular method, but pertains to the data, accounts, or conclusions reached by using that method in a particular context for a particular purpose”¹¹ (Maxwell, 1992, p. 284).

Diante da discussão sobre validade, Guba e Lincoln (Guba & Lincoln, 1981; Lincoln & Guba, 1985) exploraram critérios específicos para a abordagem qualitativa e demonstraram as evidências encontradas. Quarenta anos depois, as lentes sobre o rigor estão diretamente focalizadas na responsabilidade do investigador e na transparência do processo metodológico.

Especificamente para esta pesquisa, a abordagem qualitativa constitui a opção metodológica, em que os Relatórios Anuais sofrem um processo de (des)construção, sendo desconstruídos em seu formativo discursivo, e construídos enquanto dados para uma análise temática de caráter descritivo com o intuito de “descobrir os núcleos de sentido que compõem uma comunicação, cuja presença ou frequência signifiquem alguma coisa para o objeto analítico visado” (Minayo, 2013, p. 316).

Sobre as escolhas de delimitação da fonte de dados

Dado o caráter qualitativo escolhido e uma vez que não se tem como objetivo a generalização dos resultados, dois aspectos foram considerados para a delimitação da fonte de dados do objeto de pesquisa: a natureza dos documentos e o universo de empresas brasileiras. Conhecendo o caráter de divulgação voluntária dos Relatórios Anuais em acordo com o *framework* do IIRC, estes constituíram como objeto de informação espontânea de análise.

Sabendo-se da extensão do universo de empresas brasileiras passíveis de análise, inicialmente buscou-se *rankings* que analisassem e classificassem a qualidade da informação divulgada em Relatórios Anuais de empresas de capital aberto.

Na busca por um *ranking* que tivesse representatividade, optou-se pelo *Ranking* da ABRASCA. Dentre as organizações associadas à ABRASCA, as empresas de capital aberto “associadas somam mais de 80% do valor de todas as ações negociadas na Bolsa brasileira, evidenciando sua alta representatividade”. Já quanto ao prêmio e seu *ranking*, esse foi

¹¹ Tradução livre do autor: “uma propriedade inerente a um determinado método, mas que diz respeito aos dados, contas ou conclusões alcançadas pela utilização desse método em um contexto particular para um propósito particular”

“Instituído pela ABRASCA em 1999 com o objetivo de incentivar o aprimoramento da elaboração de relatórios com maior clareza, transparência, qualidade e quantidade de informações e caráter inovador, tanto na apresentação expositiva quanto no projeto gráfico”. (ABRASCA, 2021)

Partindo do *Ranking* do Prêmio ABRASCA, procurou-se observar quais organizações figuraram, de forma consistente entre as dez primeiras colocadas desse prêmio na categoria de “empresas de capital aberto: companhias com receita líquida igual ou acima de R\$ 3 bilhões” nas edições do prêmio entre 2009 e 2019 (11 edições). Com esses dados, observou-se que somente o Itaú Unibanco participou de todas essas edições do prêmio entre as dez primeiras colocadas do *Ranking*, seguida do Bradesco que figurou em dez edições, não tendo figurado entre os dez primeiros colocados no ano de 2011. A título exemplificativo, a Engie figurou seis vezes nessas edições, já a EDP, a Light e a Petrobrás em cinco edições cada. Além disso o Itaú Unibanco foi o ganhador da Edição de 2019 do prêmio. Tomando por parâmetro a consistência nessas últimas edições do Prêmio ABRASCA, optou-se pela utilização das instituições bancárias Itaú e Bradesco como fontes primárias.

Quanto à delimitação temporal, esta foi analisada sob a ótica do primeiro ano no qual as duas organizações divulgaram relatórios de acordo com o *framework* do IIRC. O Itaú publicou em 2014 (referente ao de 2013) seu primeiro Relato Integrado. Já o Bradesco publicou em 2015 (referente ao ano de 2014) um Relatório Anual já em acordo com o *framework* do IIRC. Assim, a delimitação temporal decorreu da sobreposição desses relatórios divulgados pelas duas empresas (em 2015) e o último relatório, pré-COVID-19 (divulgado em abril 2019), compreendendo um intervalo de lacuna temporal de cinco anos.

Nesse momento, pode surgir o questionamento do motivo da não utilização do último relatório (divulgado em 2020), mesmo que durante a pandemia da COVID-19. A pandemia teve reflexo em todo o setor empresarial, em especial no âmbito administrativo de organizações que dentre algumas das soluções, iniciou (ou intensificou) o trabalho remoto. Não há como medir esse impacto e o viés que o evento COVID-19 causou. Como suporte nesse sentido, a própria ABRASCA, no Prêmio de 2020 de Melhor Relatório Anual, prorrogou os prazos de entrega dos Relatórios para análise.

(...) PRORROGAÇÃO DO PRAZO DE ENTREGA

Confira abaixo os critérios de tempestividade e novos prazos de entrega. Não deixe de inscrever seu Relatório Anual na Premiação mais importante da categoria no Brasil.

Confira os novos prazos de entrega:

Até 29 de maio de 2020 – 2 (dois) pontos de bonificação na média geral;
Até 30 de junho de 2020 – 1 (um) ponto de bonificação na média geral;
Até 31 de agosto de 2020 – nenhuma bonificação. (ABRASCA, 2020)

Sobre a coleta de dados e as escolhas para o seu tratamento

O fenômeno a ser explorado das informações disponibilizadas nos relatórios já delinea o itinerário de coleta de dados. Três dos Relatos Integrados foram retirados diretamente do site de Relações com Investidores das duas organizações, em um caso, foi necessário solicitar ao departamento de Relações com Investidores da Organização. Cada Organização para cada ano de corte temporal, nomeou seu Relatório de forma diferente. Itaú chamou de Relato Integrado em 2014 e de Relatório Anual Integrado em 2018 e o Bradesco de Relatório Anual em 2014 e de Relatório Integrado em 2018. Ignorou-se a nomenclatura do documento, desde que estivesse em acordo com o *framework* do IIRC.

Estes Relatórios se constituem como os documentos cujas informações serão tratadas e este tratamento pode seguir diversos caminhos. Bowen (2009, p. 27, tradução livre do autor) sugere que a análise documental é “*a systematic procedure for reviewing or evaluating documents*”¹². Enquanto este procedimento analítico envolve processos de busca, seleção, avaliação e síntese dos dados; é na análise de conteúdo que os dados provenientes de documentos constroem um novo diálogo, pois estão sujeitos à organização em indicadores, subcategorias, categorias e dimensões (Bardin, 2011; Gomes, 2013; Minayo, 2008; 2013). Neste trabalho, a metodologia da análise de *template* também foi utilizada devido a sua versatilidade e adaptabilidade na codificação. Vale ressaltar que o estudo de um fenômeno pode invocar a combinação de metodologias sem qualquer prejuízo no tratamento dos dados, como propõe Denzin (1970) e Flick (2005, 2009) ao evocarem a possibilidade da triangulação de dados.

A coleta e o tratamento dos dados revelam-se numa relação intrínseca e, diante da existência de estudos similares, estão sujeitos a uma categorização constituída de elementos *a priori* e *a posteriori*, não havendo caráter excludente entre estes processos (Vala, 2014). O processo de categorização emerge dos dados, podendo as categorias fixadas *a priori* serem substituídas ou complementadas por novas categorias.

¹² Tradução livre do autor: “um procedimento sistemático para revisão e avaliação de documentos”

Sobre a escolha pela Análise de Conteúdo

Os principais estudos de índice de divulgação baseiam-se em grande parte nos princípios gerais da análise de conteúdo (ou temático), um método assente nas propostas clássicas de Holsti (1969) e Bardin (2011) e bem estabelecido nas ciências sociais (Boyatzis, 1998; Krippendorff, 1980; e Weber, 1985).

Segundo Weber (1985), a análise de conteúdo envolve classificar unidades de texto em categorias. Para que sejam desenhadas inferências válidas, é importante que o procedimento de classificação seja confiável e válido, devendo as variáveis geradas representarem os dados existentes. Enquanto Krippendorff (1980) descreve três tipos de confiabilidade – estabilidade (a medida em que o mesmo codificador é consistente ao longo do tempo ao codificar o mesmo conteúdo); reprodutibilidade (até que ponto diferentes codificadores produzem os mesmos resultados ao codificar o mesmo conteúdo); e precisão (até que ponto a classificação do texto corresponde a um padrão ou norma), Weber (1985) descreve quatro tipos de validade: de face interna (refere-se à correspondência entre a definição dos investigadores de um conceito e a categoria que o mede); de hipótese (a correspondência entre as variáveis produzidas pela análise de conteúdo e pela teoria); preditiva (extensão em que as previsões baseadas na análise de conteúdo têm poder preditivo); e, finalmente semântica (extensão em que unidades de texto colocadas na mesma categoria concordam em ter significados ou conotações semelhantes.

Tomando os princípios da proposta de Bardin (2011), as etapas a serem executadas na análise de conteúdo são de: 1. pré-análise, através de uma primeira sistematização de indicadores condizentes com a leitura dos dados coletados, iniciada por uma leitura flutuante; 2. exploração do material, que consiste na codificação propriamente dita, através da identificação das unidades de registro e da definição de categorias do *corpus* a ser analisado – o processo de categorização consiste na redução textual em unidades significativas (Minayo, 2013); e 3. tratamento dos resultados, inferência e interpretação, em que as informações categorizadas são condensadas e destacadas, revelando a justa-/sobreposição dos conteúdos e temas, suscetível de interpretação inferencial, permitindo assim uma análise reflexiva e crítica.

O analista, tendo à sua disposição resultados significativos e fiéis, pode então propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objetivos previstos –, ou que digam respeito a outras descobertas inesperadas. Por outro lado, os resultados obtidos, a confrontação sistemática com o material e o tipo de inferências alcançadas podem servir de base a uma outra análise disposta em torno de novas dimensões teóricas (Bardin, 2011, pp. 127-128).

Com base em Bardin (2011), esta pesquisa percorreu as seguintes fases para efetuar a análise de conteúdo: a leitura geral do material coletado (relatórios); a codificação temática dos dados, utilizando inclusivamente categorias pré-existentes; o recorte semântico dos dados para distribuição nas categorias e subsequente agrupamento, sendo verificada pela aplicação do critérios de exclusão mútua e de homogeneidade; e, por fim, a análise dos dados pelo tratamento inferencial e interpretativo dos mesmos.

King, Brooks e Tabari (2018, p. 184) afirmam que “*In qualitative research, it is important to be clear about the distinction between method (the particular techniques used to collect and analyze data) and methodology (the general approach taken to carrying out a piece of research).*”¹³. Seguindo essa distinção, o Método será tratado na Abordagem Metodológica e a Metodologia no Percurso Metodológico.

3.2 ABORDAGEM METODOLÓGICA

Worldwide, regulators view narrative disclosures as the key to achieving the desired step-change in the quality of corporate reporting. In recent years, accounting researchers have increasingly focused their efforts on investigating disclosure and it is now recognised that there is an urgent need to develop disclosure metrics to facilitate research into voluntary disclosure and quality.¹⁴ [(Core, 2001) citado por Beattie et al. (2004), p. 205]

Sobre os Estudos de Relatórios Anuais

Atendendo ao chamado feito por John Core, editor do *Journal of Accounting and Economics* e Professor no MIT Sloan School (Massachusetts Institute of Technology Sloan School of Management), para o desenvolvimento de novas métricas e modelos para atender às expectativas da academia e do mercado, Vivien Beattie, Bill McInnes e Stella Fearnley desenvolveram um modelo de análise de conteúdo de narrativas de Relatórios Anuais com base numa estrutura quadrimensional. Parte desse modelo foi inspirada nas categorias do *Jenkins Report* da AICPA no que se refere à base de codificação de tópicos e em seguida expandido para incorporar uma classificação em três tipos de atributos (chamados de Dimensões não

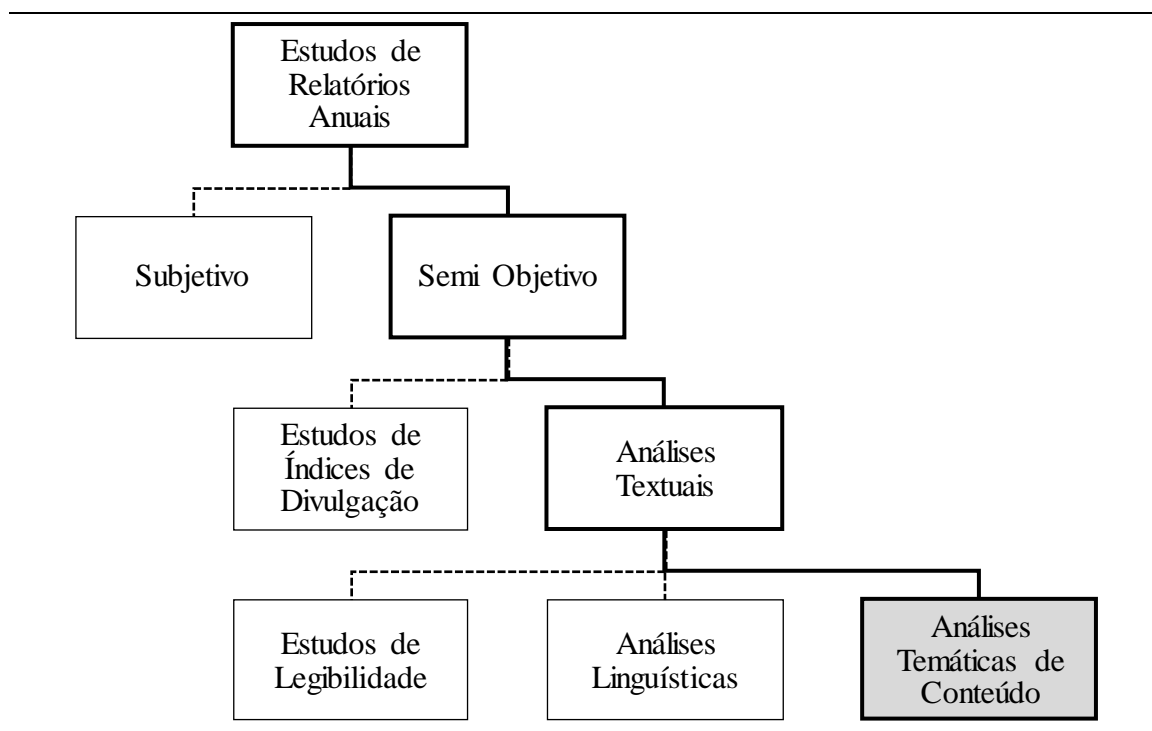
¹³ Tradução livre do autor: Em pesquisas qualitativas, é importante deixar claro a distinção entre método (as técnicas particulares utilizadas para coleta e análise de dados) e metodologia (abordagem geral tomada para a realização de uma pesquisa)”.

¹⁴ Tradução livre do autor: “Em todo o mundo, os reguladores veem as divulgações narrativas como a chave para alcançar a mudança de passo desejada na qualidade dos relatórios corporativos. Nos últimos anos, pesquisadores contábeis têm focado cada vez mais seus esforços na investigação da divulgação e agora é reconhecido que há uma necessidade urgente de desenvolver métricas de divulgação para facilitar a pesquisa sobre divulgação voluntária e qualidade”

Temáticas neste trabalho). Para esses autores, essa análise de atributo capturaria a orientação de tempo, atributos financeiros/não-financeiros e quantitativos/qualitativos de cada unidade de texto. Esse modelo serviu de base para a análise dos Relatórios deste trabalho.

Antes de aprofundar no modelo desenvolvido por Beattie et al. (2004), faz-se necessário observar, em retrospecto, as abordagens já existentes para a análise de narrativas em relatórios anuais. Esses autores apresentaram em seu trabalho um organograma para facilitar a compreensão das possíveis abordagens nesse sentido (Figura 5).

Figura 5 – Classificação de Estudos de Relatórios Anuais



Fonte: Adaptado de Beattie et al. (2004).

Partindo dessa classificação, precisa-se primeiramente entender a distinção a ser feita entre essas duas abordagens. A abordagem subjetiva seria aquela preparada por analistas de mercado e produtores de ranking de qualidade de informações. É uma abordagem indireta, pois os documentos analisados já são resultado de uma ação de análise de qualidade da informação por parte dos Analistas e Empresas de *Ratings*. No Brasil, a ABRASCA utiliza esse tipo de abordagem em seu Prêmio de Melhor Relatório Anual. A título exemplificativo, nos EUA, como já falado, existiram os rankings da AIMR, que foi descontinuado em 1997, e o do Standard & Poor's. Apesar de críticas, em especial à falta de transparência dos critérios desse

tipo de análise indireta (Healy & Palepu, 2001), não se pode ignorar os méritos e benefícios que esses rankings trouxeram à relevância do processo de divulgação de informações.

Ainda na distinção dessas abordagens, as abordagens semi-objetivas especificam uma lista de itens preexistentes (também conhecida por *checklist*) e examinam as informações por sua simples presença (ou falta dela). Esse tipo de abordagem, mais direta e menos subjetiva, é orientada para a forma sendo utilizada por boa parte dos estudos relacionados ao índice de divulgação de companhias.

Nesse nível, também se faz necessário distinguir os estudos de índices de divulgação e os estudos que utilizam análises textuais. Via de regra, é utilizado um índice de divulgação com base na quantidade de divulgação de determinadas *proxies* para qualidade de divulgação em que majoritariamente aplica-se um sistema binário de codificação, qual seja a presença ou ausência de determinado item como registro (Beattie et al., 2004). Nesse tipo de trabalho normalmente existem dois tipos de pontuação. A nominal, mais comum, que indica a presença/ausência do item; e a ordinal, indicando, além da presença, o grau de especificidade do item.

Nesse tipo de análise, a estrutura do modelo do *Jenkins Report* (AICPA, 1994) que abrangeu oito categorias de tópicos foi muito importante como base (*roadmap*) para outros estudos de Divulgação. A título exemplificativo, em um estudo largamente citado, Botosan (1997) desenvolveu um índice para medir o nível de divulgação voluntário em 122 empresas do setor de industrial. A seleção de itens incluídos no índice foi orientada, principalmente, por recomendações fornecidas no *Jenkins Report* (AICPA, 1994). Nesse estudo a autora desenvolveu cinco categorias de informações (informações de base; resumo dos resultados históricos (dez ou cinco anos); estatísticas não financeiras; informações projetadas; e discussão e análise gerencial (Botosan, 1997, p. 332) para avaliar a correlação entre nível de divulgação e custo de capital. Em considerações finais, conclui que “o efeito do nível de divulgação sobre o custo do capital próprio é uma questão de grande interesse e importância para a comunidade consumidora de relatórios financeiros” (Botosan, 1997, p. 346).

Beattie et al. (2004) argumentam que a análise do nível de divulgação dos relatórios anuais das companhias sofre com duas limitações fundamentais. Primeiro, eles são essencialmente unidimensionais, enquanto a divulgação é um conceito complexo e multifacetado. O foco é geralmente classificar o tópico a que o item de informação se refere e, muitas vezes, apenas a presença ou ausência de uma divulgação sobre um determinado tópico é capturada. A segunda limitação é que muitas abordagens existentes são parciais, seja porque

examinam apenas seções selecionadas da narrativa do relatório anual ou porque se concentram em questões específicas ou itens de índice pré-selecionados.

Quanto a estudos de análises textuais, incluem estudos de legibilidade, análise linguística e análise de conteúdo temática (orientada para o significado no qual todo o texto é analisado).

No estudo de Jones e Shoemaker (1994) referente à revisão de estudos empíricos de análise de conteúdo de narrativas contábeis (incluindo estudos de análise temática de conteúdo e legibilidade), os autores observam que nos estudos de legibilidade, aplica-se pontuações (em escala) às narrativas contábeis e dos Relatórios divulgados pelas organizações. Porém ainda não há consenso sobre as escalas utilizadas, além da análise ser concentrada em palavras, podendo ignorar aspectos de contexto. Nesse mesmo estudo de Jones e Shoemaker (1994), os autores analisaram 32 estudos de legibilidade e concluem que “os estudos de legibilidade fornecem evidências de que as narrativas contábeis, particularmente em relatórios anuais corporativos, são difíceis/muito difíceis de ler” em especial, a relação entre legibilidade e compreensibilidade.

Quanto aos estudos de análise linguística, esses têm por objetivo identificar a eficácia comunicativa das narrativas, que, por conseguinte, são utilizadas para organizar ações e eventos em uma ordem sequencial particular (por exemplo, causa, razão, propósito, tempo); algumas vezes sendo centradas no texto em si, outras no leitor (Beaugrande & Dressler, 1981). Sydserff e Weetman (1999) indicam os indexadores de texto mais comuns (atualidade; intertextualidade; conjunção; conectividade; mudança de categoria informação; e, especificidade, e reforçam que indexação de texto consome mais tempo que o uso de fórmulas de legibilidade, em especial as baseadas em computador.

Quanto à Abordagem Temática de Conteúdo aplicada à Análise de Dados Qualitativos, Clarke e Braun (2013) já asseveravam que a Análise Temática serve como instrumento “básico” para uma ampla gama de interesses de pesquisa e perspectivas teóricas (Clarke & Braun, 2013).

Os professores Nigel King (de Psicologia Aplicada), Joanna Brooks (de Inglês e Literatura comparada) e Salomeh Tabari (de Administração em Hospitalidade) escreveram o capítulo do livro “Metodologias qualitativas em estudos organizacionais” com foco em pesquisas em gestão e negócios, e afirmam logo de início que “*the principal focus of all thematic analysis approaches is on identifying, organizing, and interpreting themes in detailed*

qualitative (textual) data to highlight and convey key messages”¹⁵ (King, Brooks, & Tabari, *Template Analysis in Business and Management Research*, 2017).

Retomando a provocação de Core (2001), editor do *Journal of Accounting and Economics*, em relação ao desenvolvimento de métricas de divulgação com objetivo de facilitar a pesquisa sobre divulgação voluntária e qualidade, Beattie (2000) em seu artigo *The Future of Business Reporting* já dava seus primeiros passos neste debate e sugeriu a utilização de um *framework* para classificar e descrever itens informativos em Narrativas de Relatórios Anuais. Além da utilização de uma abordagem temática, ela também sugeriu a introdução de “atributos” (que neste trabalho são chamados de dimensões não temáticas).

It is possible to describe information items based on their character and attributes. In particular, within the literature it has become common to use the following three dichotomous descriptors: forward-looking versus historical; financial versus non-financial; and quantitative versus non-quantitative¹⁶ (Beattie V. A., 2000, p. 11)

A utilização neste trabalho do *framework* desenvolvido por Beattie (2000) e Beattie et al. (2004) será retomada durante a descrição do percurso metodológico e análise dos Relatórios.

Existe um espectro de abordagens quando se trata de análise temática. Partindo de uma perspectiva indutiva, numa ponta, por exemplo, a pesquisa tem início em observações específicas para proposições mais gerais sobre o tema da pesquisa; na outra ponta, já sob uma perspectiva dedutiva, ocorre o inverso, parte-se de observações mais gerais para descobrir proposições específicas. Não necessariamente uma pesquisa de análise temática precisa estar em uma dessas pontas.

Generic approaches to thematic analysis (such as Template Analysis) can, in contrast, be used from a variety of methodological positions and do not therefore have a single fixed position on this continuum (and work using Template Analysis often tends to be pragmatically located somewhere in a mid-range point.¹⁷ (King, Brooks, & Tabari, *Template Analysis in Business and Management Research*, 2017, p. 183)

¹⁵ Tradução livre do autor: “o foco principal de todas as abordagens temáticas de análise é identificar, organizar e interpretar temas em dados qualitativos (textuais) detalhados para destacar e transmitir mensagens-chave”.

¹⁶ Tradução livre do autor: “É possível descrever itens de informação com base em seu caráter e atributos. Em particular, na literatura, tornou-se comum o uso dos seguintes três descritores dicotômicos: prospectivo *versus* histórico; financeiro *versus* não-financeiro; e quantitativo *versus* não-quantitativo”.

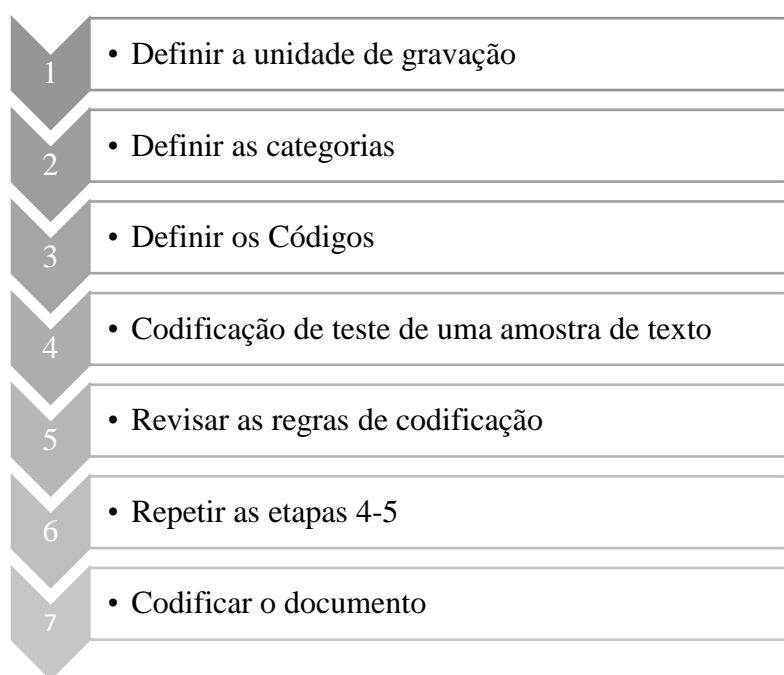
¹⁷ Tradução livre do autor: “Abordagens genéricas à análise temática (como análise de *template*) podem, em contraste, ser usadas a partir de uma variedade de posições metodológicas e, portanto, não ter uma única posição fixa neste contínuo (e o trabalho usando análise de modelo muitas vezes tende a ser pragmaticamente localizado em algum lugar em um ponto médio”.

Enquanto reflexo da aplicação desse modelo proposto por King et al. (2017) pode existir essa dualidade (indutiva-dedutiva) quando da codificação. Numa abordagem indutiva, “de baixo para cima”, na qual a codificação ocorre sem a necessidade de categorias de codificação e temas *a priori*, estes são desenvolvidos através do tratamento dos dados. Já na forma dedutiva de raciocínio, as categorias de codificação e temas são mais propensas a serem determinadas *a priori* em uma abordagem “de cima para baixo” para codificação utilizada. Assim, as pesquisas que utilizam essa abordagem, podem encontrar um equilíbrio entre o dedutivo e indutivo.

3.3 PERCURSO METODOLÓGICO

Para a criação da lista inicial de códigos que seriam aplicados nos documentos foram seguidas as etapas descritas por Beattie et al. (2004), com base nos estudos de Boyatzis (1998) e Weber (1985), que fornecem um passo a passo para desenvolver e testar uma codificação:

Figura 6 – Etapas para desenvolver e testar uma codificação segundo Beattie et al (2004)



Fonte: Adaptado de Beattie et al. (2004).

Seguindo esse modelo, o primeiro passo foi estabelecer qual seria a unidade de código utilizada no trabalho. Tendo em vista que o documento contém além de textos, tabelas e infográfico, foi necessário escolher uma unidade de codificação para cada uma dessas situações. No caso de textos, e dentro de um conjunto de possibilidades (palavras, frases, temas, entre

outros) foi escolhida enquanto unidade de codificação “frases” com o intuito de se poder codificar frase a frase do documento sem que houvesse um *overlap* de codificação em uma mesma dimensão.

No estudo de Jones e Shoemaker (1994) referente à revisão de estudos empíricos de análise de conteúdo de narrativas contábeis (incluídos estudos de análise temática de conteúdo e legibilidade), os autores “observam que a unidade de gravação para a maioria dos estudos é 'temas' (que podem ser mais longos ou menores do que uma frase), sendo as palavras a próxima unidade mais comum usada” (Jones & Shoemaker, 1994).

Já para as tabelas foi escolhida como unidade de codificação as linhas da própria tabela, levando em consideração que algumas tabelas tinham informações diversas e que a linha era o que distinguia as informações dessa tabela, além também da mesma situação de *overlap* dos textos. Por último foram criados os critérios para as unidades de codificação dos infográficos, assim como no caso das tabelas, foi estabelecido como critério a distinção de informações: infográfico que continha somente uma informação (ex. Organizações e iniciativas, das quais o Itaú participa em contraponto a cada uma das ações sociais que o Itaú desenvolve).

O segundo passo foi definir as categorias que seriam tratadas. Para a dimensão temática utilizou-se as categorias que Beattie et al (2004) desenvolveram para a sua análise das narrativas de relatórios anuais em conjunto com as categorias de informações utilizadas na avaliação do prêmio ABRASCA constante do regulamento de 2019, demonstradas no Quadro 1.

Quadro 1 – Comparativo das Categorias de Beattie et al (2004) e Regulamento do Prêmio ABRASCA 2019

Categorias	
Beattie et al. (2004)	Regulamento do Prêmio ABRASCA 2019
<ul style="list-style-type: none"> • Descrição do negócio • Informações financeiras • Análise gerencial • Informações gerenciais e de acionistas • Dados operacionais • Informações Prospectivas • Objetivos amplos e estratégia • Estrutura da indústria 	<ul style="list-style-type: none"> • Análise econômico-financeira • Aspectos Gerais • Aspectos socioambientais • Ativos intangíveis • Estratégia e investimentos com destaque para inovação • Estrutura de Gestão de Risco, Controles Internos e Compliance • Governança corporativa (práticas já adotadas ou em vias de adoção) • Identidade Corporativa (visão, missão e valores) • Informações sobre os mercados em que a empresa/organização atua; segmentação das vendas por áreas /ou produtos/ou serviços • Mensagem de abertura do presidente do Conselho e/ou do presidente executivo • Perfil corporativo • Quadro-resumo dos principais indicadores operacionais e financeiros e sócio ambientais

Fonte: o Autor.

Feito isso, observou-se quais as categorias poderiam se tornar comuns, onde existia um *overlap* de categorias, assim obteve-se as seguintes categorias e subcategorias, apresentadas no Quadro 2.

Quadro 2 – Categorias Iniciais para Codificação

Categorias	Subcategorias
Descrição do Negócio e Identidade	
Informações financeiras	
Estrutura da indústria	
Objetivos amplos e estratégia	
Aspectos sociais	
Aspectos ambientais	
Governança corporativa	Gestão de Risco Controles Internos Compliance
Análise gerencial	
Análise econômico-financeira;	
Dados operacionais	
Informações dos Gestores	
Informações sobre Acionistas, Controle e partes relacionadas	

Fonte: o Autor.

Já para as demais dimensões, foram utilizadas as dimensões criadas por Beattie, McInnes e Fearnley (2002, 2004), como essas dimensões já são formadas por dois ou três códigos, não haveria a necessidade de se criar categorias para essas dimensões, como demonstrado no Quadro 3.

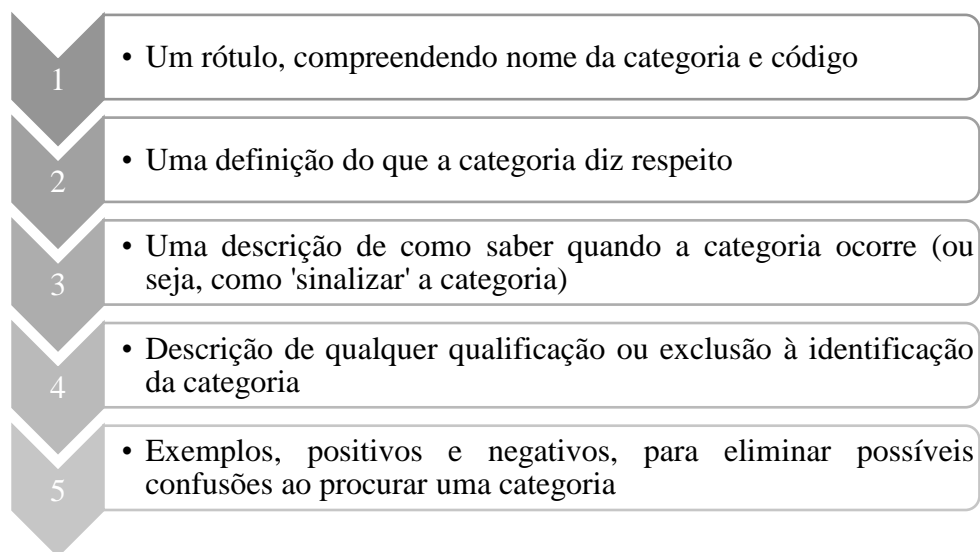
Quadro 3 – Dimensões Não Temáticas

Dimensão Quantitativa	
Qualitativa	Quantitativa
Dimensão Financeira	
Não Financeira	Financeira
Dimensão Temporal	
Sem tempo específico	Histórica
Prospectiva	

Fonte: Adaptado de Beattie et al (2004).

O terceiro passo do roteiro foi a construção da lista de códigos que serão aplicados inicialmente aos documentos. Foi então utilizado o “manual de codificação” de Beattie et al. (2004) contendo os cinco elementos que Boyatzis (1998) recomenda para alcançar um código ideal, conforme observado na Figura 7:

Figura 7 – Etapas para desenvolver e testar uma codificação segundo Beattie et al. (2004)



Fonte: adaptado Beattie et al. (2004).

Após a criação das Categorias, foi feita a análise de 79 códigos apresentadas por Beattie et al (2004) em seu trabalho, com base no *Jenkins Report* (AICPA, 1994) e foram agrupados em 35 códigos por similaridades entre eles com foco nos objetivos dessa pesquisa. Esses códigos foram classificados nas Categorias e subcategorias previamente apresentadas. Esse procedimento foi facilitado pelo uso do programa de Análise de Dados Qualitativos MAXQDA, que permitiu a criação das categorias em conjuntos de pastas semelhante à utilização do Windows Explorer para organização de arquivos.

Para facilitar o processo de codificação e identificação posterior, os códigos foram classificados e etiquetados por cores para cada Dimensão dentro do MAXQDA (azul para temática, verde para financeira/não financeira, amarelo para temporal, roxo para qualitativa/quantitativa).

Cada uma das Categorias recebeu anotações de comentários sobre as expectativas de informações que se enquadrariam nos códigos de cada Categoria. Com o desenvolvimento do procedimento de codificação também foram acrescentados a esses comentários exemplos de temas e unidades de códigos que poderiam servir de exemplo do enquadramento na Categoria, inclusive em alguns casos, exemplo de desambiguação, para exemplificar de forma clara a classificação dos Códigos.

Após a familiarização com o documento e seguindo o passo quatro, foi feita a transferência do documento para o software de análise qualitativa MAXQDA.

Iniciada a codificação preliminar de partes de um documento referente a somente um ano de somente uma companhia, esse foi utilizado para teste do *template* de códigos. Para isso tomou-se por base a companhia com maior pontuação no prêmio ABRASCA 2019, o Relatório Anual Integrado do Itaú Unibanco, assumindo a premissa de que a divulgação mais recente é mais completa que a mais antiga.

No passo cinco foi observado que durante a aplicação do *template* de codificação em trechos do primeiro documento surgiram temas emergentes, houve então a necessidade de reagrupamento de códigos (*Clusters*) e readequação do *template* de códigos com o objetivo dos *Clusters* capturarem o significado compartilhado em vez de apenas semelhanças semânticas entre categorias temáticas. No software MAXQDA, esse procedimento de reorganização em *Clusters* demonstrou-se relativamente simples, cada código pode ser “etiquetado” em cores e reorganizado sem a perda de informações ou rastreabilidade. Seguindo os ensinamentos de King et al (2017):

Revisions might include: re-defining themes to increase or narrow their scope (shown through moving them up or down hierarchical levels), moving themes between clusters, adding new themes—or even entire new clusters—and deleting themes that have become redundant as the template has developed.¹⁸

Assim, durante o procedimento de codificação, houve a criação de 27 novos códigos, e a exclusão de dois códigos que se tornaram redundantes, além da readequação de alguns *Clusters* de códigos e reorganização das Categorias de Subcategorias de Códigos.

Houve a revisão dos passos quatro e cinco para se chegar ao passo sete. Apresenta-se no Quadro 4 as Categorias finais definidas ao final do processo de codificação do primeiro documento .

Quadro 4 – Categorias Finais de Codificação

Categorias
Sobre o Relatório
Descrição Geral dos Negócios
Objetivos Amplos
ESG
Stakeholders
Informações Financeiras

Fonte: o Autor

Ao final, obteve-se 60 códigos, sendo 29 códigos de Nível I e 31 códigos de Nível 2 como demonstrado no Quadro 5.

Nos casos de códigos com maior frequência, serão apresentados exemplos dessa codificação, com sua posterior interpretação durante a análise no próximo capítulo como sugerido por King et al. (2017):

Whichever presentation style you choose, you should use direct quotes from the data to support your themes. This enables the reader to get a flavor of what the themes are capturing in participants' personal experience and helps to clarify the meaning of themes.¹⁹

¹⁸ Tradução livre do autor: “As revisões podem incluir: redefinir temas para aumentar ou estreitar seu escopo, mover temas entre clusters, adicionar novos temas e excluir temas que se tornaram redundantes à medida que o modelo se desenvolveu”.

¹⁹ Tradução livre do autor: “Qualquer estilo de apresentação que você escolher, você deve usar citações diretas dos dados para apoiar seus temas. Isso permite que o leitor tenha um sabor do que os temas estão captando na experiência pessoal dos participantes e ajuda a esclarecer o significado dos temas”.

Durante o desenvolvimento da pesquisa, foi criada uma trilha de auditoria que nada mais é que um registro passo a passo do processo de análise. Essa trilha de auditoria auxiliou na garantia de qualidade e rastreabilidade do desenvolvimento da estrutura de codificação.

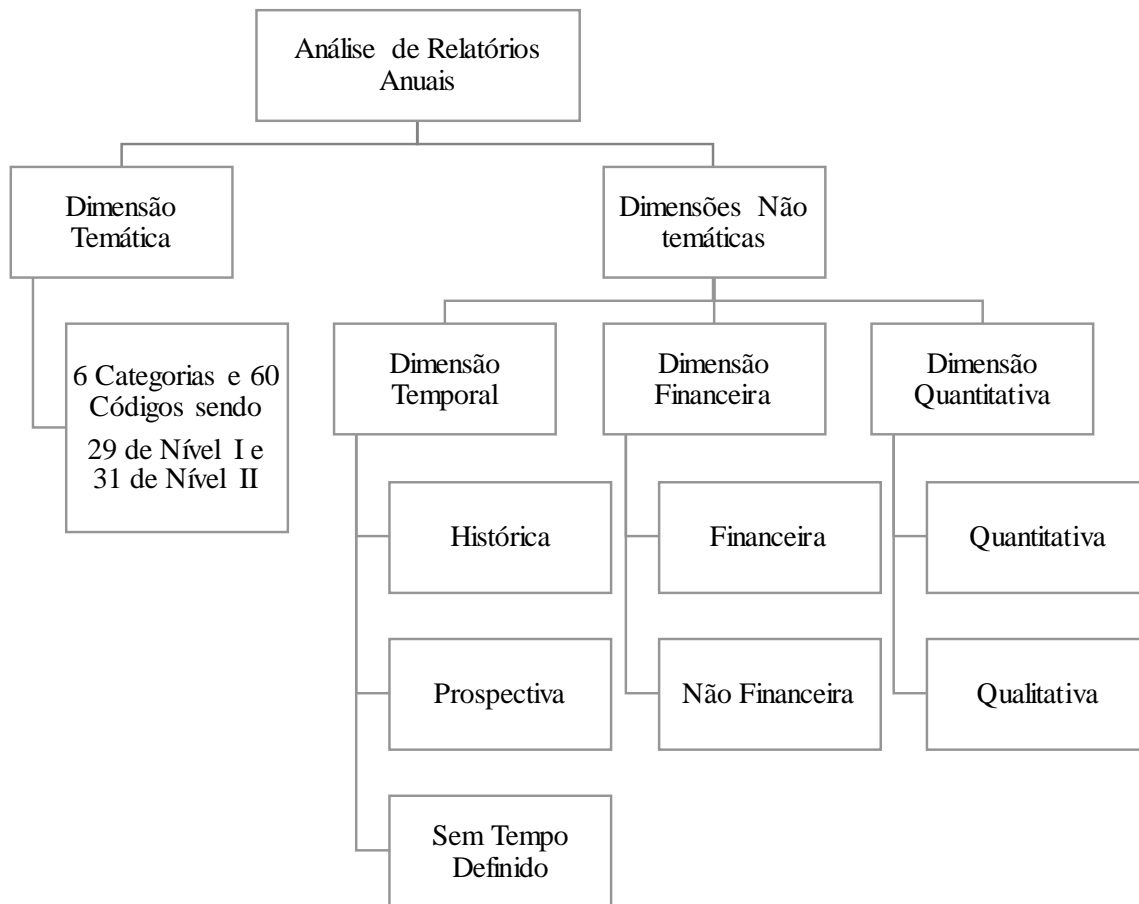
Após a importação dos documentos para o MAXQDA, foi criada a estrutura de codificação dentro do sistema de acordo com a classificação e hierarquia do quadro 5. Foi feita a codificação em um primeiro documento como teste da estrutura de codificação. Após a validação do *template* de codificação. Iniciou-se a codificação dos documentos restantes.

Quadro 5 – Lista de Códigos da Dimensão Temática

Códigos Nível - I	Códigos Nível - II
<u>Dimensão Temática</u>	
<u>Sobre o Relatório</u>	
Informações sobre o Relatório	Relato Integrado ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável GRI - Global Reporting Initiative Outros Frameworks
Frameworks	
Disclaimer	
Links Externos	
<u>Descrição Geral dos Negócios</u>	
Identidade da Organização	
Descrição do Negócio	
Descrição dos Produtos e Serviços	
Descrição do Mercado e Segmentos	
Marketshare e Concorrência	
Tecnologia	Segurança da Informação Internet Redes Sociais Inovação Digital
<u>Objetivos Amplos</u>	
Comunicação	
Estratégia e propósito	
Criação de Valor	
Guidance	
<u>ESG</u>	
Sustentabilidade	
Pactos, Frameworks e Índices ESG	
Governança Corporativa	Gestão de Risco Controles Internos Compliance Transparência e ética
Aspectos Ambientais	Impactos Ambientais Ações Ambientais Ações Políticas Ambientais
Aspectos Sociais	Impactos Sociais Ações Sociais Ações Políticas Sociais
<u>Stakeholders</u>	
Cliente	
Fornecedores	
Informações sobre Colaboradores	Informações Gerais dos Colaboradores Remunerações (Compensação) dos Colaboradores
Informações sobre Gestores	Informações Gerais dos Gestores Remunerações (Compensação) dos Gestores
Informações sobre Acionistas	Informações Gerais dos Acionistas Remuneração dos Acionistas Informações sobre Controle Acionário Informações sobre Partes Relacionadas
Governo	Judicialização Legislação e Regulação Impostos / Taxas / Contribuições
<u>Informações Financeiras da Organização</u>	
Dados Financeiros	
Análise de Liquidez	
Análise de Rentabilidade	Geral Segmentos de Negócios
Análise de Endividamento	

Fonte: o Autor.

Figura 8 – Análise Relatórios Anuais



Fonte: Adaptado de Beattie et al (2004).

Nesse modelo quadrimensional, o esquema de codificação utilizado foi, em grande parte, a unidade semântica apropriada (unidade de gravação), nesse caso, uma sentença.

A validade aqui é alcançada por meio do uso de um esquema de classificação rigorosamente fundamentado em pesquisas empíricas, ou seja, no modelo criado por Beattie, McInnes e Fearnley (2002, 2004) que por sua vez utilizou o *framework* do *Jenkins Report*, largamente aceito e tem sido amplamente utilizado por pesquisadores em estudos de índice de divulgação.

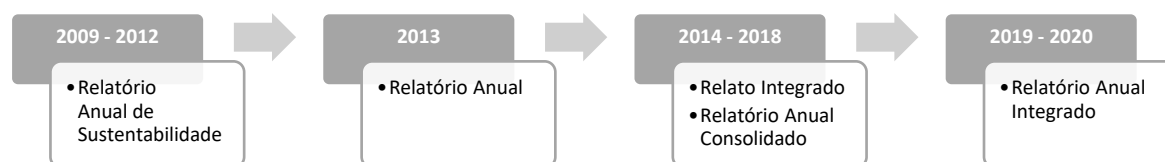
De acordo com Tabari et al. (2016) citado por King et al. (2017):

Another important advantage of Template Analysis is that it encourages transparency in the process of analysis, since the researcher is able to keep a careful record of each step As the template develops through several iterations, researchers can look back at earlier versions to help them reflect critically on the analytical choices they have made Equally, at the end of analysis, the detailed documented history of the process provides a thorough audit trail,

which we have highlighted above as a valuable contribution to quality assurance.²⁰ [(Tabari et al. (2016) citado por King et al. (2017), p.204]

No caso do Itaú, para a divulgação ocorrida em 2019, foi utilizado o Relatório Anual Integrado que totaliza 87 páginas. O Relatório Anual Integrado divulgado em 2019 é uma junção do Relatório Anual, que vinha sendo divulgado recorrentemente pela organização, com a aplicação dos procedimentos do Relato Integrado que, naquele ano, deixou de ser divulgado enquanto um relatório independente como observado na Figura 9. Ao final da codificação, observou-se 1281 unidades de texto codificados em cada uma das quatro Dimensões, totalizando 5124 unidades de códigos.

Figura 9 – Evolução dos Relatórios Anuais Divulgados pelo Itaú Unibanco a partir de 2009



Fonte: o Autor.

No caso do Bradesco para a divulgação ocorrida no ano de 2019, foi utilizado o Relatório Integrado que totaliza 228 páginas e que é divulgado pela organização desde 2015 (referente ao ano de 2014). Ao final da codificação, observou-se 2.420 segmentos de texto codificados em cada uma das quatro Dimensões, totalizando 9.680 unidades de códigos.

Em 2015 (ano base 2014), o Bradesco divulgou o Relatório Anual seguindo o modelo do IIRC do Relato Integrado. O Relatório continha 115 páginas e ao final da codificação, observou-se 1.174 segmento de texto codificados em cada uma das quatro Dimensões, totalizando 4.696 unidades de códigos.

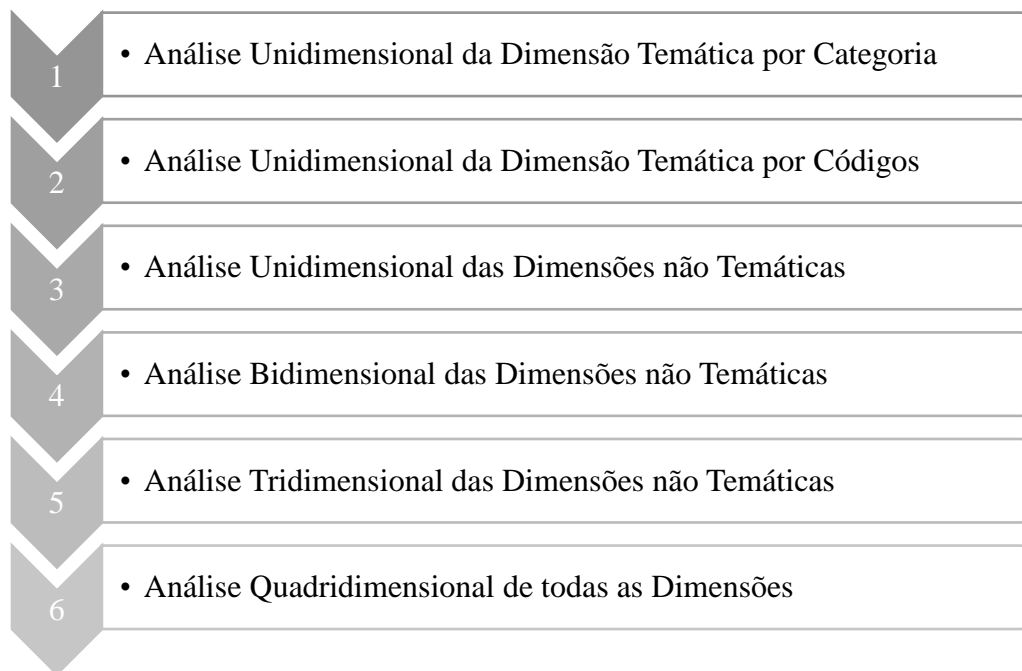
No total, os documentos analisados contêm 5.886 segmentos de texto, excluindo cabeçalhos e sub-cabeçalhos. As tabelas de dados principais extraídas do MAXQDA consiste

²⁰ Tradução livre do autor: “Outra vantagem importante da Análise de *Template* é que ela incentiva a transparência no processo de análise, uma vez que o pesquisador é capaz de manter um registro cuidadoso de cada etapa. À medida que o modelo se desenvolve através de várias iterações, os pesquisadores podem olhar para trás em versões anteriores para ajudá-los a refletir criticamente sobre as escolhas analíticas que fizeram. Igualmente, ao final da análise, o histórico detalhado documentado do processo fornece uma trilha de auditoria completa, que destacamos acima como uma valiosa contribuição para a garantia da qualidade”.

em duas matrizes de 288 células de informações cada, composta por seis categorias principais de tópicos por 12 cruzamentos de dimensões para cada uma dos quatro Relatórios.

Após a codificação, foram extraídas planilhas para a apresentação das seguintes seis análises que serão tratadas no próximo capítulo deste trabalho conforme Figura 10.

Figura 10 – Análises Dimensionais sugeridas por Beattie et al. (2004)



Fonte: Adaptado de Beattie et al. (2004)

As quatro primeiras análises foram exportadas diretamente pelo programa MAXQDA, já em formato de tabela. As duas últimas análises foram construídas pelo autor a partir da extração de conjuntos de intersecções de três códigos e quatro códigos, respectivamente.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Foram analisados quatro Relatórios divulgados pelo Itaú Unibanco e Bradesco nos anos de 2015 e 2019, referentes aos anos-base de 2014 e 2018. Os quatro relatórios foram preparados seguindo os princípios elencados no *framework* do IIRC para Relato Integrado. Antes da apresentação da análise dos dados em si, faz-se necessário descrever brevemente algumas características dos Relatórios analisados.

4.1 BREVE DESCRIÇÃO DA ESTRUTURA DOS RELATÓRIOS

A forma de apresentação dos Relatórios pode parecer irrelevante para a essa análise, mas a composição da sua estrutura revela algumas implicações para a análise em si. Os aspectos de formatação/diagramação – o layout da página (paisagem ou retrato) e o número de colunas por página – não constituem elementos significativos para análise, visto não haver relação entre estes aspectos de decisão estética e o conteúdo dos relatórios. No entanto, o seu tamanho (número de páginas) e a presença de elementos visuais (uso de infográficos, tabelas e fotos) refletem diretamente na análise, uma vez que há implicação direta no número de segmentos codificados²¹.

Apesar de o número absoluto de páginas dos Relatórios do Itaú e do Bradesco aparentemente representarem um aumento em torno dos 100% entre 2014 e 2018, é preciso considerar que o Relatório do Itaú 2014 é composto por 37 páginas, porém páginas duplas o que representariam 72 páginas, sem levar em consideração capa e página de fechamento, refletindo-se num aumento efetivo de 18% (13 páginas).

O Itaú utilizou *layout* em paisagem nos dois Relatórios analisados. No relatório de 2014, foram utilizadas quatro colunas (ou duas no caso de se contar como folha dupla), infográficos e poucas tabelas e fotos. O total de 976 segmentos foram codificados nesse Relatório. Para o Relatório de 2018, foram utilizadas três colunas, muitos infográficos, pouca tabelas e fotos; foram codificados 1316 segmentos nesse Relatório.

No caso do Bradesco, o aumento no número de páginas foi significativo, passando de 115 para 227 páginas (aumento de 97,4%), isso se deve, em grande parte, ao aumento de informações relativas a informações ESG (*Environmental, Social and Corporate Governance*) e Gestão de Pessoas, que juntas, somam 67 páginas no Relatório de 2018.

²¹ Os números são totais, no entanto capa, fechamento, índice GRI e relatório dos auditores não foram codificados.

O Bradesco utilizou *layout* em retrato nos dois Relatórios analisados. No relatório de 2014, foi utilizada somente uma coluna com espaço lateral para infográficos e destaques de texto. Nesse Relatório, houve grande número de fotos em comparação aos outros, baixo uso de infográficos, um uso mediano de tabelas e foram codificados 1.174 segmentos. No Relatório de 2018, foram utilizadas duas colunas, grande número de tabelas, uso mediano de infográficos e fotos. O número de segmentos codificados foi de 2.420 nesse Relatório.

Quanto à utilização de elementos visuais, entre os relatórios de 2014 e 2018, foi registrado um aumento tanto no uso de infográficos quanto no uso de tabela em ambas as Organizações. O uso de elementos visuais serve tanto para facilitar a compreensão do leitor quanto para apelar à sua leitura. Entre 2014 e 2018, é de se destacar o aumento relevante no uso de tabelas feito pelo Bradesco em seus Relatórios. Quanto ao uso de fotos, os relatórios do Itaú apresentam somente fotos de membros do conselho de administração e da diretoria executiva, enquanto nos relatórios do Bradesco diminuiu-se o uso de fotos na divisão de capítulos e no “embelezamento” de seu relatório.

Ainda, verificou-se que o aumento do número de páginas observado nos relatórios teve o reflexo esperado no número de segmentos codificados. No caso do Itaú, apesar de o aumento de páginas não ter sido alto, o novo formato de diagramação das páginas permitiu a inclusão de mais informações, e, conseqüentemente, em mais segmentos codificados (aumento de 34,84%). No caso dos relatórios do Bradesco, há uma relação bastante proporcional entre o aumento de número de páginas (97,4%) e o aumento de segmentos codificados (106,14%).

Importante lembrar que cada segmento foi codificado nas quatro dimensões, somando-se a um total de 23.544 unidades de código, em 5.886 segmentos no conjunto de quatro Relatórios analisados para o conjunto de documentos.

Por fim, vale ressaltar que o Relatório 2014 do Itaú foi o único que utilizou para divisão de sua estrutura em capítulos os seis capitais do *framework* do Relato Integrado.

4.2 ANÁLISE DAS DIMENSÕES

A seguir serão apresentadas as tabelas com as informações extraídas da codificação com a frequência dos segmentos de codificação, percentuais das frequências em relação ao total de segmentos de cada relatório, comparativo de frequência entre períodos da mesma Organização e por último a variação comparativa de períodos em pontos percentuais (p.p.). As análises foram feitas por dimensões no modelo apresentado por Beattie et al. (2004) de acordo com o quadro 6.

Quadro 6 – Análise Relatórios Anuais

Análise de Relatórios Anuais	Dimensão Temática	6 Categorias e 60 Códigos sendo 29 de Nível I e 31 de Nível II
	Dimensão Temporal	Histórica
		Prospectiva
		Sem Tempo Definido
	Dimensão Financeira	Financeira
		Não Financeira
Dimensão Quantitativa	Quantitativa	
	Qualitativa	

Fonte: Adaptado de Beattie et al (2004)

A análise das dimensões será apresentada em tabelas com as informações extraídas da codificação como:

- a) a frequência dos segmentos codificados;
- b) os percentuais das frequências em relação ao total de segmentos de cada relatório;
- c) o comparativo de frequência de entre períodos da mesma Organização; e, por último,
- d) a variação comparativa em pontos percentuais entre períodos da mesma Organização.

As análises foram feitas por dimensões de acordo com o modelo apresentado por Beattie et al. (2004), sendo agrupadas e referidas como “Dimensão Temática”, readaptada em seis categorias, e como “Dimensões não Temáticas”, nomeadamente “Dimensão Temporal”, “Dimensão Financeira” e “Dimensão Quantitativa”.

Primeiramente, serão feitas as análises unidimensionais, sendo elas, pelo conjunto de categorias da dimensão temática e por códigos de cada uma das seis categorias temáticas e, em seguida, serão apresentadas as análises das Dimensões não temáticas (por código em cada Dimensão). Na sequência, será feita a apresentação cruzada das Dimensões não temáticas: a) análise bidimensional, estabelecendo relação sempre entre duas das dimensões não temáticas; e b) análise tridimensional, relação entre todas as dimensões não temáticas. Por último, será

apresentada a relação entre todas as dimensões na análise quadridimensional, na qual foi criada uma matriz da análise tridimensional não temática com a análise unidimensional das categorias.

4.3 ANÁLISE UNIDIMENSIONAL

A considerar os elementos constantes nas tabelas com os dados, apresentados no item anterior, a análise unidimensional consiste na apresentação dos números absolutos e percentuais referentes aos segmentos codificados por dimensão isoladamente, temática e não temática.

4.3.1 Análise Unidimensional da Dimensão Temática por Categoria

A Dimensão Temática é constituída por categorias que agrupam informações sobre: 1) Sobre o Relatório; 2) Descrição Geral dos Negócios; 3) Objetivos Amplos; 4) ESG; 5) Stakeholders; e 6) Informações financeiras da Organização.

Verifica-se na Tabela 1 que, em termos gerais, a relação entre os números absolutos dos segmentos codificados mostra uma mesma tendência de aumento entre os relatórios de 2014 e 2018 em ambas as organizações. No entanto, conforme apontado anteriormente, a incorporação de informações do relatório de sustentabilidade e gestão de pessoas do Bradesco em seu Relatório Integrado 2018 explica o aumento ser mais significativo nesta organização.

Tabela 1 – Análise Unidimensional das Categorias das Dimensões Temáticas

Categorias	Itaú					
	2014		2018		Variação	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Sobre o Relatório	74	7,6%	80	6,1%	8%	-1,5 p.p.
Descrição Geral dos Negócios	250	25,6%	438	33,3%	75%	7,7 p.p.
Objetivos Amplos	81	8,3%	76	5,8%	-6%	-2,5 p.p.
ESG	271	27,8%	278	21,1%	3%	-6,6 p.p.
Stakeholders	207	21,2%	232	17,6%	12%	-3,6 p.p.
Informações Financeiras	93	9,5%	212	16,1%	128%	6,6 p.p.
Total	976	100,0%	1316	100,0%	35%	

Categorias	Bradesco					
	2014		2018		Variação	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Sobre o Relatório	62	5,3%	76	3,1%	23%	-2,1 p.p.
Descrição Geral dos Negócios	234	19,9%	637	26,3%	172%	6,4 p.p.
Objetivos Amplos	54	4,6%	94	3,9%	74%	-0,7 p.p.
ESG	351	29,9%	998	41,2%	184%	11,3 p.p.
Stakeholders	216	18,4%	369	15,2%	71%	-3,2 p.p.
Informações Financeiras	257	21,9%	246	10,2%	-4%	-11,7 p.p.
Total	1174	100,0%	2420	100,0%	106%	

Fonte: o Autor.

Dentre as categorias da Dimensão Temática, na meta-categoria “Sobre o Relatório”, pode-se observar que, no comparativo entre os Relatórios das Organizações, houve um aumento dos segmentos codificados (8% para o Itaú e 23% para o Bradesco), porém com uma queda em sua representatividade dentro do relatório (1,5 p.p. para o Itaú e 2,1 p.p. para o Bradesco). Isso significa que apesar de se descrever mais assuntos ligados ao próprio Relatório, o tema acabou perdendo destaque em relação ao volume total de informação divulgada.

No entanto, em ambas as organizações, a categoria “Descrição Geral dos Negócios” sofreu um aumento tanto do número absoluto de segmentos codificados (de 250 em 2014 para 438 em 2018 no caso do Itaú e de 234 em 2014 para 637 em 2018 no caso do Bradesco), quanto do percentual representativo em relação ao Relatório como um todo (de 25,6% para 33,3%, chegando a representar 1/3 do Relatório do Itaú; enquanto uma variação de 172% para o relatório do Bradesco, constituindo pouco mais de 1/4 do relatório em 2018 – 26,3%), podendo indicar um aumento de foco dessas Organizações na divulgação geral desse tipo de informação.

A categoria “Objetivos Amplos” aponta uma leve diminuição no comparativo de número de segmentos codificados e representatividade dentro do relatório do Itaú. Enquanto no Bradesco houve um aumento relevante (de 74%) nesse mesmo comparativo, percebe-se uma diminuição da representatividade dentro do relatório.

Para a categoria “ESG”, o Itaú e o Bradesco tomam direções iguais. Apesar de um aumento imaterial (7 segmentos, correspondente a uma variação de 2,58%) no número de segmentos codificados no caso do Itaú, efetivamente nota-se uma leve diminuição na representatividade destes segmentos no seu relatório como um todo (-6,6 p.p.); esta diferença mínima entre os anos demonstra uma manutenção do nível de informação divulgada. No caso do Bradesco, houve grande aumento nas informações de sustentabilidade, elevando significativamente o número de segmentos codificados (de 351 em 2014 para 998 em 2018; aumento de 184% entre esses períodos) e a representação da categoria em relação ao relatório como um todo (aumento de representatividade de 11,3 p.p. no período, significando 2/5 do total do relatório).

Quanto aos “Stakeholders”, verificou-se que no Itaú não houve alteração relevante no número de segmentos dos temas ligados a essa categoria, enquanto no caso do Bradesco houve um aumento de divulgação de informações sobre colaboradores, também com maior utilização de tabelas.

Na categoria “Informações Financeiras da Organização”, percebe-se um grande aumento no nível de informações divulgada pelo Itaú em grande parte devido divulgação de dados financeiros, no relatório de 2014 foram feitos somente análises, sem divulgação de dados “brutos” em tabela. Já no caso do Bradesco não houve uma alteração significativa de segmentos codificados.

4.3.2 Análise Unidimensional das seis Categorias da Dimensão Temática

A análise unidimensional das seis categorias da Dimensão Temática será apresentada no pormenor dos seus códigos. Os códigos encontram-se em dois níveis, sendo os códigos de Nível II a unidade mais específica de codificação e, conseqüentemente, o seu agrupamento temático resulta nos códigos de Nível I. A Tabela 2 apresenta os dados referente à Categoria “Sobre o Relatório”.

Tabela 2 – Análise Unidimensional dos Códigos da Categoria “Sobre o Relatório” da Dimensão Temática

Categoria		Itaú					
		2014		2018		Variação	
Códigos Nível I	Códigos Nível II	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Sobre o Relatório		74	7,6%	80	6,1%	8%	-1,5 p.p.
Informações sobre o Relatório		11	1,1%	20	1,5%	82%	0,4 p.p.
Frameworks		14	1,4%	15	1,1%	7%	-0,3 p.p.
	<i>Relato Integrado</i>	11	1,1%	8	0,6%	-27%	-0,5 p.p.
	<i>ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável</i>	0	0,0%	4	0,3%		0,3 p.p.
	<i>GRI - Global Reporting Initiative</i>	1	0,1%	1	0,1%	0%	0,0 p.p.
	<i>Outros Frameworks</i>	2	0,2%	2	0,2%	0%	-0,1 p.p.
Disclaimer		4	0,4%	4	0,3%	0%	-0,1 p.p.
Links Externos		45	4,6%	41	3,1%	-9%	-1,5 p.p.

Categoria		Bradesco					
		2014		2018		Variação	
Códigos Nível I	Códigos Nível II	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Sobre o Relatório		62	5,3%	76	3,1%	23%	-2,1 p.p.
Informações sobre o Relatório		16	1,4%	13	0,5%	-19%	-0,8 p.p.
Frameworks		10	0,9%	21	0,9%	110%	0,0 p.p.
	<i>Relato Integrado</i>	5	0,4%	3	0,1%	-40%	-0,3 p.p.
	<i>ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável</i>	0	0,0%	2	0,1%		0,1 p.p.
	<i>GRI - Global Reporting Initiative</i>	3	0,3%	13	0,5%	333%	0,3 p.p.
	<i>Outros Frameworks</i>	2	0,2%	3	0,1%	50%	0,0 p.p.
Disclaimer		1	0,1%	0	0,0%	-100%	-0,1 p.p.
Links Externos		35	3,0%	42	1,7%	20%	-1,2 p.p.

Fonte: o Autor

Apesar da categoria “Sobre o Relatório” não apresentar alterações significativas, vale destacar que os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) não eram mencionados em 2014, pois a iniciativa dos ODS foi somente proposta pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 2015. A presença de segmentos deste nível nos relatórios de 2018 é pouco representativa. No Relatório do Bradesco de 2018, percebeu-se um aumento na menção de *framework* de Divulgação, em especial GRI, devido principalmente a apresentação de uma tabela de “Temas Relevantes x GRI” na página 10, que é diferente do Índice GRI apresentado ao final do Relatório. Vale reforçar que o índice GRI não fez parte do escopo de análise desse trabalho.

Tabela 3 – Análise Unidimensional dos Códigos da Categoria “Descrição Geral dos Negócios” da Dimensão Temática

Categoria		Itaú					
		2014		2018		Variação	
Códigos Nível I	Códigos Nível II	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Descrição Geral dos Negócios		250	25,6%	438	33,3%	75%	7,7 p.p.
	Identidade da Organização	38	3,9%	25	1,9%	-34%	-2,0 p.p.
	Descrição do Negócio	67	6,9%	90	6,8%	34%	0,0 p.p.
	Descrição dos Produtos e Serviços	10	1,0%	136	10,3%	1260%	9,3 p.p.
	Descrição do Mercado e Segmentos	52	5,3%	72	5,5%	38%	0,1 p.p.
	Marketshare e Concorrência	3	0,3%	19	1,4%	533%	1,1 p.p.
	Tecnologia	80	8,2%	96	7,3%	20%	-0,9 p.p.
	<i>Segurança da Informação</i>	22	2,3%	2	0,2%	-91%	-2,1 p.p.
	<i>Internet</i>	2	0,2%	1	0,1%	-50%	-0,1 p.p.
	<i>Redes Sociais</i>	17	1,7%	4	0,3%	-76%	-1,4 p.p.
	<i>Inovação Digital</i>	39	4,0%	89	6,8%	128%	2,8 p.p.

Categoria		Bradesco					
		2014		2018		Variação	
Códigos Nível I	Códigos Nível II	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Descrição Geral dos Negócios		234	19,9%	637	26,3%	172%	6,4 p.p.
	Identidade da Organização	47	4,0%	58	2,4%	23%	-1,6 p.p.
	Descrição do Negócio	71	6,0%	238	9,8%	235%	3,8 p.p.
	Descrição dos Produtos e Serviços	40	3,4%	143	5,9%	258%	2,5 p.p.
	Descrição do Mercado e Segmentos	33	2,8%	11	0,5%	-67%	-2,4 p.p.
	Marketshare e Concorrência	1	0,1%	1	0,0%	0%	0,0 p.p.
	Tecnologia	42	3,6%	186	7,7%	343%	4,1 p.p.
	<i>Segurança da Informação</i>	8	0,7%	18	0,7%	125%	0,1 p.p.
	<i>Internet</i>	1	0,1%	13	0,5%	1200%	0,5 p.p.
	<i>Redes Sociais</i>	4	0,3%	14	0,6%	250%	0,2 p.p.
	<i>Inovação Digital</i>	29	2,5%	141	5,8%	386%	3,4 p.p.

Fonte: o Autor

Conforme observado na Tabela 3, a “Descrição Geral dos Negócios” constitui uma Categoria com aumento tanto no comparativo do Itaú, quanto do Bradesco, de 25,6% para 33,3% e de 19,9% para 26,3%, respectivamente. No caso do Itaú, grande parte ao aumento está relacionada com a descrição de produtos e serviços oferecidos pela Organização que entrou em maior detalhe do que no relatório anterior. Já no caso do Bradesco, houve um aumento significativo na forma como a Organização descreve tanto o negócio quanto seus produtos.

Em ambas as organizações, outro ponto de impacto no aumento de segmentos dessa categoria se deve à relevância dada a inovação digital feita pelas instituições, verificando-se por meio das seguintes unidades proposicionais:

Para isso, investimos fortemente em tecnologia, nos posicionando na vanguarda da indústria financeira no desenvolvimento e uso de tecnologias, particularmente, em inteligência artificial. (Relato Integrado Bradesco, 2018, p.6)

Transformação digital – Foco no contínuo aumento de produtividade de nossa área de tecnologia e difusão da mentalidade digital por todo o banco, de forma a ganhar mais eficiência e a melhorar a experiência do usuário e satisfação de clientes. (Relatório Anual Integrado do Itaú, 2018, p.4)

Estes exemplos ligados à inovação digital emergem mesmo que o segmento não tivesse esse tópico como seu tema central. No exemplo a seguir, o segmento foi codificado na Dimensão temática como “Clientes”, porém fala também sobre Inovação Digital.

Para melhorar o atendimento aos nossos clientes, estamos otimizando e simplificando estruturas e processos, além de inovar a nossa plataforma tecnológica (Relatório Anual Integrado do Itaú, 2018, p.64)

Tabela 4 – Análise Unidimensional dos Códigos da Categoria “Objetivos Amplos” da Dimensão Temática

Categoria		Itaú					
		2014		2018		Variação	
Códigos Nível I	Códigos Nível II	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Objetivos Amplos		81	8,3%	76	5,8%	-6%	-2,5 p.p.
Comunicação		6	0,6%	6	0,5%	0%	-0,2 p.p.
Estratégia e propósito		68	7,0%	62	4,7%	-9%	-2,3 p.p.
Criação de Valor		8	0,8%	8	0,6%	0%	-0,2 p.p.
Guidance		0	0,0%	0	0,0%		0,0 p.p.

Categoria		Bradesco					
		2014		2018		Variação	
Códigos Nível I	Códigos Nível II	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Objetivos Amplos		54	4,6%	94	3,9%	74%	-0,7 p.p.
Comunicação		7	0,6%	15	0,6%	114%	0,0 p.p.
Estratégia e propósito		35	3,0%	54	2,2%	54%	-0,7 p.p.
Criação de Valor		4	0,3%	9	0,4%	125%	0,0 p.p.
Guidance		8	0,7%	16	0,7%	100%	0,0 p.p.

Fonte: o Autor

Na Tabela 4, na qual os “Objetivos Amplos” são apresentados, não houve grandes alterações. Porém vale a pena realçar o aumento no Bradesco de segmentos codificados no código “Estratégia e propósito” (54%). Outro ponto a ser destacado é a ausência de dados para o nível *Guidance* nos Relatórios do Itaú; percebe-se que a organização optou para divulgar seu *Guidance* na sua “Análise Gerencial da Operação” constantes das Demonstrações Contábeis Completas e em sua apresentação da Teleconferência dos Resultados, não fazendo menção ao *Guidance* no Relato Integrado.

Tabela 5 – Análise Unidimensional dos Códigos da Categoria “ESG” da Dimensão Temática

Categoria		Itaú					
		2014		2018		Variação	
Códigos Nível I	Códigos Nível II	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
ESG		271	27,8%	278	21,1%	3%	-6,6 p.p.
Sustentabilidade		20	2,0%	24	1,8%	20%	-0,2 p.p.
Pactos, Frameworks e Índices ESG		18	1,8%	13	1,0%	-28%	-0,9 p.p.
Governança Corporativa		169	17,3%	102	7,8%	-40%	-9,6 p.p.
	<i>Gestão de Risco</i>	68	7,0%	32	2,4%	-53%	-4,5 p.p.
	<i>Controles Internos</i>	66	6,8%	38	2,9%	-42%	-3,9 p.p.
	<i>Compliance</i>	23	2,4%	8	0,6%	-65%	-1,7 p.p.
	<i>Transparência e ética</i>	12	1,2%	24	1,8%	100%	0,6 p.p.
Aspectos Ambientais		31	3,2%	56	4,3%	81%	1,1 p.p.
	<i>Impactos Ambientais</i>	11	1,1%	15	1,1%	36%	0,0 p.p.
	<i>Ações Ambientais</i>	20	2,0%	41	3,1%	105%	1,1 p.p.
	<i>Ações Políticas Ambientais</i>	0	0,0%	0	0,0%		0,0 p.p.
Aspectos Sociais		33	3,4%	83	6,3%	152%	2,9 p.p.
	<i>Impactos Sociais</i>	0	0,0%	25	1,9%		1,9 p.p.
	<i>Ações Sociais</i>	26	2,7%	47	3,6%	81%	0,9 p.p.
	<i>Ações Políticas Sociais</i>	7	0,7%	11	0,8%	57%	0,1 p.p.

Categoria		Bradesco					
		2014		2018		Variação	
Códigos Nível I	Códigos Nível II	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
ESG		351	29,9%	998	41,2%	184%	11,3 p.p.
Sustentabilidade		33	2,8%	43	1,8%	30%	-1,0 p.p.
Pactos, Frameworks e Índices ESG		20	1,7%	73	3,0%	265%	1,3 p.p.
Governança Corporativa		154	13,1%	455	18,8%	195%	5,7 p.p.
	<i>Gestão de Risco</i>	15	1,3%	21	0,9%	40%	-0,4 p.p.
	<i>Controles Internos</i>	55	4,7%	224	9,3%	307%	4,6 p.p.
	<i>Compliance</i>	79	6,7%	188	7,8%	138%	1,0 p.p.
	<i>Transparência e ética</i>	5	0,4%	22	0,9%	340%	0,5 p.p.
Aspectos Ambientais		49	4,2%	258	10,7%	427%	6,5 p.p.
	<i>Impactos Ambientais</i>	2	0,2%	140	5,8%	6900%	5,6 p.p.
	<i>Ações Ambientais</i>	47	4,0%	118	4,9%	151%	0,9 p.p.
	<i>Ações Políticas Ambientais</i>	0	0,0%	0	0,0%		0,0 p.p.
Aspectos Sociais		95	8,1%	169	7,0%	78%	-1,1 p.p.
	<i>Impactos Sociais</i>	3	0,3%	9	0,4%	200%	0,1 p.p.
	<i>Ações Sociais</i>	92	7,8%	156	6,4%	70%	-1,4 p.p.
	<i>Ações Políticas Sociais</i>	0	0,0%	4	0,2%		0,2 p.p.

Fonte: o Autor.

Para a Categoria “ESG”, apresentada na Tabela 5, observou-se uma diminuição do percentual representativo da categoria em relação ao relatório como um todo no comparativo do Itaú no período, enquanto no Bradesco percebe-se um aumento nesse mesmo percentual. Em ambos os relatórios, essa categoria se destaca representando 27,8% do Relato Integrado do Itaú em 2014 e 41,2% do Relato Integrado do Bradesco em 2018.

No caso do Itaú, essa diminuição está, em grande parte, relacionada ao Código de Nível I “Governança Corporativa” e foi em parte compensada pelo aumento nos Códigos de Nível I “Aspectos Ambientais” e “Aspectos Sociais”.

Para o código de “Governança Corporativa”, utilizou-se o critério de identificação de riscos (financeiros, regulatórios, de crédito etc.) como parâmetro de classificação dos Códigos de Nível II. Uma vez descrita a forma como foi feita a identificação dos riscos (Código de Nível

II “Gestão de Riscos”), as organizações normalmente seguem descrevendo quais são as políticas e “Controles Internos” desenvolvidos para lidar com esses riscos e, uma vez descritos quais controles internos foram implementados, passa-se para o *Compliance*, no qual foca na aplicação desses controles.

No caso do Itaú, observou-se uma diminuição na frequência do Código de Nível I “Governança Corporativa” devido a uma diminuição de aproximadamente 50% de segmentos codificados quanto aos Códigos de Nível II “Gestão de Riscos”, “Controles Internos” e “*Compliance*”, devendo-se tanto pela própria divulgação do tema, quanto pela forma como foi divulgada nesse relatório; no caso, tanto as políticas quanto a estrutura de governança são apresentados em forma de infográficos, o que consequentemente diminuiu o número de segmentos.

Quanto ao Código de Nível I “Aspectos Ambientais”, pode-se observar nos seus respectivos Códigos de Nível II o aumento em especial dos segmentos referentes às “Ações Ambientais”; aqui também se justifica explorar os critérios de classificação utilizados para codificação de Nível II.

Os “Impactos Ambientais” são descrições de como as Organizações fazem a gestão quanto ao meio ambiente, algo como causa e consequência, e quais são os impactos de simples operação de cada organização; normalmente são elencados os impactos de emissões carbono, uso de energia elétrica, água, plástico e papéis. Como exemplo, extraído do Relatório Integrado do Bradesco de 2018, tem-se:

Figura 11 – Exemplo do código Impacto Ambiental

MATERIAIS USADOS POR PESO OU VOLUME GRI 301-1					
DEPARTAMENTO GESTOR	Material ¹	Unidade de medida (peso ou volume)	Volume ou peso utilizado		
			2016	2017	2018
Cartões	PVC	tonelada	153,0	157,0	164,0
	PET reciclado	quilograma	40	47	49
	Papel	tonelada	1.833,0	1.890,0	1.969,0

¹ Todos os materiais são de fonte renovável, com exceção do PVC, relatado pela Bradesco Cartões, e pelo plástico, relatado pela Bradesco Seguros Auto.

Fonte: Relatório Integrado do Bradesco, 2018, (p. 109).

Já o código “Ações Ambientais” se refere às ações ativas da organização para diminuir seu impacto ambiental e/ou melhorar de forma geral o meio ambiente como se verifica também num exemplo do Relatório Integrado do Bradesco.

“CARTÕES VIRTUAIS CORPORATIVOS – Soluções financeiras que eliminam a necessidade da emissão do plástico (cartão) para a utilização do produto, inclui: American Express® Conta EBTA; American Express® Conta Hotel; Cartão Business Travel Bradesco (BTB); e Cartão Passagem Bradesco Corporativo CPB Visa/Mastercard, com a emissão total de 2.427 cartões”. (Relatório Integrado do Bradesco, 2018, p.96)

Ao retomar a análise do relatório do Itaú, percebe-se que houve um aumento de 105% na divulgação de “Ações Ambientais”.

Durante a codificação, o código das “Ações Políticas Sociais” emergiu dos segmentos relativos às ações ativas da organização junto aos órgãos de governo para alteração de leis e normas que afetem de forma positiva as camadas sociais menos privilegiadas. Quando esse código foi inserido sob o guarda-chuva do Código de Nível I “Aspectos Sociais”, por analogia, pensou-se em criar o mesmo código para “Aspectos Ambientais”, porém percebeu-se que nenhuma das duas organizações revela desenvolver esse tipo de pressão junto ao poder público no que se refere ao meio ambiente.

Seguindo os mesmos critérios da Categoria “Aspectos Ambientais”, foram criados os Códigos de Nível II análogos na Categoria “Aspectos Sociais”, mas vale referir que impactos, sejam sociais ou ambientais, podem ter caráter positivo ou negativo; pelo que vale ressaltar que nos relatórios em questão, a maior parte dos “Impactos Ambientais” tinha caráter negativo, enquanto os “Impactos Sociais”, caráter positivos.

Quanto ao Código de Nível I “Aspectos Sociais”, também se pode observar um aumento generalizado dos Códigos de Nível II que o compõem, destacando-se os “Impactos Sociais”, que não eram divulgados no relatório de 2014 e que passaram a representar quase 2% do total de segmentos codificados no relatório do Itaú 2018.

Também se depreende o aumento de segmentos em “Ações Sociais” refletindo diretamente em um aumento da divulgação dado a esse tema. Vale recordar que o Itaú divulgou entre 2015 e 2019 (referente a 2014 e 2018) um Relatório de Sustentabilidade em complemento ao Relatório Anual Integrado.

Passando para a análise dessa Categoria nos Relatórios do Bradesco, observou-se um aumento ainda maior na categoria “ESG”, iniciando com 351 segmentos em 2014 e passando para 998 segmentos em 2018, representando um aumento para quase três vezes o número

inicial. Nesse caso, houve um aumento quase que generalizado no número de segmentos de códigos, destacando-se nos Códigos de Nível I “Governança Corporativa” e “Aspectos Ambientais”.

Houve um aumento de 195% no código de “Governança Corporativa”, que passou a representar quase 1/5 do relatório como um todo em 2018, com destaque para os Códigos de Nível II “Controles Internos” e “*Compliance*”; havendo um aumento relevante de descrição tanto da estrutura comitês e comissões quanto de normas e políticas de controle, assim como aumento menos relevante de descrição da aplicação desses controles em “*Compliance*”.

Assim como ocorreu no Itaú, houve um aumento nos números de segmentos classificados no Código de Nível I “Aspectos Ambientais” no relatório 2018 do Bradesco, que passou a representar 10,7% do relatório como um todo, com um aumento de quase cinco vezes o número de segmentos referentes a 2014. O maior responsável por esse aumento foi o Código de Nível II “Impactos Ambientais”, no qual a organização descreveu mais detalhadamente seus impactos junto ao meio ambiente. Assim como ocorreu o aumento de segmentos de “Impactos Ambientais”, também ocorreu o aumento no número de segmentos de “Ações Ambientais”, passando de 47 em 2014 para 118 em 2018.

A considerar o código “Aspectos Sociais”, mesmo havendo um aumento no número de segmentos codificados (95 em 2014 para 169 em 2018), pela maior descrição de ações sociais feitas pela organização, houve uma diminuição de 1,1 p.p. na sua representatividade quanto ao relatório como um todo.

Essa categoria como um todo teve um aumento relevante, porém apresentou algumas situações que podem interferir nessa análise, quaisquer que sejam, houve um número elevado de repetição de texto e houve a divulgação de informações que podem ser consideradas imateriais. Tanto a repetição quanto a questão de materialidade serão retomados em tópicos dedicados mais a frente nesse trabalho.

Tabela 6 – Análise Unidimensional dos Códigos da Categoria “Stakeholders” da Dimensão Temática

Categoria		Itaú					
		2014		2018		Variação	
Códigos Nível I	Códigos Nível II	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Stakeholders		207	21,2%	232	17,6%	12%	-3,6 p.p.
Cliente		28	2,9%	69	5,2%	146%	2,4 p.p.
Fornecedores		13	1,3%	10	0,8%	-23%	-0,6 p.p.
Informações sobre Colaboradores		120	12,3%	73	5,5%	-39%	-6,7 p.p.
	<i>Informações Gerais dos Colaboradores</i>	93	9,5%	59	4,5%	-37%	-5,0 p.p.
	<i>Remunerações (Compensação) dos Colaboradores</i>	27	2,8%	14	1,1%	-48%	-1,7 p.p.
Informações sobre Gestores		8	0,8%	22	1,7%	175%	0,9 p.p.
	<i>Informações Gerais dos Gestores</i>	4	0,4%	17	1,3%	325%	0,9 p.p.
	<i>Remunerações (Compensação) dos Gestores</i>	4	0,4%	5	0,4%	25%	0,0 p.p.
Informações dos Acionistas		17	1,7%	19	1,4%	12%	-0,3 p.p.
	<i>Informações Gerais sobre Acionistas</i>	7	0,7%	5	0,4%	-29%	-0,3 p.p.
	<i>Remuneração dos Acionistas</i>	2	0,2%	12	0,9%	500%	0,7 p.p.
	<i>Informações sobre Controle Acionário</i>	5	0,5%	2	0,2%	-60%	-0,4 p.p.
	<i>Informações sobre Partes Relacionadas</i>	3	0,3%	0	0,0%	-100%	-0,3 p.p.
Governo		21	2,2%	39	3,0%	86%	0,8 p.p.
	<i>Legislação e Regulação</i>	16	1,6%	31	2,4%	94%	0,7 p.p.
	<i>Judicialização</i>	5	0,5%	4	0,3%	-20%	-0,2 p.p.
	<i>Impostos / Taxas / Contribuições</i>	0	0,0%	4	0,3%		0,3 p.p.

Categoria		Bradesco					
		2014		2018		Variação	
Códigos Nível I	Códigos Nível II	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Stakeholders		216	18,4%	369	15,2%	71%	-3,2 p.p.
Cliente		30	2,6%	61	2,5%	103%	0,0 p.p.
Fornecedores		33	2,8%	36	1,5%	9%	-1,3 p.p.
Informações sobre Colaboradores		124	10,6%	165	6,8%	33%	-3,7 p.p.
	<i>Informações Gerais dos Colaboradores</i>	92	7,8%	131	5,4%	42%	-2,4 p.p.
	<i>Remunerações (Compensação) dos Colaboradores</i>	32	2,7%	34	1,4%	6%	-1,3 p.p.
Informações sobre Gestores		14	1,2%	23	1,0%	64%	-0,2 p.p.
	<i>Informações Gerais dos Gestores</i>	10	0,9%	18	0,7%	80%	-0,1 p.p.
	<i>Remunerações (Compensação) dos Gestores</i>	4	0,3%	5	0,2%	25%	-0,1 p.p.
Informações dos Acionistas		10	0,9%	9	0,4%	-10%	-0,5 p.p.
	<i>Informações Gerais sobre Acionistas</i>	1	0,1%	2	0,1%	100%	0,0 p.p.
	<i>Remuneração dos Acionistas</i>	8	0,7%	4	0,2%	-50%	-0,5 p.p.
	<i>Informações sobre Controle Acionário</i>	1	0,1%	3	0,1%	200%	0,0 p.p.
	<i>Informações sobre Partes Relacionadas</i>	0	0,0%	0	0,0%		0,0 p.p.
Governo		5	0,4%	75	3,1%	1400%	2,7 p.p.
	<i>Legislação e Regulação</i>	4	0,3%	53	2,2%	1225%	1,8 p.p.
	<i>Judicialização</i>	0	0,0%	17	0,7%		0,7 p.p.
	<i>Impostos / Taxas / Contribuições</i>	1	0,1%	5	0,2%	400%	0,1 p.p.

Fonte: o Autor

Quanto a categoria “Stakeholders”, representada na Tabela 6, observa-se que houve um aumento no número de segmentos codificados nas duas organizações, porém houve uma diminuição no percentual de representatividade em relação aos relatórios devido ao aumento no número de páginas dos relatórios, aumento mais relevante no caso dos comparativos dos relatórios do Bradesco que quase dobrou em número de páginas.

Ao analisar os Códigos de Nível I dessa Categoria, destacam-se os aumentos ocorridos no número de segmentos do código “Cliente”, em ambas as organizações. Aqui fica claro o interesse das organizações em descrever elementos deste código, com objetivo de estreitar a

sua relação com os clientes. No caso específico do Itaú 2018, uma das frentes estratégicas da organização é “foco no cliente” o que foi repetidamente demonstrado no relatório, como comprovado em “Centralidade no cliente - Para conceber produtos e desenvolver uma ‘cultura de atendimento’ sempre focados na satisfação de clientes.” (Relatório Anual Integrado do Itaú, 2018, p.4). Como já explicado anteriormente, a codificação de cada segmento levou em consideração a mensagem central da frase, linha ou infográfico, porém não se pode ignorar que diversas unidades proposicionais abordavam a inovação digital relacionada ao atendimento de cliente. Ademais, as duas organizações passaram a divulgar NPS (*Net Promoter Score*), que mede e qualidade e/ou satisfação dos clientes, apesar de não divulgarem a metodologia de cálculo utilizada.

Quanto ao Código de Nível I “Informações sobre Colaboradores”, houve uma diminuição dos segmentos no comparativo do Itaú entre 2014 e 2018 de 37% devido à diminuição no número de segmentos do Código de Nível II “Informações Gerais dos Colaboradores”. Essa queda foi impactada pelo aumento no número de infográficos utilizados nesse relatório.

Já no caso do Bradesco, as “Informações Gerais dos Colaboradores” tomaram direção em sentido contrário, revelando-se num aumento de 42% no número de segmentos. Ainda vale destacar que o elevado nível de divulgação do Código de Nível II “Remuneração dos Colaboradores” feita pelo Bradesco em 2018 incluiu diferenças salariais entre homens e mulheres (sendo o único a fazer isso).

Passando dos colaboradores para os Gestores, o Código de Nível I “Informações sobre os Gestores” revela um leve aumento no número de segmentos, verificado nas duas organizações, porém relevante do ponto de vista percentual pelo aumento da descrição das funções dos gestores nas organizações. Pontos referentes à diversidade de Colaboradores e Gestores nas duas Organizações serão tratadas em tópico específico ao final da análise.

Quanto ao código referente às “Informações dos Acionistas”, o número de segmentos codificados é baixo, pois o foco das Organizações foi direcionado aos dados financeiros e análise de rentabilidade tratados na Categoria a seguir. É relevante falar que o relatório do Itaú 2014 foi o único que tratou de “Informações sobre Partes Relacionadas” dentre todos os relatórios; esse tema é pouco abordado.

Por fim, quanto ao Código de Nível I “Governo”, houve um aumento nos comparativos das duas Organizações tendo sido mais relevante no comparativo do Bradesco. Em grande parte, isso se deve ao aumento de segmentos sobre “Legislação e Regulação”, novamente mais relevante no comparativo do Bradesco, e no aumento de divulgação sobre “Judicialização”, ou

seja, sobre processos judiciais e/ou administrativos que envolvem as organizações, com destaque para a Operação Zelotes.

Tabela 7 – Análise Unidimensional dos Códigos da Categoria “Informações Financeiras” da Organização da Dimensão Temática

Categoria		Itaú					
		2014		2018		Variação	
Códigos Nível I	Códigos Nível II	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Informações financeiras da Organização		93	9,5%	212	16,1%	128%	6,6 p.p.
Dados Financeiros		0	0,0%	86	6,5%		6,5 p.p.
Análise de Liquidez		7	0,7%	11	0,8%	57%	0,1 p.p.
Análise de Rentabilidade		72	7,4%	65	4,9%	-10%	-2,4 p.p.
<i>Geral</i>		53	5,4%	64	4,9%	21%	-0,6 p.p.
<i>Segmentos de Negócios</i>		19	1,9%	1	0,1%	-95%	-1,9 p.p.
Análise de Endividamento		14	1,4%	50	3,8%	257%	2,4 p.p.

Categoria		Bradesco					
		2014		2018		Variação	
Códigos Nível I	Códigos Nível II	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Informações financeiras da Organização		257	21,9%	246	10,2%	-4%	-11,7 p.p.
Dados Financeiros		167	14,2%	79	3,3%	-53%	-11,0 p.p.
Análise de Liquidez		13	1,1%	9	0,4%	-31%	-0,7 p.p.
Análise de Rentabilidade		63	5,4%	137	5,7%	117%	0,3 p.p.
<i>Geral</i>		55	4,7%	127	5,2%	131%	0,6 p.p.
<i>Segmentos de Negócios</i>		8	0,7%	10	0,4%	25%	-0,3 p.p.
Análise de Endividamento		14	1,2%	21	0,9%	50%	-0,3 p.p.

Fonte: o Autor.

Para a última Categoria da Dimensão Temática apresentada na Tabela 7, “Informações financeiras da Organização”, é necessário explicar a escolha dos códigos utilizados aqui. Houve primeiro a separação do que seriam “Dados Financeiros” considerados “brutos” (principalmente linhas de tabelas e Demonstrações Financeiras Resumidas) e Análises Financeiras, alguma informação agregada pela Administração das Organizações.

Quanto à “Análise Financeira”, optou-se pela utilização do tripé da análise financeira feita por (Marion, 2019) quanto às três análises básicas de demonstrações financeiras, nomeadamente “Liquidez”, “Rentabilidade” e “Endividamento”. Dito isso, percebe-se que nas duas instituições não houve uma grande diferença no número absoluto dos segmentos do Código de Nível I “Análise de Liquidez”; tendo em vista que grande parte das análises feita referente a esse assunto está ligada ao *framework* de Basileia e às normas do Banco Central do Brasil. Quando da descrição de norma, os segmentos foram classificados no Código de Nível II “Legislação e Regulação”, e quando o texto fazia referência à liquidez de cada organização, quando apresentado em forma de gráfico ou infográfico, o mesmo era classificado enquanto “Dados Financeiros” e somente quando havia algum tipo de análise que era classificado no código de “Análise de Liquidez”.

Quanto ao Itaú, observa-se aumento de 128% de segmentos codificados entre os dois períodos, isso se deve principalmente ao aumento do Códigos “Dados Financeiros” e “Análise de Endividamento”. Já no caso do Bradesco, percebe-se uma leve diminuição nos números gerais da categoria, pelo que é interessante observar que houve uma mudança na forma como o Bradesco divulgava suas informações financeiras, diminuindo conteúdo com “simples dados financeiros” e aumentando conteúdo com análises financeiras nas quais o valor agregado pode ser maior com os comentários da administração. Houve uma diminuição de 88 segmentos codificados em “Dados Financeiros” e um aumento de 72 segmentos codificados em “Análise de Rentabilidade”.

Aqui vale o falar que não necessariamente todos os segmentos migraram de um código para outro e que não faz parte do escopo do trabalho julgar se isso é melhor ou pior, mas apontar de forma descritiva o que ocorreu nas duas organizações nesses dois períodos, porém resta a reflexão sobre a mudança na divulgação de dados para informações.

4.3.3 Análise Unidimensional das Dimensões não Temáticas

Ao retomar os três primeiros objetivos específicos, quanto a divulgação de informações prospectivas, não financeiras e qualitativas divulgadas nos Relatórios Anuais de organizações brasileiras em 2015 e 2019, pode-se observar, na tabela 8, que no caso de informações prospectivas, as duas Organizações tiveram um leve aumento nesse tipo de informação (1,9 p.p. no Itaú e 2,7 p.p. no Bradesco). Porém no caso de informações não financeiras e informações qualitativas, houve divergência no comparativo entre as duas organizações.

No caso do Itaú, apesar do aumento no número de páginas e segmentos codificados entre os períodos, percebe-se uma maior consistência na divulgação de informações enquadradas nessas dimensões, a maior alteração ocorreu na dimensão financeira, com aumento de 6,6 pontos percentuais. Também ocorreu um leve aumento de divulgação de informações qualitativas de 1,3 p.p.. Além desses aumentos, também houve um incremento da divulgação de informações históricas em 4,4 p.p.. Essa elevação das informações financeiras, como também das históricas, foi impactado em parte pela incorporação de Resumo das Demonstrações Financeiras ao Relato Integrado.

Tabela 8 – Análise Unidimensional das Dimensões Não Temáticas

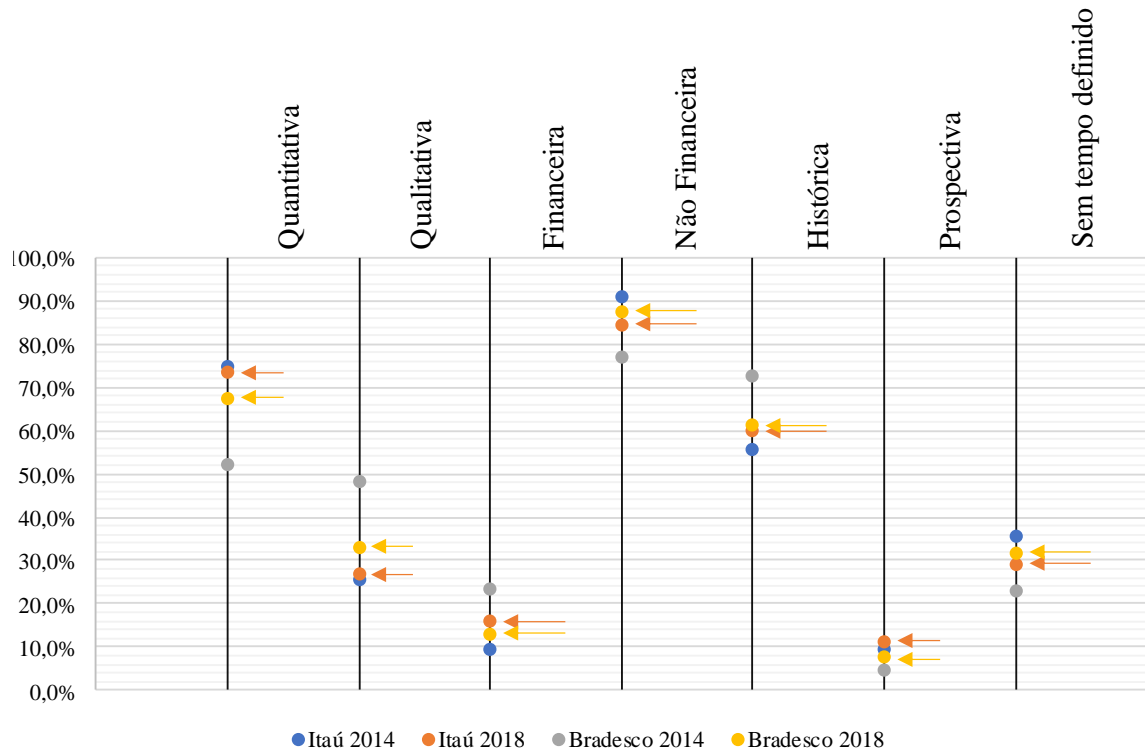
Dimensões	Itaú					
	2014		2018		Variação	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Quantitativa						
Quantitativa	729	74,7%	966	73,4%	32,5%	-1,3 p.p.
Qualitativa	247	25,3%	350	26,6%	41,7%	1,3 p.p.
Financeira						
Financeira	89	9,1%	207	15,7%	132,6%	6,6 p.p.
Não Financeira	887	90,9%	1109	84,3%	25,0%	-6,6 p.p.
Temporal						
Histórica	541	55,4%	787	59,8%	45,5%	4,4 p.p.
Prospectiva	90	9,2%	146	11,1%	62,2%	1,9 p.p.
Sem tempo definido	345	35,3%	383	29,1%	11,0%	-6,2 p.p.
Dimensões	Bradesco					
	2014		2018		Variação	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Quantitativa						
Quantitativa	608	51,8%	1629	67,3%	167,9%	15,5 p.p.
Qualitativa	566	48,2%	791	32,7%	39,8%	-15,5 p.p.
Financeira						
Financeira	273	23,3%	306	12,6%	12,1%	-10,6 p.p.
Não Financeira	901	76,7%	2114	87,4%	134,6%	10,6 p.p.
Temporal						
Histórica	851	72,5%	1480	61,2%	73,9%	-11,3 p.p.
Prospectiva	55	4,7%	178	7,4%	223,6%	2,7 p.p.
Sem tempo definido	268	22,8%	762	31,5%	184,3%	8,7 p.p.

Fonte: Adaptado de Beattie et al. (2004).

Nos Relatórios do Bradesco, primeiramente observa-se que houve um aumento relevante no número de segmentos codificados, que foi de 1174 segmentos em 2014 e de 2420 segmentos em 2018 (praticamente o dobro). Na análise Dimensional anterior, foi abordada a incorporação relevante de informações “ESG” e de “Descrição do Negócio”, que em grande parte estas informações foram divulgadas de forma quantitativas e não financeiras, o que justificaria o aumento de 15,5 p.p. das informações quantitativas e de 10,6 p.p. de em informações não financeiras no período.

Interessante destacar que, apesar de variações divergentes em relação às Dimensões Quantitativa e Financeira entre essas duas Organizações, houve na verdade uma convergência entre elas. Em cada um dos Códigos de cada uma das Dimensões não temáticas, houve uma aproximação no percentual representativo desses Códigos em relação ao Relatório como demonstrado na Figura 12.

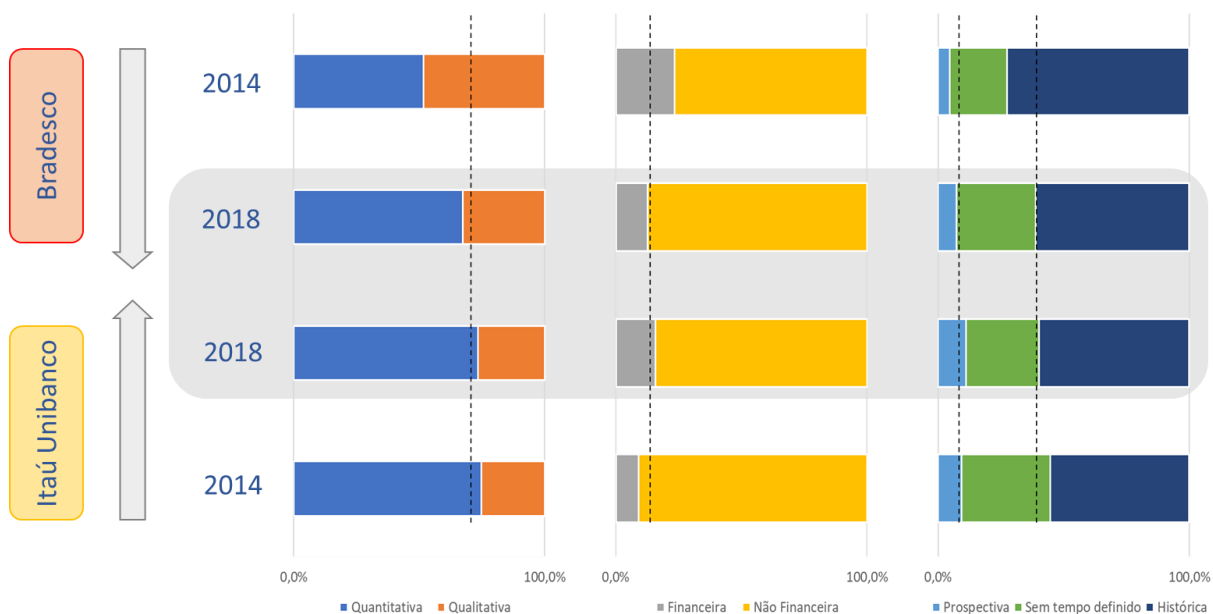
Figura 12 – Convergência Unidimensional



Fonte: o Autor

As duas Organizações convergiram para uma distribuição na Dimensão Quantitativa, para em torno de 70% quantitativa e 30% qualitativa em linha com os resultados trazidos por Melloni (2015). Para a Dimensão Financeira, aproximadamente 15% para informações financeiras e 85% para informações não financeiras. Já para a Dimensão Temporal, a divisão ficou em aproximadamente 60% para informações históricas, 10% para informações prospectivas e 30% de informações sem tempo definido corroborando as evidências trazidas por Melloni (2015) de que há pouca divulgação de informações prospectivas. A figura 13 ilustra o ponto aproximado de convergência.

Figura 13 –Convergência das Dimensões não Temáticas



Fonte: o Autor

4.4 ANÁLISE BIDIMENSIONAL DAS DIMENSÕES NÃO TEMÁTICAS

Ao utilizar o cruzamento de duas dimensões não temáticas, pode-se obter um segundo nível, mais profundo, de análise dessas dimensões. Serão feitas as análises de cada uma das Dimensões com o cruzamento das outras duas Dimensões não temáticas. Aqui vale destacar que cada cruzamento de Dimensões vai somar ao valor de 100% daquela dimensão.

A primeira é o cruzamento analítico da Dimensão Quantitativa (Quantitativa e Qualitativa) com a Dimensão Financeira (Financeira e Não Financeira), apresentada na Tabela 9.

Tabela 9 – Análise Bidimensional das Dimensões Não Temáticas

Dimensões	Itaú					
	2014		2018		Variação	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Quantitativa x Financeira						
Quantitativa x Financeira	87	8,9%	203	15,4%	133,3%	6,5 p.p.
Quantitativa x Não Financeira	160	16,4%	147	11,2%	-8,1%	-5,2 p.p.
Qualitativa x Financeira	2	0,2%	4	0,3%	100,0%	0,1 p.p.
Qualitativa x Não Financeira	727	74,5%	962	73,1%	32,3%	-1,4 p.p.

Dimensões	Bradesco					
	2014		2018		Variação	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Quantitativa x Financeira						
Quantitativa x Financeira	273	23,3%	306	12,6%	12,1%	-10,6 p.p.
Quantitativa x Não Financeira	293	25,0%	485	20,0%	65,5%	-4,9 p.p.
Qualitativa x Financeira	0	0,0%	0	0,0%		0,0 p.p.
Qualitativa x Não Financeira	608	51,8%	1629	67,3%	167,9%	15,5 p.p.

Fonte: Adaptado de Beattie et al. (2004).

Observa-se que há uma maior concentração no cruzamento de informações qualitativas em não financeiras, representando, na média, 63,2% do conjunto de relatórios 2014 e 70,2% dos Relatórios de 2018. No caso do Itaú, houve uma leve diminuição na representatividade desse cruzamento de códigos (1,4 p.p.), enquanto no Bradesco percebe-se um aumento relevante de 167,9% no período. Isso se deve em grande parte, novamente, à grande incorporação de informações de sustentabilidade e gestão de pessoas.

Para o cruzamento de informações Quantitativas e Financeiras houve um aumento de número de segmentos em ambas as Organizações nesse tipo de informação, porém no Bradesco houve uma diminuição de 10,6 p.p. do percentual representativo em relação ao relatório como um todo.

No caso de segmentos de informações tanto Quantitativas quanto Não Financeiras, houve uma pequena diminuição no Itaú (8,1%) e aumento no Bradesco (65,5%) no período. Chama-se a atenção que no caso do Itaú houve uma mudança de informações Quantitativas Não Financeiras (-5,2 p.p.), para Informações Quantitativas Financeiras (+6,5 p.p.).

Por último, destaca-se o baixo número de interações entre informações financeiras e informações qualitativas, tendo ocorrido muito pouco no Itaú (2 em 2014 e 4 em 2018) e não ocorrido no Bradesco. Como exemplo, os dois segmentos consecutivos de código classificado dessa forma no Relatório do Itaú de 2014: “A maior parte de nossa carteira é expressa em reais. Contudo, uma parcela de nossa carteira está indexada às moedas estrangeiras, principalmente ao dólar dos EUA” (Página 17, lado direito, Relato Integrado Itaú 2014).

Tabela 10 – Análise Bidimensional das Dimensões Não Temáticas

Dimensões	Itaú					
	2014		2018		Variação	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Quantitativa x Temporal						
Quantitativa x Histórica	229	23,5%	340	25,8%	48,5%	2,4 p.p.
Quantitativa x Prospectiva	13	1,3%	8	0,6%	-38,5%	-0,7 p.p.
Quantitativa x Sem Tempo Definido	5	0,5%	2	0,2%	-60,0%	-0,4 p.p.
Qualitativa x Histórica	312	32,0%	447	34,0%	43,3%	2,0 p.p.
Qualitativa x Prospectiva	77	7,9%	138	10,5%	79,2%	2,6 p.p.
Qualitativa x Sem Tempo Definido	340	34,8%	381	29,0%	12,1%	-5,9 p.p.
Dimensões	Bradesco					
	2014		2018		Variação	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Quantitativa x Temporal						
Quantitativa x Histórica	540	46,0%	723	29,9%	33,9%	-16,1 p.p.
Quantitativa x Prospectiva	17	1,4%	35	1,4%	105,9%	0,0 p.p.
Quantitativa x Sem Tempo Definido	9	0,8%	33	1,4%	266,7%	0,6 p.p.
Qualitativa x Histórica	311	26,5%	757	31,3%	143,4%	4,8 p.p.
Qualitativa x Prospectiva	38	3,2%	143	5,9%	276,3%	2,7 p.p.
Qualitativa x Sem Tempo Definido	259	22,1%	729	30,1%	181,5%	8,1 p.p.

Fonte: Adaptado de Beattie et al. (2004).

No cruzamento da Dimensão Quantitativa (Quantitativa e Qualitativa) com a Dimensão Temporal (Histórica, Prospectiva ou Sem Tempo Definido), apresentada na Tabela 10, destaca-se primeiramente que não há uma concentração de segmento em um único cruzamento. Nesse plano de Dimensões, os segmentos estão distribuídos principalmente em três cruzamentos.

O que contou com maior número de segmentos codificados foi o cruzamento de informações Qualitativas e Históricas, representando, em 2018, 34% no Relatório do Itaú e 31,3% no Relatório do Bradesco e aumento do percentual representativo em relação ao relatório como um todo (2,0 p.p. e 4,7 p.p., respectivamente).

A maior variação percentual representativa em relação ao relatório como um todo no período ocorreu nas informações Quantitativas Históricas do Bradesco, que diminuíram em 16,1p.p., apesar do aumento no número de segmentos codificados. Como não houve grande variação nas informações Quantitativas Prospectivas ou Sem Tempo Definido, ou diminuição de segmentos codificados, pode-se referir que foram acrescentadas informações Qualitativas, Sem Tempo Definido (aumento de 8,1 p.p.), Históricas (aumento de 4,8 p.p.) e Prospectivas (aumento de 2,7 p.p.). Importante destacar que as informações Prospectivas são predominantemente Qualitativas.

Sobre informações Qualitativas Sem Tempo Definido, as descrições e definições de produtos, serviços, negócios, estrutura de governança se enquadram nesse cruzamento. No caso do Itaú, houve uma diminuição do percentual representativo em relação ao relatório como um todo no período (-5,9 p.p.), e como já falado, houve um aumento no Bradesco de 8,1 p.p., observando-se tendências opostas entre as organizações.

Tabela 11 – Análise Bidimensional das Dimensões Não Temáticas

Dimensões	Itaú					
	2014		2018		Variação	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Financeira x Temporal						
Financeira x Histórica	88	9,0%	206	15,7%	134,1%	6,6 p.p.
Financeira x Prospectiva	1	0,1%	1	0,1%	0,0%	0,0 p.p.
Financeira x Sem Tempo Definido	0	0,0%	0	0,0%		0,0 p.p.
Não Financeira x Histórica	453	46,4%	581	44,1%	28,3%	-2,3 p.p.
Não Financeira x Prospectiva	89	9,1%	145	11,0%	62,9%	1,9 p.p.
Não Financeira x Sem Tempo Definido	345	35,3%	383	29,1%	11,0%	-6,2 p.p.
Dimensões	Bradesco					
	2014		2018		Variação	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Financeira x Temporal						
Financeira x Histórica	268	22,8%	298	12,3%	11,2%	-10,5 p.p.
Financeira x Prospectiva	1	0,1%	3	0,1%	200,0%	0,0 p.p.
Financeira x Sem Tempo Definido	4	0,3%	5	0,2%	25,0%	-0,1 p.p.
Não Financeira x Histórica	583	49,7%	1182	48,8%	102,7%	-0,8 p.p.
Não Financeira x Prospectiva	54	4,6%	175	7,2%	224,1%	2,6 p.p.
Não Financeira x Sem Tempo Definido	264	22,5%	757	31,3%	186,7%	8,8 p.p.

Fonte: Adaptado de Beattie et al. (2004).

No cruzamento da Dimensão Dimensão Financeira (Financeira e Não Financeira) com a Dimensão Temporal (Histórica, Prospectiva ou Sem Tempo Definido), apresentada na tabela 11. Observa-se também uma distribuição concentrada principalmente em três cruzamentos, com maior concentração em um cruzamento.

A primeira informação que chama a atenção é o aumento no número de segmentos do cruzamento de informações Financeiras e Históricas do Itaú (de 88 em 2014 para 206 em 2018), representando um aumento também do percentual representativo em relação ao relatório como um todo (6,6 p.p.), sem que tenha havido um aumento de informações Financeiras em outros códigos da dimensão temporal. Por outro lado, no Bradesco, mesmo com o aumento de segmentos codificados nesse cruzamento (aumento de 12,3%), houve uma diminuição do percentual representativo em relação ao relatório como um todo em 10,5 p.p. no período.

Quando analisado o cruzamento de informações Não Financeiras Históricas nas duas organizações, observa-se que houve um aumento nos segmentos codificados (28,3% no Itaú e 102,7% no Bradesco), porém tendendo à estabilidade com leve diminuição do percentual representativo em relação ao relatório como um todo nos Relatórios entre 2014 e 2018 (de 46,4% para 44,1% no Itaú e de 49,7% para 48,8% no Bradesco).

No cruzamento de informações Não Financeiras Sem Tempo Definido, registraram-se novamente aumentos de segmentos nas duas Organizações entre 2014 e 2018 (11% no Itaú e 86,7% no Bradesco), porém, ao se analisar o percentual representativo em relação ao relatório como um todo, houve aumento no Bradesco (8,8 p.p.) e diminuição no Itaú (6,2 p.p.).

Vale relembrar que o Relatório do Bradesco quase dobrou em número de páginas e de segmentos codificados, por isso aumentos proporcionais elevados de segmentos codificados têm um impacto menor na sua representatividade em relação ao Relatório. Ainda assim, é possível observar o impacto da incorporação de informações de sustentabilidade e gestão de pessoas nesse relatório, com o aumento de informações Não Financeiras, em detrimento de informações Financeiras, e a redistribuição dessas informações na Dimensão Temporal.

Assim como observado na interação entre informações Financeiras e Qualitativas, foi observado nos Relatórios que informação Financeira é mais propensa a ter um tempo determinado, seja Prospectiva ou, em sua grande maioria, Histórica. No caso de informações Financeiras Sem Tempo Definido, no Itaú não foram observadas situações que se enquadrassem nessa classificação. Já no Bradesco, foram observados poucos segmentos classificados assim (quatro em 2014 e cinco em 2018), abaixo dois exemplos de segmentos consecutivos classificados nesse dois códigos retirados do Relatório do Bradesco 2014.

Serviços de assessoria a *project finance* cujo custo total de capital do projeto seja igual ou superior a US\$ 10 milhões.

Project finance cujo custo total de capital do projeto seja igual ou superior a US\$ 10 milhões. (Relatório Anual Bradesco, 2014, p.72)

Confirma-se a influência da incorporação dos resumos das Demonstrações Contábeis no Relatório do Itaú em 2018 ao se observar um aumento na proporção sobre o relatório de informações Financeiras Quantitativas em detrimento de informações Qualitativas.

Tabela 12 – Análise Bidimensional das Dimensões Não Temáticas

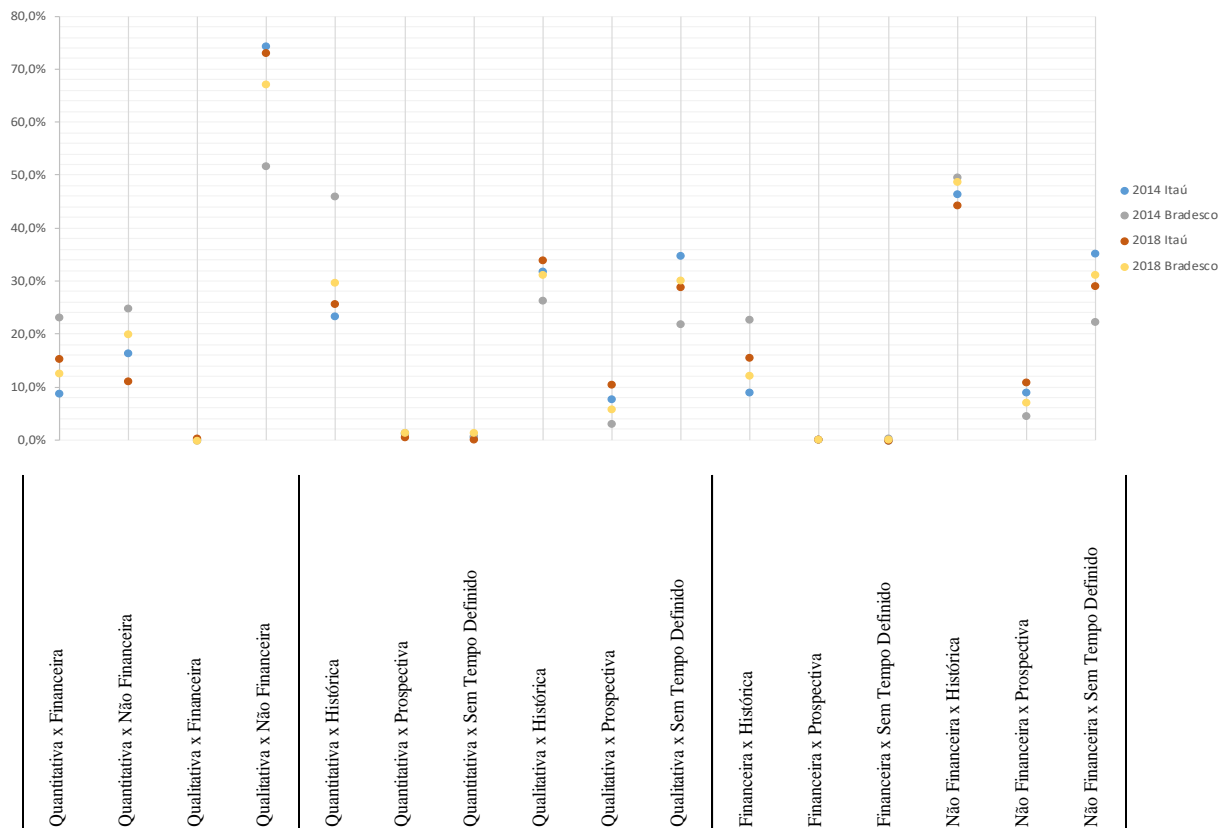
Dimensões	Convergência		
	2014	2018	Situação
Quantitativa x Financeira			
Quantitativa x Financeira	14,3%	4,6%	Convergente
Quantitativa x Não Financeira	8,6%	1,5%	Convergente
Qualitativa x Financeira	0,2%	0,3%	Divergente
Qualitativa x Não Financeira	22,7%	5,8%	Convergente
Quantitativa x Temporal			
Quantitativa x Histórica	22,5%	4,0%	Convergente
Quantitativa x Prospectiva	0,1%	0,8%	Divergente
Quantitativa x Sem Tempo Determinado	0,3%	1,2%	Divergente
Qualitativa x Histórica	5,5%	2,7%	Convergente
Qualitativa x Prospectiva	4,7%	4,6%	Convergente
Qualitativa x Sem Tempo Determinado	12,8%	1,2%	Convergente
Financeira x Temporal			
Financeira x Histórica	13,8%	3,3%	Convergente
Financeira x Prospectiva	0,02%	0,05%	Divergente
Financeira x Sem Tempo Determinado	0,3%	0,2%	Convergente
Não Financeira x Histórica	3,2%	4,7%	Divergente
Não Financeira x Prospectiva	4,5%	3,8%	Convergente
Não Financeira x Sem Tempo Determinado	12,9%	2,2%	Convergente

Fonte: o Autor.

Assim como observado na análise unidimensional das Dimensões não temáticas, aqui também se confirma (ver Tabela 12), em mais de 2/3 dos cruzamentos, a convergência das características das informações divulgadas por ambas as Organizações em seus Relatórios de 2018.

Para essa análise, tomou-se a diferença entre os percentuais de participação das frequências de segmentos dos Relatórios de 2014 e 2018 e fez-se um comparativo entre as organizações para se observar se a diferença entre elas diminuiu (convergência) ou aumentou (divergência).

Figura 14 – Dispersão Bidimensional



Fonte: o Autor.

Pode-se extrair que a divergência ocorre mais nos quatro cruzamentos com menor número de segmentos codificados (todos com 35 ou menos frequência de segmentos). No cruzamento de informações Não Financeiras e Históricas (mais relevante dos cruzamentos tendendo a divergência, com frequências entre 453 no Itaú 2014 e 1182 no Bradesco 2018) a aqui novamente pesa o aumento relevante de informações de sustentabilidade e gestão de pessoas. Os outros 11 cruzamentos (em **negrito**) convergiram, como pode ser observado na figura 14.

4.5 ANÁLISE TRIDIMENSIONAL DAS DIMENSÕES NÃO TEMÁTICAS

Adicionando mais um nível no comparativo, passa-se para uma análise tridimensional, nas qual há o cruzamento direto entre cada um dos códigos de cada uma das Dimensões Não Temáticas. Diferente da análise anterior, na qual a distribuição percentual era calculada por cada cruzamento de dimensões (cada cruzamento resumia 100%), aqui não há essa

separação, a soma dos percentuais dos cruzamentos de códigos das três dimensões é representada uma única vez. A Tabela 13 apresenta essa análise.

Tabela 13 – Análise Tridimensional das Dimensões Não Temáticas

Dimensões	Itaú					
	2014		2018		Variação	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Quantitativa x Financeira x Histórica	86	8,8%	202	15,3%	134,9%	6,5 p.p.
Quantitativa x Financeira x Prospectiva	1	0,1%	1	0,1%	0,0%	0,0 p.p.
Quantitativa x Financeira x Sem Tempo Definido	0	0,0%	0	0,0%		0,0 p.p.
Quantitativa x Não Financeira x Histórica	143	14,7%	138	10,5%	-3,5%	-4,2 p.p.
Quantitativa x Não Financeira x Prospectiva	12	1,2%	7	0,5%	-41,7%	-0,7 p.p.
Quantitativa x Não Financeira x Sem Tempo Definido	5	0,5%	2	0,2%	-60,0%	-0,4 p.p.
Qualitativa x Financeira x Histórica	2	0,2%	4	0,3%	100,0%	0,1 p.p.
Qualitativa x Financeira x Prospectiva	0	0,0%	0	0,0%		0,0 p.p.
Qualitativa x Financeira x Sem Tempo Definido	0	0,0%	0	0,0%		0,0 p.p.
Qualitativa x Não Financeira x Histórica	310	31,8%	443	33,7%	42,9%	1,9 p.p.
Qualitativa x Não Financeira x Prospectiva	77	7,9%	138	10,5%	79,2%	2,6 p.p.
Qualitativa x Não Financeira x Sem Tempo Definido	340	34,8%	381	29,0%	12,1%	-5,9 p.p.

Dimensões	Bradesco					
	2014		2018		Variação	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Quantitativa x Financeira x Histórica	268	22,8%	298	12,3%	11,2%	-10,5 p.p.
Quantitativa x Financeira x Prospectiva	1	0,1%	3	0,1%	200,0%	0,0 p.p.
Quantitativa x Financeira x Sem Tempo Definido	4	0,3%	5	0,2%	25,0%	-0,1 p.p.
Quantitativa x Não Financeira x Histórica	272	23,2%	425	17,6%	56,3%	-5,6 p.p.
Quantitativa x Não Financeira x Prospectiva	16	1,4%	32	1,3%	100,0%	0,0 p.p.
Quantitativa x Não Financeira x Sem Tempo Definido	5	0,4%	28	1,2%	460,0%	0,7 p.p.
Qualitativa x Financeira x Histórica	0	0,0%	0	0,0%		0,0 p.p.
Qualitativa x Financeira x Prospectiva	0	0,0%	0	0,0%		0,0 p.p.
Qualitativa x Financeira x Sem Tempo Definido	0	0,0%	0	0,0%		0,0 p.p.
Qualitativa x Não Financeira x Histórica	311	26,5%	757	31,3%	143,4%	4,8 p.p.
Qualitativa x Não Financeira x Prospectiva	38	3,2%	143	5,9%	276,3%	2,7 p.p.
Qualitativa x Não Financeira x Sem Tempo Definido	259	22,1%	729	30,1%	181,5%	8,1 p.p.

Fonte: Adaptado de Beattie et al. (2004).

Nessa análise, optou-se por fazê-la em grupos de três linhas (alinhada com o último código de cada cruzamento que é da Dimensão Temporal). Observando segmentos de códigos que foram classificados enquanto informações Quantitativas, Financeiras e Históricas, percebe-se que houve um aumento de 134,9% na divulgação pelo Itaú entre 2014 e 2018, aumentando não somente o número de segmentos, mas também a participação desse tipo de informação na proporção ao relatório com um todo. No caso do Bradesco, apesar de leve aumento no número de frequência (11,2%), houve uma diminuição de sua representatividade em quase metade (partindo de 22,8% do relatório em 2014 para 12,3% do relatório em 2018, uma diminuição de 46,1%). Retomando a análise anterior, as informações Quantitativas e Financeiras representavam 15,4% do relatório, percebe-se então que a maior parte das informações

Quantitativas Financeiras foi divulgada de forma Histórica (15,3% do relatório). O mesmo ocorre com o Bradesco que, em 2018, tinha 12,6% do relatório nesse cruzamento e, desse percentual, 12,3% foram informações Históricas. As informações Quantitativas Financeiras Não Históricas tiveram baixa frequência de segmentos, e no caso das informações Sem Tempo Definido, foi dado exemplo na análise anterior.

Quanto aos segmentos codificados enquanto informações Quantitativas Não Financeiras, em ambas as Organizações, a distribuição também ocorreu no sentido da classificação de informações Históricas. Houve uma leve diminuição de segmentos Quantitativos, Não Financeiros Históricos no Itaú (3,5%) e um aumento no Bradesco (56,3%) entre períodos analisados. Porém, em ambas as organizações, o percentual de representatividade diminuiu (2,4 p.p. no Itaú e 5,6 p.p. no Bradesco). As informações Quantitativas, Não Financeiras e Não Históricas tiveram baixa frequência de segmentos.

Pode-se destacar ao cruzamento de segmento de informações Qualitativas Financeiras, que, como mencionado e exemplificado na análise bidimensional, foi nula no Itaú e quase nula no Bradesco.

No caso de informações que foram classificadas em segmentos Qualitativo e Não Financeiro, esse cruzamento é o que conteve maior número de frequência de segmentos em todos os códigos da Dimensão Temporal. Retomando a classificação, grande parte dessa informação refere-se a descrições de fatos ocorridos, descrições de estrutura da organização, descrição de objetivos e estratégia e definições dadas no relatório.

No Itaú, as informações Qualitativas Não Financeiras representaram 73,1% do relatório, e foram distribuídas em 33,7% Históricas, 10,5% prospectivas e 29% Sem Tempo Definido. Ainda sobre o Relatório do Itaú 2018, observa-se que houve uma mudança na representatividade dos cruzamentos em relação ao relatório na direção de definição de tempo (Histórico ou Prospectivo). Houve uma diminuição de 5,9 p.p. em informações Sem Tempo Definido e um aumento de 1,9 p.p. para informação Históricas e de 2,6 p.p. para informações Prospectivas.

Utilizando o mesmo critério da análise bidimensional, qual seja, tomando-se a diferença entre os percentuais de participação das frequências de segmentos dos Relatórios de 2014 e 2018, pode-se observar na tabela 14 e reconfirmar a convergência dos relatórios das duas organizações entre 2014 e 2018.

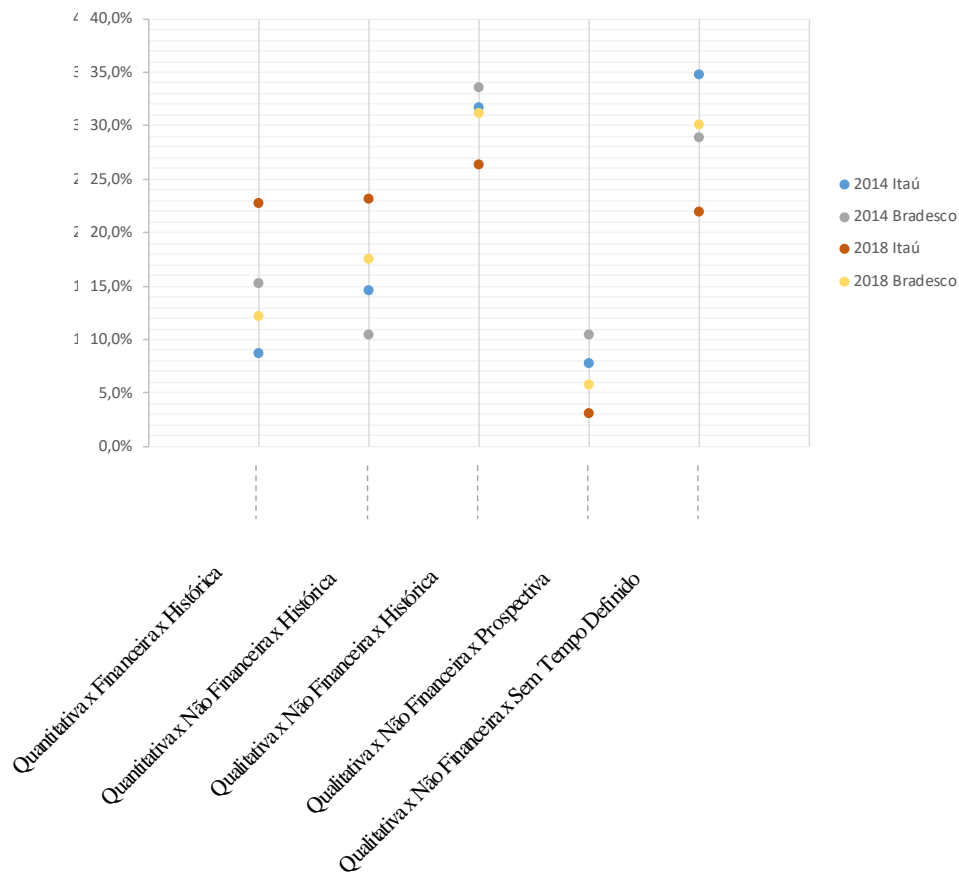
Tabela 14 – Análise de Convergência Tridimensional das Dimensões Não Temáticas

Dimensões	Convergência		
	2014	2018	Situação
Quantitativa x Financeira x Histórica	14,0%	3,0%	Convergente
Quantitativa x Financeira x Prospectiva	0,02%	0,05%	Divergente
Quantitativa x Financeira x Sem Tempo Determinado	0,3%	0,2%	Convergente
Quantitativa x Não Financeira x Histórica	8,5%	7,1%	Convergente
Quantitativa x Não Financeira x Prospectiva	0,1%	0,8%	Divergente
Quantitativa x Não Financeira x Sem Tempo Determinado	0,1%	1,0%	Divergente
Qualitativa x Financeira x Histórica	0,2%	0,3%	Divergente
Qualitativa x Financeira x Prospectiva	0%	0%	Neutro
Qualitativa x Financeira x Sem Tempo Determinado	0%	0%	Neutro
Qualitativa x Não Financeira x Histórica	5,3%	2,4%	Convergente
Qualitativa x Não Financeira x Prospectiva	4,7%	4,6%	Convergente
Qualitativa x Não Financeira x Sem Tempo Determinado	12,8%	1,2%	Convergente

Fonte: o Autor.

Percebe-se que os cinco cruzamentos com maior número de frequências (representando 98,9% do Relatório do Itaú 2018 e 97,2% do Relatório do Bradesco 2018) foram convergentes. Dois cruzamentos foram neutros, quatro cruzamentos foram divergentes (representando 1,1% do Relatório do Itaú 2018 e 2,6% do Relatório do Bradesco 2018) e somente outro cruzamento foi convergente representando 0,2% do Relatório do Bradesco 2018 e sem ter sido codificado no Itaú 2018.

Figura 15 – Dispersão Tridimensional



Fonte: o Autor

4.6 ANÁLISE QUADRIMENSIONAL

Nesse momento do trabalho, retoma-se a primeira análise, unidimensional das categorias temáticas, e faz-se um cruzamento com a análise anterior, tridimensional não temática.

Na primeira análise, observou-se que as categorias “Descrição Geral dos Negócios”, “ESG”, “Stakeholders” e “Informações Financeiras” são as que mais concentram segmentos codificados nesse trabalho. Já na última análise, observou-se que, sob a ótica das três Dimensões Não Temáticas, os cinco códigos seguintes representam mais de 95% dos Relatórios: “Quantitativa x Financeira x Histórica”; “Quantitativa x Não Financeira x Histórica”; “Qualitativa x Não Financeira x Histórica”; “Qualitativa x Não Financeira x Prospectiva”; e, “Qualitativa x Não Financeira x Sem Tempo Definido”. Será apresentada na tabela 15 a interação entre essas dimensões.

Figura 16 – Leitura da Tabela de Análise de Frequência Quadrimensional



Fonte: Autor

Tabela 15 – Análise quadrimensional de segmentos codificados

Categorias / Dimensões	Quantitativa x Financeira x Histórica		Quantitativa x Financeira x Prospectiva		Quantitativa x Financeira x Sem Tempo Definido		Quantitativa x Não Financeira x Histórica		Quantitativa x Não Financeira x Prospectiva		Quantitativa x Não Financeira x Sem Tempo Definido		Qualitativa x Financeira x Histórica		Qualitativa x Financeira x Prospectiva		Qualitativa x Financeira x Sem Tempo Definido		Qualitativa x Não Financeira x Histórica		Qualitativa x Não Financeira x Prospectiva		Qualitativa x Não Financeira x Sem Tempo Definido		
Sobre o Relatório	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	30	10	0	8	44	60
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	12	0	1	46	63
Descrição Geral dos Negócios	12	34	0	0	0	0	45	66	1	1	1	1	0	2	0	0	0	0	117	172	12	30	62	132	
	6	26	0	0	3	5	56	96	3	4	0	10	0	0	0	0	0	0	91	223	6	30	69	243	
Objetivos Amplos	2	0	0	0	0	0	0	3	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	35	16	33	41	7	16	
	1	4	0	2	0	0	10	5	7	5	0	1	0	0	0	0	0	0	19	25	8	39	9	13	
ESG	13	4	0	1	0	0	25	24	3	4	3	1	0	0	0	0	0	0	68	128	15	28	144	88	
	48	59	1	1	0	0	71	216	6	22	1	13	0	0	0	0	0	0	108	333	16	41	100	313	
Stakeholders	7	18	0	0	0	0	50	38	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	59	76	15	28	73	71	
	23	23	0	0	1	0	92	70	0	1	4	4	0	0	0	0	0	0	56	142	7	32	33	97	
Informações financeiras	52	146	1	0	0	0	23	7	2	1	0	0	2	0	0	0	0	0	1	41	2	3	10	14	
	190	186	0	0	0	0	43	38	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	22	1	0	2	0	

Fonte: Adaptado de Beattie et al. (2004).

Percebe-se que a interação entre a categoria temática “Informações Financeiras” ocorre com muito mais frequência no cruzamento dos códigos “Quantitativa x Financeira x Histórica”. Os segmentos codificados variaram de 52 no Itaú 2014 à 190 no Bradesco 2014, que já divulgava resumos das Demonstrações Financeiras em seu Relatório. Houve um aumento de 181% no números de segmentos nesse cruzamento no Itaú entre 2014 e 2018. A média de segmentos codificados nos quatro relatórios foi de 144. Nessa interação, também ocorreu a maior variação percentual no período (aumento de 4000% no Itaú), esse mudança se deve à migração de dados financeiros para análise dos Administradores.

As outras três categorias (“Descrição Geral dos Negócios”, “ESG” e “Stakeholders”) interagem mais com os cruzamentos de códigos: “Quantitativa x Não Financeira x Histórica”; “Qualitativa x Não Financeira x Histórica”; e, “Qualitativa x Não Financeira x Sem Tempo Definido”.

No cruzamento da categoria “Descrição Geral dos Negócios” com “Quantitativa x Não Financeira x Histórica”, o número de segmentos variou de 45 no Itaú 2014 à 96 no Bradesco 2018; aumento de 47% no Itaú e de 71% no Bradesco entre os anos de 2014 e 2018 e a média foi de 66 segmentos nesse cruzamento. Relacionando essa mesma Categoria com “Qualitativa x Não Financeira x Histórica”, tem-se uma variação de 91 no Relatório do Bradesco de 2014 a 223 em 2018; registra-se um aumento de 145% no período no Bradesco e de 47% no Itaú e a média foi de 151 segmentos nesse cruzamento. Por último, nessa categoria, as informações “Qualitativa x Não Financeira x Sem Tempo Definido” variaram de 62 no Itaú 2014 à 243 no Bradesco 2018; aqui vale destacar que o Bradesco 2014 teve um número próximo do Itaú com 69 segmentos codificados, ou seja, o ponto de partida inicial foi parecido, porém o Bradesco acrescentou muito mais informações nesse cruzamento.

Na interação entre “ESG” e os códigos “Quantitativa x Não Financeira x Histórica”, houve uma dispersão maior, variando de 24 no Itaú 2018 a 216 no Bradesco 2018. No caso do Itaú, ocorreu uma leve diminuição (um segmento a menos com variação negativa de 4%). Já no Bradesco houve um grande aumento no período (204%). com aumento de 145 segmentos. Quando se observa o cruzamento com “Qualitativa x Não Financeira x Histórica”, ocorre novamente uma grande dispersão: de 68 códigos no Itaú 2014 a 333 códigos no Bradesco 2018. No entanto, em ambas as organizações, houve um aumento percentual no número de segmentos codificados no período (88% no Itaú e 208% no Bradesco). Vale destacar que esse cruzamento no Bradesco foi o que teve o maior aumento em número de segmentos (225 acrescentados).

Ainda nessa categoria, em interação com os códigos classificados como “Qualitativa x Não Financeira x Sem Tempo Definido”, a maior e menor frequências ocorrem em 2018 (88

no Itaú e 313 no Bradesco), com consequência da diminuição dos segmentos no Itaú (39%) e aumento no Bradesco (213%, representando o segundo maior aumento de segmentos, 213 a mais).

A última categoria analisada, “Stakeholders”, também teve o mesmo comportamento das duas últimas descritas. Na interação com informações “Quantitativa x Não Financeira x Histórica”, a maior frequência foi de 92 no Bradesco 2014 e a menor foi de 38 no Itaú 2018. No cruzamento com “Qualitativa x Não Financeira x Histórica”, em 2014 foram 59 segmentos no Itaú e 56 no Bradesco, tendo ocorrido um aumento para 76 segmentos no Itaú 2018 e 142 no Bradesco 2018 (com variações percentuais de 29% e 154%, respectivamente). Em relação às informações “Qualitativa x Não Financeira x Sem Tempo Definido” dessa interação, houve uma estabilidade no Itaú, que passou de 73 segmentos em 2014 para 71 segmentos em 2018, já no Bradesco houve um aumento de 33 segmentos em 2014 para 97 segmentos em 2018 (totalizando 194%).

4.7 UMA ANÁLISE REFLEXIVA E COMPREENSIVA

Apesar dos temas tratados nessa seção 4.7 não fazerem parte, de forma estrita, do objetivo principal deste trabalho, mas num entendimento mais amplo de análise temática, emergiram tópicos de atenção durante a pesquisa de forma a serem apontados e descritos de forma reflexiva com o intuito de exemplificar, seja na forma ou no conteúdo, pontos que podem despertar interesse do leitor.

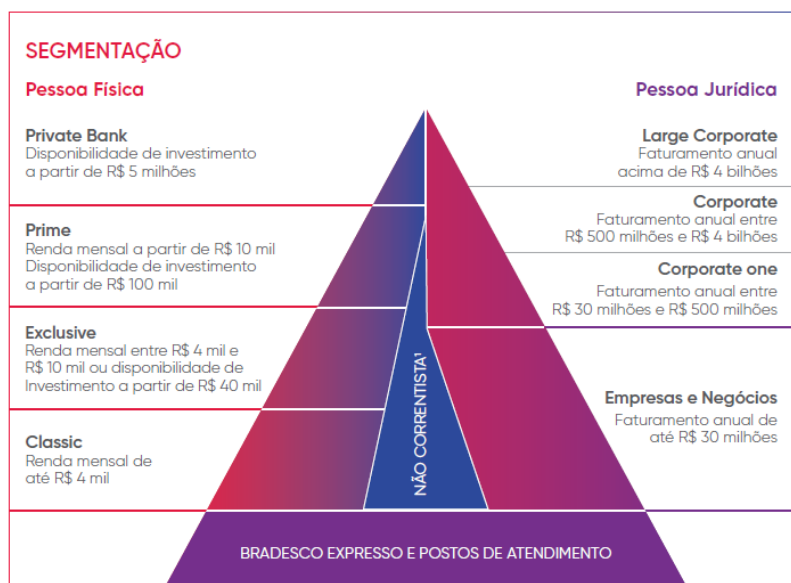
Serão abordados exemplos de Pirâmide de Segmentação utilizada nos Relatórios, matrizes de relevância divulgada, assim como diversidade, inconsistências e *patchwork* em relatórios.

Sobre a Pirâmide de Segmentação

Primeiramente, vale ressaltar que essa forma de apresentação não só é divulgada pelas Organizações estudadas aqui, mas é de uso comum nas comunicações ao mercado em geral. Durante a codificação e análise dos Relatórios, observou-se a apresentação das Figuras 18 e 19 para a representação da segmentação de clientes dos bancos. Aqui vale ressaltar que essa observação levou em consideração somente a forma de divulgação da segmentação, não havendo juízo de valor quanto a segmentação em que leva em consideração gestão de risco, retorno do crédito ajustado ao risco entre outros fatores próprios da estratégia de cada

organização. No caso das Figuras 18 e 19 a apresentação da segmentação se dá em forma de pirâmide.

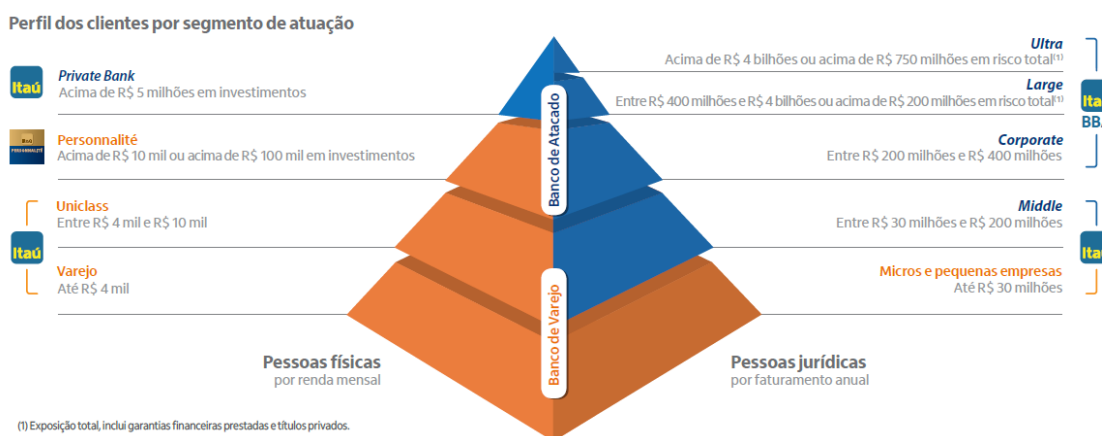
Figura 18 – Segmentação do Bradesco 2018



Referência: dez/2018. 1 Clientes pessoa física ou jurídica consumidores de produtos da Organização Bradesco e que não possuem conta corrente, exceto Private Bank e Corporate.

Fonte: Relato Integrado – Bradesco 2018 (p. 22).

Figura 19 – Segmentação do Itaú Unibanco 2018



(1) Exposição total, inclui garantias financeiras prestadas e títulos privados.

Fonte: Relatório Anual Integrado – Itaú Unibanco 2018.

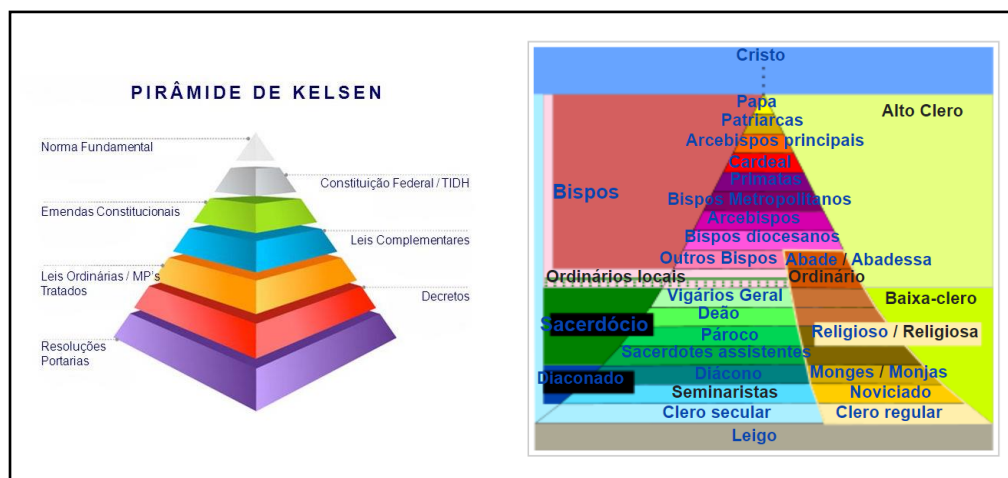
Vale refletir acerca da representação gráfica adotada pelos bancos, em particular dos casos em análise, no que se refere aos aspectos subjetivos representados na imagem da pirâmide e que de alguma forma fogem do propósito da mensagem que se deseja transmitir no Relatório Integrado. É possível que este modelo de comunicação visual esteja mais próximo de uma

matriz estratégica alinhada ao marketing de relacionamento, em que se pretende visualizar uma segmentação de clientes que ilustre a estratificação dos consumidores dos produtos do banco e seus perfis de fidelização (Mendes, Neto, Costa, & Costa, 2017); o que, ainda assim, indicaria eventuais fragilidades quanto aos aspectos da imagem organizacional presente na comunicação estratégica.

A reflexão que se propõe transcende o mero aspecto etimológico, onde a segmentação significa em si o ato de dividir em segmentos (Léxico, s.d.), pois a mensagem gráfica igualmente expõe significados que devem ser levados em conta num alinhamento à mensagem que se deseja transmitir com o Relato Integrado. Uma representação gráfica adotada num relatório entra no campo da comunicação visual do mesmo e, por conseguinte, na esfera do campo sintático da imagem e seus significados (Dondis, 2003). Embora esta possa passar despercebida pela organização, a linguagem visual dos relatórios pode ser interpretada pelos *stakeholders* como uma mensagem contraditória.

Parte-se da compreensão simbólica da representação gráfica em pirâmide, no âmbito das Ciências Sociais, como uma imagem de hierarquização que pretende demonstrar graus de desigualdade e distribuição de poderes (Verdier, 2006). Pode-se citar como exemplo a pirâmide de Kelsen (Figura 20) para explicar a hierarquia entre as normas de sua teoria positiva do Direito, onde a constituição é representada numa posição superior, enquanto as resoluções estão na base. Outro exemplo é a apresentação da hierarquia da igreja católica, na qual o leigo fica na base e o papa no topo (e há uma clara divisão entre alto clero e baixo clero).

Figura 20 – Pirâmide de Kelsen e Pirâmide da Hierarquia Católica



Fontes: Adaptada de Ministério Público da Bahia & Wikipédia.

Não se pode ignorar o inconsciente social e a relevância das comunicações não verbais (Mlodinow, 2014) que podem estar subliminarmente inseridas num Relato Integrado. Ao adotar nos relatórios este tipo de representação gráfica (piramidal) para indicar uma distribuição dos clientes da organização, incorre-se no risco de ser interpretado não como uma distribuição estratégica dos perfis de clientes, mas sim como uma segregação hierárquica deles. Para efeitos de leitura visual da forma, ou mesmo de uma compreensão Gestalt do objeto (Filho, 2000) hierarquizado, pode-se dizer que a pirâmide está implicitamente associada à imagem de segregação.

A figura em pirâmide de estratificação social está bem consolidada no imaginário coletivo e carrega um simbolismo fortemente associado ao seu grafismo e bem ilustra a construção social das realidades humanas (Berger & Luckmann, 2010), na qual se representa a distribuição em graus de poder das classes sociais dentro de um triângulo de acordo com sua representatividade. Ao se observar a segmentação feita por ambas as organizações, percebe-se que existe a mesma apresentação gráfica em forma hierárquica dos segmentos de clientes dessas organizações. Esse tipo de apresentação não está limitado a esses dois bancos, pois é uma apresentação comum no setor financeiro.

Convém refletir sobre a necessidade de se repensar esta estrutura de representação gráfica em pirâmide, de forma a evitar que se transmita uma mensagem segregadora e contraditória aos *stakeholders*. Uma apresentação em pizza talvez carregasse um menor viés inconsciente. Importa reforçar que não se pretende alimentar discussões nesse sentido, mas despertar a atenção para este possível viés inconsciente e social que pode afetar a mensagem implícita no relatório e, de alguma forma, contradizer com os princípios dos capitais de valor do Relato Integrado.

Matriz de relevâncias (ou Temas Materiais) e Teoria da Agência

Nesse tópico, serão analisadas as matrizes de relevância, ou de temas materiais (Matriz(es)), divulgadas pelas Organizações, apresentadas de forma resumida no Quadro 7 (Itaú 2018 e Bradesco 2014 e 2018) e Quadro 8 (Itaú 2014) as Matrizes de forma resumida, porém contendo todos os temas originais (Matrizes originais em Anexos).

Quadro 7 – Matrizes do Relatórios do Itaú 2018 e Bradesco 2014 e 2018

Itaú 2018	Bradesco 2014		Bradesco 2018
Materialidade e temas materiais	Matriz de Relevância	Nível	Aspectos relacionados aos temas relevantes
Integridade e ética	Gestão de capital, riscos e oportunidades	1	Tecnologia e inovação
Transformação digital	Adaptação ao contexto externo		Clientes
Satisfação de clientes	Inovação e tecnologia		Capital humano
Criação de valor	Resultado econômico-financeiro do negócio	2	Eficiência
Gestão de riscos	Público interno		Estratégia de negócio
Diversidade	Relacionamento e satisfação dos clientes		Responsabilidade socioambiental
Gestão ambiental	Inclusão financeira	3	Gestão de capital
Cidadania corporativa	Cultura organizacional		Gestão de riscos
Experiência do colaborador	Gestão de fornecedores		Governança corporativa
Inclusão e orientação financeira		4	Regulação e compliance
			Mercado e concorrência
			Ambiente econômico

Fonte: Adaptado dos Relatórios do Itaú 2018 e Bradesco 2014 e 2018.

Observa-se primeiramente que, em ambas as Organizações, houve uma priorização em no ano de 2018 em Inovação Digital (Bradesco 2018 – Tecnologia e inovação, em primeiro; Itaú 2018 – Transformação Digital, em segundo; Bradesco 2014 – Inovação e Tecnologia, em terceiro; e, Itaú 2014 com dois temas relevantes para a Gestão: Segurança da Informação e Tecnologia da Informação, sendo o primeiro de maior relevância para os *Stakeholders* e o segundo com menor relevância) e em Clientes (Bradesco 2018 – Clientes, em segundo; Itaú 2018 – Satisfação de clientes, em terceiro; Bradesco 2014 – Relacionamento e satisfação dos clientes, em sexto; e, Itaú 2014 – Satisfação dos Clientes, como tema de maior relevância tanto para a Gestão quanto para o *Stakeholders*). O tema da Gestão de Riscos também aparece em todas as Matrizes.

Quadro 8 – Matriz do Relato Integrado Itaú 2014



Fonte: Adaptado do Relato Integrado Itaú 2014 (p.16).

Interessante destacar o formato de apresentação da Matriz do Relato Integrado Itaú 2014, que utilizou uma classificação dos temas em maior e menor relevância de acordo com a Gestão da Organização e seus *Stakeholders*. Essa forma de apresentação demonstra claramente a existência de conflito de interesse já abordado no Referencial Teórico quando tratada a Teoria da Agência de Jensen e Meckling (1976). Nesse caso, há temas relevantes comuns, porém há temas que não estão alinhados entre os Gestores e os *Stakeholders*.

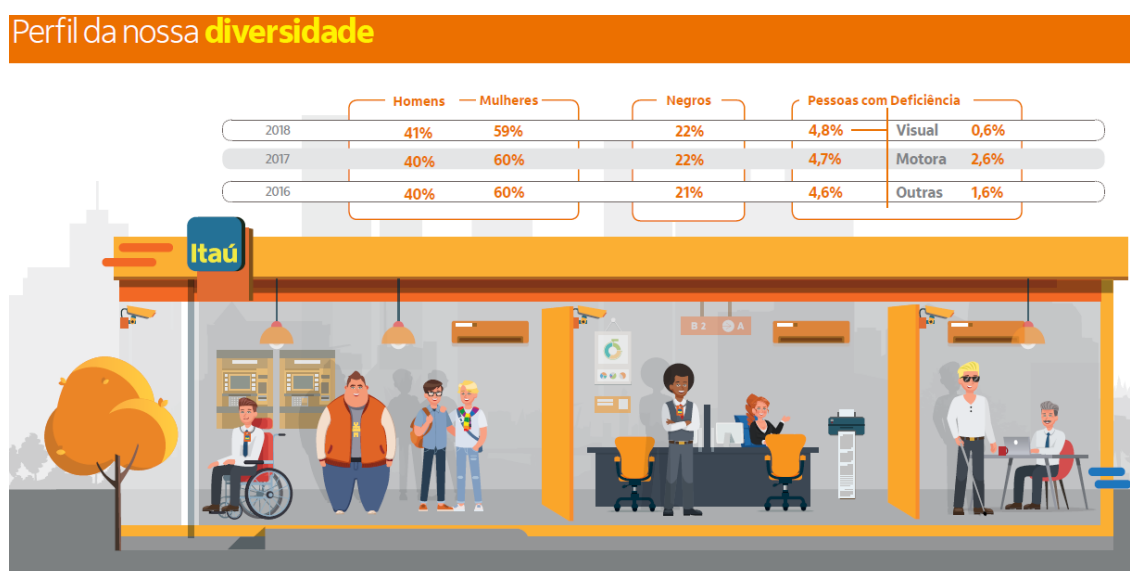
Esse conflito de agência também pode ocorrer na estratégia das Organizações. Exemplo disso consta como fatores de risco relacionados à estratégia na página 14 do Relato Integrado Itaú 2014, que diz: “Como a maioria dos membros não é independente, nossos acionistas não têm a proteção que teriam, pois os interesses dos membros do conselho podem não estar sempre alinhados com os dos nossos acionistas.”

Sobre Diversidade

Como observado nas Matrizes apresentadas no tópico anterior, o tema da Diversidade, por mais que seja um assunto emergente na sociedade, não é tratado como relevante dentro das Organizações analisadas. No caso do Bradesco, este não figura entre os temas relevantes, enquanto no Itaú, figura nas duas Matrizes de relevância, sendo apresentado em 2014 com menor relevância, tanto para a Gestão quanto para os *Stakeholders*, e em 2018 em sexto lugar de sua Matriz.

O infográfico do Relatório do Itaú 2018 da página 23 apresenta o perfil de diversidade da Organização. Contudo, o infográfico não reflete essa diversidade, quando observada a representatividade de mulheres de 60% na Organização, mas que a sua representação gráfica é somente de um personagem de sete. Essa mesma discrepância é vista também quanto à raça na qual somente um negro é apresentado dentre sete personagens, enquanto os negros representam 22% da Organização. Vale ressaltar que não está sendo feita uma crítica a forma como o infográfico foi desenvolvido, somente apontando uma inconsciência entre os dados apresentados e a sua representação gráfica.

Figura 21 – Perfil de Diversidade do Relatório Itaú 2018



Fonte: Relatório Itaú (2018, p. 23).

Quanto à representatividade de mulheres em cargos de alta gestão dentro das Organizações, observou-se que os percentuais de mulheres nesses níveis são menores que a média geral quando observadas as Organizações como um todo. Em todos os Relatórios, foi

disponibilizada a informação percentual de mulheres no quadro geral das Organizações. No entanto, para as informações de alta gestão, não houve divulgação em ambos os Relatórios de 2014, conforme Tabela 17 apresenta.

Tabela 17 – Percentual de Mulheres em Altos Cargos de Gestão e Média Geral

Cargo	Itaú		Bradesco	
	2014	2018	2014	2018
Conselho de Administração	n.d.	n.d.	n.d.	13%
Comitê Executivo	n.d.	17%	n.d.	0%
Diretoria	n.d.	13%	n.d.	2%
Geral	60%	59%	51%	51%

Fonte: o Autor.

No Relatório 2018 do Itaú, consta essa informação para a Diretoria, enquanto esse dado contado manualmente a partir da apresentação dos membros para o Comitê Executivo. Já no Relatório 2018 do Bradesco, esse dado foi extraído por contagem manual a partir da apresentação dos membros do Conselho de Administração, Comitê Executivo e Diretoria.

Além da representatividade de mulheres em cargos de alta gestão ser inferior a dos homens, também se observaram diferenças nos salário-base ou remuneração nos Relatórios, como sumarizada na Tabela 18.

Tabela 18 – Proporção do salário-base ou remuneração pagos para mulheres em relação àqueles pagos aos homens em cada categoria funcional

Cargo	Itaú		Bradesco	
	2014	2018	2014	2018
Conselho de Administração	n.d.	n.d.	75%	
Comitê Executivo	n.d.	n.d.	85%	92%
Diretoria	n.d.	n.d.		
Geral	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

Fonte: o Autor.

Cumpra-se em informar que somente o Bradesco divulgou a proporção do salário-base ou remuneração pagos para mulheres em relação àqueles pagos aos homens nos altos cargos de gestão, não consta informações sobre remunerações variáveis (bônus ou *stock options*). Essa

apresentação foi feita de forma consolidada em 2014 (Comitê Executivo e Diretoria) e em 2018 (Conselho de Administração, Comitê Executivo e Diretoria).

Sobre Inconsistências

Nesse tópico serão tratadas algumas inconsistências nos Relatórios, em alguns casos serão dados exemplos dessas inconsistências. O objetivo dessa discussão não é emitir qualquer juízo de valor ou crítica, somente de descrever pontos observados durante a leitura e análise dos Relatórios.

As divulgações voluntárias não estão sujeitas diretamente às normas emitidas pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), porém, para se obter o Relatório de Asseguração dos Auditores Independentes de uma divulgação voluntária, essas normas são aplicadas indiretamente, em especial para informações contábeis e financeiras.

Dito isso, o CPC 26 (R1) que fala sobre “Apresentação das Demonstrações Contábeis” aborda o tema comparabilidade (item 51) nas Demonstrações Contábeis e indica que deveriam constar dessas divulgações: a data de encerramento do período ou o período coberto do reporte; a moeda de apresentação e o nível de arredondamento usado. O que acabou se tornando padrão para divulgação, mesmo que voluntária, de dados com origem nas Demonstrações Contábeis.

Observou-se em alguns casos que as datas não estavam claras. Na Figura 22, foi utilizado data de encerramento do período em invés de período coberto para o Resumo das Demonstrações de Resultado.

Figura 22 – Exemplo de data de encerramento do período vs. período coberto

Para efeito de comparação, os dados referentes a 31 de dezembro de 2014 são apresentados em paralelo com os de exercícios anteriores. Destacamos os pontos a seguir [G4-EC1]:

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO

R\$ MILHÕES	2011	2012	2013	2014
-------------	------	------	------	------

Fonte: Relatório Anual Bradesco (2014, p. 27).

Em outros momentos, perceberam-se inconsistências quanto à comparabilidade de números. Na figura 23, percebe-se que sem uma unidade de medida (seja moeda de apresentação ou outra) a comparabilidade resta prejudicada. Nesse exemplo, ainda resta ao leitor correlacionar o texto logo acima (em R\$ milhões) ao conteúdo da tabela, porém mais

além pode continuar a incerteza quanto a última coluna se seria em R\$ milhões ou número de programas.

Figura 23 – Exemplo de Comparabilidade

Investimentos sociais

Os investimentos nas áreas sociais – especialmente aqueles focados na melhoria da educação, saúde, cultura, esportes e mobilidade urbana – estão alinhados com o nosso propósito de transformar o mundo para melhor.

Em 2014, investimos R\$ 485,2 milhões em projetos sociais, por meio de subsídios fiscais incentivados por lei ou por meio de doações e patrocínios feitos por nós.

Patrocínios	Educação	Cultura	Esporte e saúde	Mobilidade urbana	Total 2014	Total 2013	Programas
Não Incentivados	134,1	83,2	6,2	49,7	273,2	248,2	161
Incentivados	22,0	111,2	78,8	0,0	212,0	174,5	288
Total	156,1	194,4	85,0	49,7	485,2	422,7	449

Fonte: Relato Integrado Itaú (2014, p. 24).

Outro exemplo sobre comparabilidade é sobre arredondamento. Na figura 24, é apresentada a informação em R\$, porém na coluna de 2016 e 2018, entende-se que os valores estão em R\$ milhões. O CPC 26 (R1), item 53, inclusive incentiva o arredondamento (em milhares e milhões) dizendo que torna as informações divulgadas “mais compreensíveis”.

Figura 24 – Exemplo de Comparabilidade e Arredondamento

	2016		2017 ¹		2018	
	Valor (R\$)	% do total da carteira	Valor (R\$)	% do total da carteira	Valor (R\$)	% do total da carteira
Produtos e serviços que podem causar morte de usuários, dependência química ou psíquica, riscos ou danos à saúde e integridade física do usuário	1.864,5	0,36%	1.824.201.684,28	0,37%	2.124,8	0,40%
Combustíveis fósseis e/ou seus derivados	13.750,5	2,67%	12.551.286.098,25	2,55%	12.709,1	2,39%
Produtos e serviços cujo consumo ou uso normal poderá ocasionar riscos ou danos efetivos à saúde e segurança pública, ou à segurança alimentar e nutricional da população	15.803,9	3,07%	14.375.487.782,53	2,92%	14.867,8	2,80%

¹ Sobre a carteira de crédito expandida.

Fonte: Relatório Integrado Bradesco (2018, p. 96).

Quanto a materialidade, CPC 00 (R2) - Estrutura Conceitual para Relatório Financeiro, no item 2.11, define como informação material aquela à qual sua omissão, distorção ou obscuridade puder influenciar, de forma razoável, as decisões dos *Stakeholders*. Um exemplo é percebido na figura 25, em que algumas linhas apresentam todos os valores zerados. Vale ressaltar que o nível de materialidade, em especial em divulgações voluntárias, é discricionário da Organização, podendo ela escolher os valores que consideram materiais. O mesmo item 2.11 que define materialidade no CPC 00 (R2), acrescenta que “materialidade é um aspecto de relevância específico da entidade com base na natureza ou magnitude, ou ambas, dos itens aos quais as informações se referem no contexto do relatório financeiro da entidade individual”.

Figura 25 – Exemplo de Materialidade

Nome do produto/projeto	Descrição/principais características	Desde	Público-alvo	Saldo em R\$	Qtde.	Saldo em R\$	Qtde.
Capital de Giro Ambiental	Empréstimo destinado a clientes pessoa jurídica, cuja atividade esteja relacionada ao desenvolvimento social e à preservação ambiental, detentora da Certificação ISO 14000 ou com atividades de recuperação de materiais metálicos ou plásticos	2005	Cliente pessoa jurídica	248.531	10	96.101	4
Capital de Giro Florestal	Empréstimo destinado a clientes pessoa jurídica que possuem certificado de manejo florestal/cadeia de custódia ou contrato que comprove o processo de certificação	2006	Cliente pessoa jurídica	0	0	0	0
CDC – Aquecedor Solar	Financiamento para aquisição de equipamentos de aquecimento solar (equipamentos com certificado Inmetro)	2005	Clientes pessoa física e jurídica	585	1	0	0
CDC – Certificado Florestal	Linha de crédito para clientes que pretendem obter a Certificação Florestal	2006	Cliente pessoa jurídica	0	0	0	0
CDC Fotovoltaico	Financiamento para a aquisição e instalação de equipamentos de energia solar	2016	Clientes pessoa física e jurídica	0	0	6.764.535	114
Total				403.452	66	6.915.956	145

Fonte: Relatório Integrado Bradesco (2018, p. 94).

Sobre o Efeito Frankenstein

Em uma referência ao romance de terror Frankenstein de autoria da escritora inglesa Mary Shelley, desenvolve-se a criação de Frankenstein como uma criatura composta por uma simples junção de partes, sem a harmonia do todo. Aqui pode-se fazer uma analogia a trabalhos

acadêmicos, principalmente em grupo, nos quais os alunos dividem o trabalho entre si e consolidam suas partes, juntando-as num todo que, às vezes, emerge como desarmônico.

Além dessa relação acadêmica, também pode-se observar o efeito Frankenstein em alguns Relatórios divulgados por empresas. Levando em consideração que em grandes empresas, como as analisadas neste trabalho, a construção de um Relato Integrado pode envolver centenas de gerências diferentes dentro da Organização, o trabalho feito pelo Departamento de Relações com Investidores seria o de consolidação dessas informações e harmonização do texto para que ele apresente (e represente), numa linguagem coerente, a visão da organização.

Durante a leitura e codificação dos Relatórios, algumas situações foram identificadas, como:

- a) Resultado de avaliações e/ou pontuações (NPS, Satisfação de Clientes), sem explicar o método ou escala;
- b) *Patchwork* no layout de colunas dos Relatórios;
- c) Momentos nos quais deveriam existir texto ou *bullets* (exemplo, “os destaques foram:”), porém faltou a apresentação dos “destaques”;
- d) Notas de rodapé que estavam na página seguinte ou que foram referenciadas e não existiam;
- e) Gráficos sem título;
- f) Discordância entre texto e *bullets*;
- g) Ambiguidades (exemplo, “novos beneficiários todo mês” quando seriam novos beneficiários em determinado mês que seriam acompanhados continuamente);
- h) Fala em nome de departamento específico e não da Organização; e,
- i) Duplicidade de textos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base em relatórios de duas organizações brasileiras, o Banco Bradesco e o Banco Itaú, a pesquisa teve como objetivo principal verificar como se deram as alterações nas informações divulgadas entre 2015 e 2019 nos Relatórios Anuais. O Relato Integrado constituiu o núcleo de toda esta pesquisa, tanto do ponto de vista teórico quanto do ponto de vista empírico.

Recorda-se que para o corte temporal, decidiu-se por analisar os relatórios divulgados nos anos de 2015 e 2019. Inicialmente pretendia-se utilizar o maior período possível, na expectativa de se observar o máximo de alterações. Contudo, fez-se necessário um ajuste de percurso justificado pelo desalinhamento nas datas dos primeiros relatórios de cada organização. O primeiro Relato Integrado do Itaú foi divulgado em 2013, o do Bradesco em 2014, com isso o corte inicial para melhor comparabilidade foi base 2014 divulgado em 2015. Para o corte final pensou-se inicialmente no Relato Integrado mais atual como melhor opção, porém com a pandemia da COVID-19, os prazos do prêmio ABRASCA alterados e os Departamentos de Relações com Investidores em *home office*, a opção mais viável e adequada à pesquisa foi o relatório de 2018, divulgado em 2019, pois o contexto pandêmico poderia de alguma forma influenciar os dados coletados.

Em resposta ao objetivo geral deste trabalho, observou-se que os resultados das análises evidenciaram diversas alterações, ainda que não sejam tão expressivas quanto era inicialmente expectável diante do intervalo temporal dos relatórios. Ainda assim, foi possível verificar que as informações Prospectivas aumentaram em ambas as organizações, já as informações Qualitativas aumentaram no Itaú e diminuíram no Bradesco, e, por último as informações Não Financeiras aumentaram no Bradesco e diminuíram no Itaú. Houve também aumento de informações referente a descrição dos negócios em ambas as Organizações, Informações Financeiras no Itaú e Informações ESG no Bradesco. Apesar do resultado, não se alinhar com as expectativas do autor, esses objetivos foram atendidos, evidenciando que houve alterações de diversos tipos e em diferentes graus.

Para atender aos objetivos específicos, na codificação e análise dos relatórios (Beattie et al, 2004) foi adotada a estrutura do modelo de análise de *template* (King et al, 2017), o que permitiu identificar, descrever e comparar as alterações de percentual na divulgação de informações Prospectivas, Não financeiras e Qualitativas, como também a sua distribuição e diversidade.

Construídos os quadros comparativos das Dimensões Não-temáticas (chamado por Beattie et al., 2004, por atributos da informação), verificou-se que emergiram dos dados

algumas informações interessantes. Pois, mesmo as alterações na informação ocorrendo em sentidos oposto nas duas Organizações, detectou-se que havia uma convergência da distribuição percentual dessas informações. Em outras palavras, em vez das Organizações aumentarem as Informações Prospectivas, Não-Financeira e Qualitativas, elas estavam se alinhando, aproximando-se nos percentuais de informações divulgadas dentro dessas Dimensões. Esta constatação do pesquisador pode ser verificada não somente na análise individual de cada Dimensão, mas também na análise cruzada das Dimensões. Aqui, ressalta-se que a apresentação desses dados em forma de matriz cruzada, não somente permitiu concentrar um grande número de informações na tabela, como também facilitou a visualização dos elementos comparativos.

Na mesma linha, a adoção de uma lista de categorias e códigos a partir da fusão do *Jenkins Report* e dos critérios do Prêmio ABRASCA para iniciar a codificação dos Relatórios escolhidos, revelou-se numa opção que permitiu ao pesquisador adotar critérios já validados e consolidados para as dimensões e codificações. Dos resultados da codificação inicial, foi possível organizar os devidos *Clusters* dos novos códigos temáticos que emergiram dos dados, potencializando o leque de análises. Este recurso foi particularmente útil na análise transversal dos dados, permitindo verificar as convergências e divergências dos Relatórios do Itaú e do Bradesco.

Embora em termos percentuais os dados tenham revelado uma maior convergência nas dimensões Qualitativa x Não Financeira (tabela 12), estes mesmos dados, indicam uma redução significativa de 22,7% em 2014 para 5,8% em 2018. O que é ainda mais expressivo quando se observa a redução de 22,5% em 2014 para 4,0% em 2018 no cruzamento das dimensões Quantitativa x Histórica. Estes resultados estão em linha com o que foi ressaltado pela literatura no que diz respeito à necessidade de se transcender as informações quantitativas nos relatórios das organizações.

Estes dados ficaram ainda mais evidenciados na Análise Quadrimensional (tabelas 15 e 16) que permitiu verificar um aumento de 194% nos segmentos identificados do Relatório do Bradesco a indicar uma maior interação entre as informações “Qualitativa x Não Financeira x Sem Tempo Definido”. Este resultado indica que a própria estrutura dos relatórios merece um olhar mais atento, pois a dispersão das informações pode prejudicar a mensagem e sublimar aspectos relevantes que estão mais sem sintonia com os capitais recomendados pelo IIRC.

O capital humano, cujo valor foi apreciado nos relatórios de forma direta ou indireta, pode ser prejudicado na informação divulgada devido às dissonâncias na sua forma ou conteúdo. Aspectos relacionados à equidade e à inclusão social na organização, como podem ser observados na figura 21 – Perfil de Diversidade do Relatório Itaú 2018 (página 114) e tabela

17 – Percentual de Mulheres por Cargo (página 115), ilustram bem os distanciamentos entre o que se deseja transmitir enquanto imagem organizacional e o que é indicado no Relato Integrado.

O número pouco expressivo de mulheres no Conselho de Administração (13% no Bradesco 2018), Comitê Executivo (17% no Itaú 2018) e Diretoria (13% no Itaú 2018 / 2% no Bradesco 2018), contrastam com o número de mulheres em cargos gerais (59% no Itaú 2018 e 51% no Bradesco 2018). Embora verifique-se um avanço no sentido de se detectar a presença dessas informações nos relatórios de 2018, fica aparente o fato de que eventualmente ainda há muito o que se fazer quanto à equidade como uma prática que agregue valor às organizações.

Este apontamento também segue no sentido deste trabalho deixar como contributo uma análise reflexiva, uma vez que no âmbito dos aspectos sociais algumas problemáticas podem transcender a perspectiva analítica aqui adotada.

Observou-se ainda, durante o processo de análise que algumas características reveladas nos relatórios podem apresentar elementos de um viés inconsciente, ou mesmo de um inconsciente coletivo que transcende o objeto e a delimitação da análise. Este viés traz consigo uma série de elementos de uma construção social da realidade muito mais complexa e simbólica, ou como já apontava Berger e Luckman, “um mundo intersubjetivo partilhado com outros” (2010, p. 35). Embora não seja o foco deste trabalho, é sempre importante refletir sobre as distinções entre a dimensão prática e a dimensão do discurso, o qual socialmente traz consigo um poder intrínseco que denota a conhecimento científico de seu tempo (Foucault, 2019; Bourdieu, 2011).

Ainda no âmbito de uma análise reflexiva, a apresentação de segmentação de clientes²², a verificação de inconsistências e uma apresentação mais harmoniosa das informações, ainda merecem maiores e mais aprofundadas reflexões. O que pode indicar um interessante objeto de estudo para futuras pesquisas.

A carência de estudos mais aprofundados na esfera nacional permite um vasto de campo para novos trabalhos. Este trabalho também aponta como uma das ideias para pesquisas futuras, verificar se a convergência nas informações é mais ampla (generalizável) e se ela pode estar relacionada à participação em *frameworks* voluntários. E mais além, se existe uma relação endógena entre as organizações que participam de *frameworks* e os organismos que preparam esses mesmos *frameworks*. Uma proposta que permitiria inclusive verificar quem influencia quem neste processo.

²² Quanto a segmentação de cliente em específico, o autor apresenta nos apêndices, dois exemplos de outras formas de abordagem da segmentação de cliente que não a piramidal.

Quanto aos desafios e limitações deste trabalho, importa destacar: (I) Subjetividade do autor na escolha da Organizações, corte temporal e estabelecimento dos critérios de classificação dos códigos; (II) Coleta de dados, já que nem todos os documentos são disponibilizados de forma explícita nos sites de Relações com Investidores, houve a necessidade de solicitar um dos relatórios à Organização; (III) Volume de dados, os Relatos Integrados na média ultrapassam uma centena de páginas, tornando a codificação de grande escala inviável no espaço de tempo disponível; (IV) O que leva ao número reduzido de organizações que podem ser analisadas, não podendo se generalizar os achados; (V) Corte temporal, como discutido, o Relato Integrado por ser relativamente novo, ainda não há a possibilidade de se fazer, por exemplo, comparativos de 10 anos; e por último, (VI) Divergência na utilização dos termos “Relato Integrado” e “Relatório Integrado” nas pesquisas acadêmicas em português.

Nesta última limitação apontada, cabe uma reflexão mais profunda sobre a confusão Linguística que pode ser observada entre “Relato Integrado vs. Relatório Integrado”. Muitas vezes colocado em segundo plano nas pesquisas em torno das temáticas relacionadas à contabilidade, as influências linguísticas que recaem sobre as terminologias podem prejudicar sua compreensão ou, pelo menos, as investigações em torno do tema Relato Integrado. Ao olhar o termo *Integrated Reporting* na matriz anglo-saxônica, verifica-se que a tradução para a língua portuguesa em “Relato Integrado” pode ser limitada. Etimologicamente a palavra “Relato”, do latim *relatus*, implica no ato e não no documento escrito. Por outro lado, “Relatório Integrado” seria mais adequado por se referir à exposição escrita, com as duas expressões em circulação. O mesmo problema é verificado na tradução para a língua espanhola, *Reporte Integrado* e *Información Integrada*. Já na língua francesa, esse problema não ocorre, pois a tradução oficial foi parcial “*Reporting Intégré*”, mantendo-se o “*Reporting*” em inglês para reforçar o ato de relatar.

Este aspecto tem impacto direto nas pesquisas feitas nas bases de dados, o que poderia dar resultados fragilizados ou mesmo comprometidos, pois dividiria o resultado entre as duas expressões possíveis. Este fato é tão evidente que na maioria das vezes o artigo apresenta, em suas palavras-chave, as palavras já referidas em língua portuguesa ou espanhola e na versão em inglês pode-se encontrar até mesmo *Integrated Report* (outra anomalia).

Embora este seja um tópico interessante a ser abordado, não fazia parte dos objetivos deste trabalho, apenas sendo apresentado aqui como indicativo que há muitas vertentes abertas e carentes de serem exploradas nas pesquisas sobre o Relato Integrado.

Além desse tópico, outros emergiram durante esse trabalho que poderiam ser explorados em pesquisas futuras, tais como: (I) Explorar outros segmentos da economia, para se observar como essas dimensões se comportam em outras companhias; (II) Desenvolver e explorar outras Dimensões, como por exemplo “*input, output e outcome*” que estão estreitamente relacionadas ao Relato Integrado; (III) Verificar como ocorre a integração entre documentos voluntários, como por exemplo Apresentação Institucional, MD&A e Relatório de Sustentabilidade; (IV) Explorar o impacto da pandemia na forma e no conteúdo dos comunicados voluntários ao mercado; (V) Aprofundar a análise da divulgação de diversidade nos relatórios, por exemplo, diversidade de gênero, de raça, de cor, em especial em altos cargos de gestão, e diferenças salariais de grupos minoritários; (VI) Analisar aprofundadamente os critérios utilizados para a criação matrizes de relevância das companhias; e, (VII) Explorar as obrigações e responsabilidades dos Auditores Independentes sobre o Relatório de Asseguração Limitada e sua conformidade com a NBC TO 3000.

Ao se refletir sobre essa jornada, percebe-se com mais afinco, a importância de um Departamento de Relações com Investidores bem estruturado e preparado para atender os *stakeholders* das companhias e diminuir conflitos de agência e assimetria da informação, alinhar expectativas e estratégias e melhorar os níveis de divulgação de informações.

O estabelecimento da necessidade de um Departamento de Relações com Investidores nas companhias negociadas em bolsas ao redor do mundo é uma demanda que se aproxima do marco de 70 anos segundo o NIRI. Grandes evoluções já ocorreram na troca de informações entre companhias e investidores, e as tecnologias atuais e a globalização tiveram papel fundamental nesse processo. Diante de todo esse tempo e melhora na divulgação, a demanda por informações não para, pelo contrário, cresce a todo momento, e em ritmo acelerado.

Em linhas gerais e em sintonia com a literatura consultada, as companhias tiveram um aumento de dados, informações e processos internos, e, como consequência, houve o aumento no volume e na complexidade de suas divulgações. Por meio do <RI>, o processo de conectividade da informação dentro das companhias se torna facilitado; os seis capitais do Relato Integrado estabeleceram uma lógica que melhora a experiência do usuário da informação, auxiliando em especial ao detentor de capital em sua decisão de alocação e investimento, tendo, como base, a criação de valor no longo prazo. Nas palavras do IIRC, “Integrated reporting is an evolution of corporate reporting, with a focus on conciseness, strategic relevance and future orientation”.²³ (IIRC, 2021)

²³ Tradução livre do autor: “O relato integrado é uma evolução do relato corporativo, com foco na concisão, relevância estratégica e orientação futura”

Embora se verifique que há ainda um longo caminho a percorrer, constata-se que as organizações já iniciaram sua jornada evolutiva e como microcosmos sociais, enfrentam grandes desafios. Nesse sentido, e sempre na valorização e equilíbrio entre os aspectos qualitativos e quantitativos, o Relato Integrado e suas informações afirmam-se como poderosas ferramentas nas mãos das organizações, seus *stakeholders*, em especial os *shareholders*.

REFERÊNCIAS²⁴

- Abbagnano, N. (2007). *Dicionário de Filosofia* (5ª ed.). São Paulo: Martins Fontes.
- ABRASCA. (31 de março de 2020). *Estão abertas as inscrições para o 22º Prêmio ABRASCA de Melhor Relatório Anual*. Fonte: Prêmio ABRASCA: <https://premioabrasca.com.br/estao-abertas-as-inscricoes-para-o-22o-premio-abrasca-de-melhor-relatorio-anual-2/>
- ABRASCA. (15 de março de 2021). *23º Prêmio Abrasca - Relatório Anual*. Fonte: Prêmio ABRASCA: <https://premioabrasca.com.br/#agenda>
- AICPA. (1994). *Improving business reporting-- a customer focus: meeting the information needs of investors and creditors: a comprehensive report*.
- Alencar, R. (2005). Custo do capital próprio e nível de disclosure nas empresas brasileiras. *Brazilian Business Review*, 2(1), pp. 1-12. Fonte: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/20538/custo-do-capital-proprio-e-nivel-de-disclosure--->
- Badré, B. (2018). *Can Finance Save the World?: Regaining Power over Money to Serve the Common Good*. Oakland, CA: Berret-Koehler Publishers.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. (L. A. Reto, & A. Pinheiro, Trans.) Lisboa: Edições 70.
- Beattie, V. A. (2000). The Future of Business Reporting: A Review Article. *IrishAccounting Review*, 1 - 36.
- Beattie, V., McInnes, B., & Fearnley, S. (2002). Through the eyes of management: A study of narrative disclosures. An interim report. London: Centre for Business Performance, Institute of Chartered Accountants in England and Wales
- 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, 205-236.
- Beaugrande, R.-A., & Dressler, W. (1981). *Introduction to Text Linguistics*. London: Longman.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2010). *A construção social da realidade*. (E. d. Carvalho, Trad.) Lisboa: Dinalivro.
- Bernstein, R. (1983). Parte One – Beyond Objectivism and Relativism: An Overview. Em R. Bernstein, *Beyond Objectivism and Relativism: Science, Hermeneutics, and Praxis*. Pennsylvania: University of Pennsylvania.
- Botosan, C. A. (1997). Disclosure Level and the Cost of Equity Capital. *THE ACCOUNTING REVIEW*, Vol. 72, No. 3, 323-349.

²⁴ De acordo com estilo APA – American Psychological Association

- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), pp. 27-40. Fonte: <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Boyatzis, R.E. (1998). *Transforming qualitative information: Thematic analysis and code development*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Brennan, M. J., & Tamarowski, C. (2000). Investor Relations, Liquidity, and Stock Prices. *Journal of Applied Corporate Finance*, 12(4), pp. 26-37. Fonte: <https://doi.org/10.1111/j.1745-6622.2000.tb00017.x>
- Brennan, N. M., & Merkl-Davies, D. M. (2018). Do firms effectively communicate with financial stakeholders? A conceptual model of corporate communication in a capital market context. *Accounting and Business Research*, 48(5), pp. 553-577. Fonte: <https://doi.org/10.1080/00014788.2018.1470143>
- Brown, B. (July de 1997). Part IV: How Do Reputations Affect Corporate Performance?: Stock Market Valuation of Reputation for Corporate Social Performance. *Corporate Reputation Review*, 1, pp. 76-80. Fonte: <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540021>
- Brown, I. (1994). Getting a grip on investor relations. *Directors and Boards*, 19, 44-46.
- Bushee, B., & Miller, G. (2012). Investor Relations, Firm Visibility, and Investor Following. *The Accounting Review*, pp. 867-897. Fonte: <http://www.jstor.org/stable/23245633>
- Cardoso, R. L., Saravia, E., Tenório, F. G., & Silva, M. A. (2009). Regulação da contabilidade: teorias e análise da convergência dos padrões contábeis brasileiros aos IFRS. *Revista de Administração Pública*, 43(4), pp. 773-799. Fonte: <https://dx.doi.org/10.1590/S0034-76122009000400003>.
- Castells, M. (2013). *O Poder na Comunicação*. (R. Espanha, Trad.) Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- CPA Canada. (2014). *Management's Discussion and Analysis — Guidance on preparation and disclosure*. Acesso em 15 de 11 de 2020, disponível em <https://www.cpacanada.ca/en/business-and-accounting-resources/financial-and-non-financial-reporting/mdanda-and-other-financial-reporting/publications/guidance-for-mda-preparation-and-disclosure>
- CIPFA, T. C., & WBG, W. B. (2016). *Integrated thinking and reporting<IR>. Focusing on value creation in the public sector. An introduction for leaders*. World Bank Group. World Bank Group. Fonte: <http://hdl.handle.net/10986/25190>
- Clarke, V., & Braun, V. (2013). Teaching Thematic Analysis: Overcoming Challenges and Developing Strategies for Effective Learning. *The Psychologist*, 120-123.
- Cooke, T. E. (1992). The Impact of Size, Stock Market Listing and Industry Type on Disclosure in the Annual Reports of Japanese Listed Corporations. *Accounting and Business Research*, 22(87), pp. 229-237. Fonte: DOI: 10.1080/00014788.1992.9729440
- Core, J. E. (2001). A review of the empirical disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 441-456.

- Craven, B., & Marston, C. (16 de December de 2002). Investor relations and corporate governance in large UK companies. *Corporate Governance: An International Review*, pp. 137-149.
- Creswell, J. W. (2007). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto* (2ª ed.). (L. d. Rocha, Trad.) Porto Alegre: Artmed.
- Cunha, P. R., Silva, J. O., & Fernandes, F. C. (2013). Pesquisas sobre a lei Sarbanes-Oxley: uma análise dos journals em língua inglesa. *Enfoque: Reflexão Contábil*, 32(2), pp. 37-51. Fonte: <https://doi.org/10.4025/enfoque.v32i2.15778>
- Denzin, N. K. (1970). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. New York: Aldine.
- Desmond, P. (2000). Reputation builds success – tomorrow’s annual report. *Corporate Communications: An International Journal*, 5(3), pp. 168-172.
- Dewey, J. (1960). *Logic: the theory of inquiry*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Diehl, A., & Tatim, D. (2004). *Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Dolphin, R. (2004). The strategic role of investor relations. *Corporate Communications: An International Journal*, 9(1), 25-42.
- Dondis, D. A. (2003). *Sintaxe da Linguagem Visual* (2ª ed.). (J. L. Camargo, Trad.) São Paulo: Martins Fontes.
- Dumaya, J., Bernardi, C., Guthrie, J., & Demartini, P. (2016). Integrated reporting: A structured literature review. *Accounting Forum*, 40(3), pp. 166-185. Fonte: <http://dx.doi.org/10.1016/j.accfor.2016.06.001>
- Durand, D. (1992). *A Sistémica* (5ª ed.). (J. L. Matos, Trad.) Lisboa: Dinalivro.
- Eccles, R. G., & Krzus, M. P. (2010). *One Report: Integrated Reporting for a Sustainable Strategy*. Hoboken, New Jersey, USA: Wiley.
- Fama, E. F. (May de 1970). Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work. *The Journal of Finance. Papers and Proceedings of the Twenty-Eighth Annual Meeting of the American Finance Association New York*, 25(2), pp. 383-417. Fonte: <http://www.jstor.com/stable/2325486>
- Filho, J. G. (2000). *Gestal do Objeto. Sistema de Leitura Visual da Forma*. São Paulo: Escrituras.
- Flick, U. (2005). *Métodos Qualitativos na Investigação Científica* (2ª ed.). (A. M. Parreira, Trad.) São Paulo: Monitor.
- Flick, U. (2009). *Introdução à Pesquisa Qualitativa* (3ª ed.). (J. E. Costa, Trad.) Porto Alegre: Bookman.

- Fombrun, C., & van Riel, C. (1997). The Reputational Landscape. *Corporate Reputation Review*, 1, pp. 5-13. Fonte: <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540024>
- Francis, J., Nanda, D., & Olsson, P. (2008). Voluntary Disclosure, Earnings Quality, and Cost of Capital. *Journal of Accounting Research*, 46, pp. 53-99. Fonte: <https://doi.org/10.1111/j.1475-679X.2008.00267.x>
- Gleeson-White, J. (2014). *Six Capitals: The revolution capitalism has to have-or can accountants save the planet?* Sidney: Allen & Unwin.
- Gomes, R. (2013). Análise e Interpretação de Dados de Pesquisa Qualitativa. Em M. C. Minayo, *Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade* (pp. 79-108). Petrópolis: Vozes.
- GRI, G. R. (14 de October de 2020). *Resource Center*. Acesso em 10 de Março de 2021, disponível em GRI: <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/resource-center/?g=4a605e18-cb57-486a-bdcd-d1bd7f97bb55&id=7363>
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1981). *Effective evaluation: Improving the usefulness of evaluation results through responsive and naturalistic approaches*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Habermas, J. (2012). *A transformação estrutural da esfera pública. Investigações sobre uma Categoria da Sociedade Burguesa*. (L. Nahodil, Trad.) Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Halbwachs, M. (2010). *Morfologia Social*. (F. d. Miranda, Trad.) Lisboa: Edições 70.
- Healy, P. M., & Palepu, K. G. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31(1-3), pp. 05-440. Fonte: [https://doi.org/10.1016/S0165-4101\(01\)00018-0](https://doi.org/10.1016/S0165-4101(01)00018-0)
- Hoffmann, C., & Fieseler, C. (2012). Investor relations beyond financials: Non-financial factors and capital market image building. *Corporate Communications: An International Journal*, 17(2), 138-155.
- Holsti, O. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley
- IBRI. (2000). *Educação e Pesquisas. O que é RI*. Acesso em Março de 2021, disponível em Instituto Brasileiro de Relações com Investidores – IBRI: <http://www.ibri.com.br/educacao-e-pesquisas/o-que-e-ri>
- IIRC. (September de 2011). *IR - Discussion Paper 2011*. Acesso em 10 de March de 2021, disponível em International Integrated Reporting Council: https://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2011/09/IR-Discussion-Paper-2011_spreads.pdf
- IIRC. (2013). *IR-Background-Paper-Capitals*. Acesso em 10 de March de 2021, disponível em International Integrated Report Council: <https://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2013/03/IR-Background-Paper-Capitals.pdf>

- IIRC. (2014). A Estrutura Internacional para Relato Integrado. Fonte: <https://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2015/03/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK-Portuguese-final-1.pdf>
- IIRC. (2017). *Get to grips with the six capitals*. Acesso em 10 de March de 2021, disponível em International Integrated Report Council: <https://integratedreporting.org/what-the-tool-for-better-reporting/get-to-grips-with-the-six-capitals/>
- IIRC. (10 de 03 de 2021). *What? The tool for better reporting*. Fonte: Integrated Reporting: <https://integratedreporting.org/what-the-tool-for-better-reporting/>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), pp. 305-360. Fonte: [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Kerlinger, F. (s.d.). *Foundations of Behavioral Research* (3ª ed.). New York: Holt, Rinehart and Wiston.
- King, N., Brooks, J., & Tabari, S. (2017). Template Analysis in Business and Management Research. Em M. Ciesielska, & D. Jemielniak, *Qualitative Methodologies in Organization Studies*. Palgrave Macmillan.
- King, N., Brooks, J., & Tabari, S. (2018). Template Analysis in Business and Management Research. Em M. Ciesielska, & D. Jemielniak, *Qualitative Methodologies in Organization Studies*. Palgrave Macmillan.
- Kjellin, J. C. (2017). *Determinantes da Divulgação Voluntária de Informações. Estudo de Caso: Liga Paranaense de Combate ao Câncer*. Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. Coimbra: Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. Fonte: <http://hdl.handle.net/10316/82195>
- Kotler, P. (2013). *Marketing para o Século XXI*. (S. Barata, Trad.) Quez de Baixo: Editorial Presença.
- Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis: An introduction to its methodology*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Lakatos, E., & Marconi, M. (1991). *Fundamentos de Metodologia Científica* (3ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Lang, M., & Lundholm, R. (2000). Voluntary Disclosure and Equity Offerings: Reducing Information Asymmetry or Hying the Stock? *Contemporary Accounting Research*, 17, pp. 623-662. Fonte: <https://doi.org/10.1506/9N45-F0JX-AXVW-LBWJ>
- Leuz, C. (2010). Different Approaches to Corporate Reporting Regulation: How Jurisdictions Differ and Why. *Chicago Booth Initiative on Global Markets Research Paper*, 53 - ECGI - Law Working Paper No. 156/2010. Fonte: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1581472>
- Lev, B. (2001). *Intangibles: Management, measurement and reporting*. Washington, DC.: Brookings Institution.

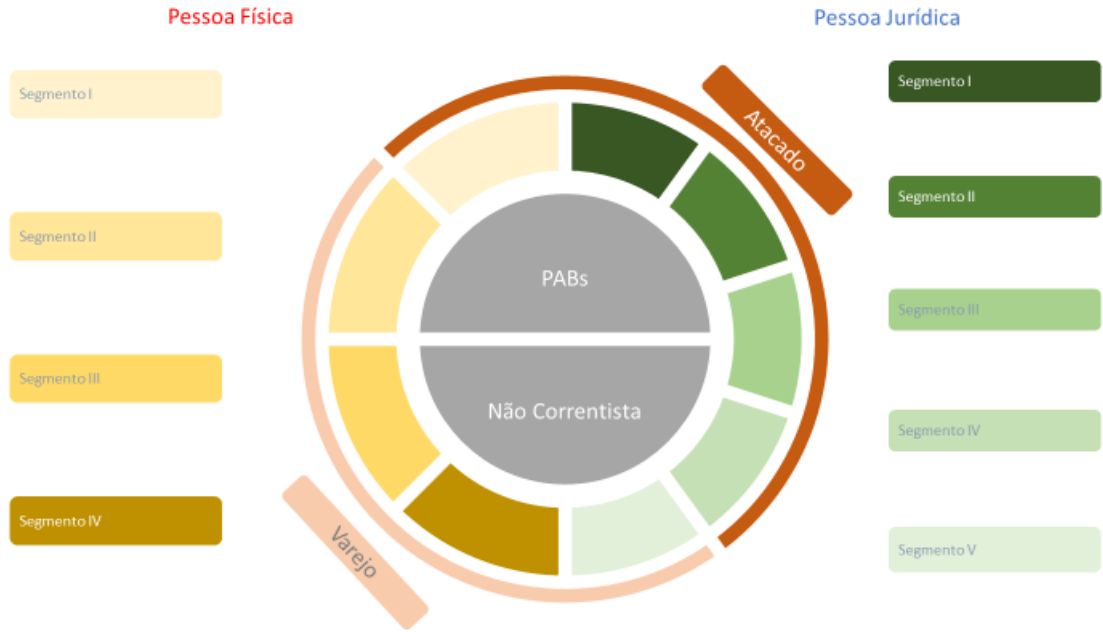
- Lev, B. (2018). The deteriorating usefulness of financial report information and how to reverse it. *Accounting and Business Research*, 48(5), pp. 465–493. Fonte: <https://doi.org/10.1080/00014788.2018.1470138>
- Léxico, D. d. (s.d.). *Significado de Segmentação*. Acesso em Março de 2021, disponível em Léxico - Dicionário de Português Online: <https://www.lexico.pt/segmentacao/>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lopes, A. B., & Martins, E. (2007). *Teoria da Contabilidade: Uma nova abordagem*. São Paulo: Atlas.
- López-Barajas Zayas, E. (2006). Educabilidad, interdisciplinariedad y competencias humanas. Em E. López-Barajas Zayas, *Estrategias de formación en el Siglo XXI: Life Long Learning* (pp. 433-448). Barcelona: Ariel.
- Marion, J. C. (2019). *Análise das Demonstrações Contábeis*. São Paulo: Gen Atlas.
- Marston, C. (1996). The organization of the investor relations function by large UK quoted companies. *Omega*, 24(4), 477-488.
- Marston, C., & Straker, M. (2001). Investor relations: a European survey. *Corporate Communications: An International Journal*, 6(2), 82-93.
- Masa, R. M., Partyka, R. B., & Lana, J. (2020). Pesquisa e teoria da agência comportamental: uma revisão e agenda de pesquisa. *Cadernos EBAPE.BR*, 18(2), pp. 220-236. Fonte: <https://doi.org/10.1590/1679-395177017>
- Maxwell, J. (September de 1992). Understanding and Validity in Qualitative Research. *Harvard Educational Review*, 62(3), pp. 279-301. Fonte: <https://doi.org/10.17763/haer.62.3.8323320856251826>
- Melloni, G. (2015), Intellectual capital disclosure in integrated reporting: an impression management analysis. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 16 No. 3, pp. 661-680. Fonte: <https://doi.org/10.1108/JIC-11-2014-0121>
- Mendes, B. d., Neto, M. R., Costa, M. F., & Costa, C. S. (2017). Estratégias de Relacionamento no Segmento Bancário: Um estudo com um banco do Nordeste do Brasil e seus clientes de micro e pequenas empresas. *Revista Eletrônica de Administração*, 16(2), pp. 367-386. Fonte: <http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/rea/article/view/1304>
- Minayo, M. C. (2013). O desafio da Pesquisa Social. Em M. C. Minayo, S. F. Deslandes, & R. Gomes, *Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade* (pp. 9-30). Petrópolis: Vozes.
- Minayo, M. C. (2013). *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. São Paulo: Hucitec.
- Mlodinow, L. (2014). *Subliminar. Como o inconsciente influencia nossas vidas*. (C. Carina, Trad.) Rio de Janeiro: Zahar.

- Murcia, F. D.-R., & Santos, A. d. (2009). Fatores determinantes do nível de disclosure voluntário das companhias abertas no Brasil. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade (REPeC)*, 3(2), pp. 72-95. Fonte: <https://doi.org/10.17524/repec.v3i2.68>
- NIRI. (22 de May de 1995). *National Investor Relations Institute*. Acesso em Fevereiro de 2021, disponível em [https://www.niri.org/about-niri/history-of-niri-\(origins\)](https://www.niri.org/about-niri/history-of-niri-(origins))
- Owen, G. (2013). Integrated Reporting: A Review of Developments and their Implications for the Accounting Curriculum. *Accounting Education: an international journal*, 22(4), pp. 340-356.
- Paugam, H. S. (2018). The expansion of non-financial reporting: an exploratory study. *Accounting and Business Research*, 48(5), pp. 525-548. Fonte: <https://doi.org/10.1080/00014788.2018.1470141>
- PricewaterhouseCoopers. (27 de August de 2003). *Corporate governance: A comparison of the King Report 2002 and the Sarbanes-Oxley Act*. Acesso em 10 de March de 2021, disponível em ITWeb - Legal View: <https://www.itweb.co.za/content/o1Jr5MxEP9XqKdWL>
- Quivy, R., & Campenhoud, L. V. (2005). *Manual de investigação em ciências sociais*. (J. M. Marques, M. A. Mendes, & M. Carvalho, Trans.) Lisboa: Gradiva.
- Rao, H., & Sivakumar, K. (January-February de 1999). Institutional sources of boundary-spanning structures: the establishment of investor relations departments in the Fortune 500 industrials. *Organizational Science*, 10(1), 27-42.
- Raulinajtys-Grzybek, M., & Świdorska, G. (2017). Practical use of the integrated reporting framework – an analysis of the content of integrated reports of selected companies. *Theoretical Journal of Accounting*, 94(150), pp. 109-129. Fonte: DOI: 10.5604/01.3001.0010.4997
- Regester, M. (-7. (1990). Why investor relations is growing in importance and requires special skills. *International Public Relations Review*, 13(1), 4-7.
- Rezaee, Z. (2005). Causes, consequences, and deterrence of financial statement fraud. *Critical Perspectives on Accounting* 16, pp. 277-298.
- Richardson, R. (1989). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas.
- Sarantakos, S. (2005). *Social Research*. New York: Palgrave Macmillan.
- Schneider, J., Davies, S., & Scheibling, C. (2019). PNS340 The Theory of Contracts and Warranties: Implications for Outcomes-Based Contracting. *Value in Health*, 2(Supplement 3), p. S 822. Fonte: <https://doi.org/10.1016/j.jval.2019.09.2240>
- Senge, P. (2008). *A Quinta Disciplina. Arte e prática da organização que aprende*. (O. Traduções, Trad.) Rio de Janeiro: Editora Best Seller.
- Silva, A. G., & Robles Junior, A. (2008). Os impactos na atividade de auditoria independente com a introdução da lei Sarbanes-Oxley. *Revista Contabilidade & Finanças*, 19(48), pp. 112-127. Fonte: <https://doi.org/10.1590/S1519-70772008000300010>

- Smith, A. (1937). *The Wealth of Nations*. New York: Modern Library.
- Smith, M. (2003). *Research Methods in Accounting*. London: Sage Publications.
- Stewart, N. (09 de September de 2010). *An audience with the GRI's Mervyn King*. Acesso em 1 de Março de 2020, disponível em IR Magazine: <https://www.irmagazine.com/case-studies/audience-gris-mervyn-king>
- Sunder, S. (2014). *Teoria da Contabilidade e do Controle*. (Atlas, Trad.) São Paulo: Atlas.
- Sydserrff, R., & Weetman, P. (1999). A texture index for evaluating accounting narratives - An alternative to readability formulas. *Accounting Auditing & Accountability Journal*, 12(4), 459-488.
- Tavares, L. M., Henrique, V. D., Manoel, J. R., Santos, F. d., & Fernandes dos Santos, N. M. (Jul-Dez de 2018). Governança Corporativa na estrutura conceitual do Relato Integrado: Divulgações das instituições bancárias brasileiras. *Revista ENIAC Pesquisa*, 7(2), pp. 246-265. Fonte: doi:<https://doi.org/10.22567/rep.v7i2.486>
- Technical Task Force of the International Integrated Reporting Council, (. (2013). *Integrated Reporting <IR>. Background Papers*. (I. I. Council, Ed.) Acesso em 6 de Fevereiro de 2020, disponível em International Integrated Reporting Council: <https://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2013/03/IR-Background-Paper-Capitals.pdf>
- Tuckman, B. W. (2012). *Manual de Investigação em Educação. Metodologia para conceber e realizar o processo de investigação científica* (4ª ed.). (A. Rodrigues-Lopes, Trad.) Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Tuominen, P. (1997). Investor relations: a Nordic School approach. *Corporate Communications: An International Journal*, 2(1), 46-55.
- Unerman, J., Bebbington, J., & O'dwyer, B. (2018). Corporate reporting and accounting for externalities. *Accounting and Business Research*, 48(5), pp. 497-522. Fonte: <https://doi.org/10.1080/00014788.2018.1470155>
- Vala, J. (2014). Análise de Conteúdo. Em A. S. Silva, & J. M. Pinto, *Metodologia das Ciências Sociais* (pp. 101-126). Porto: Edições Afrontamento.
- Verdier, N. (2006). Hierarchy: A Short History of a Word in Western Thought. Em D. Pumain, *Hierarchy in Natural and Social Sciences* (Vols. Methodos Series, vol 3, pp. 13-37). Dordrecht: Springer. Fonte: https://doi.org/10.1007/1-4020-4127-6_2
- Weber, R.P. (1985). *Basic Content Analysis*. London: Sage Publications.

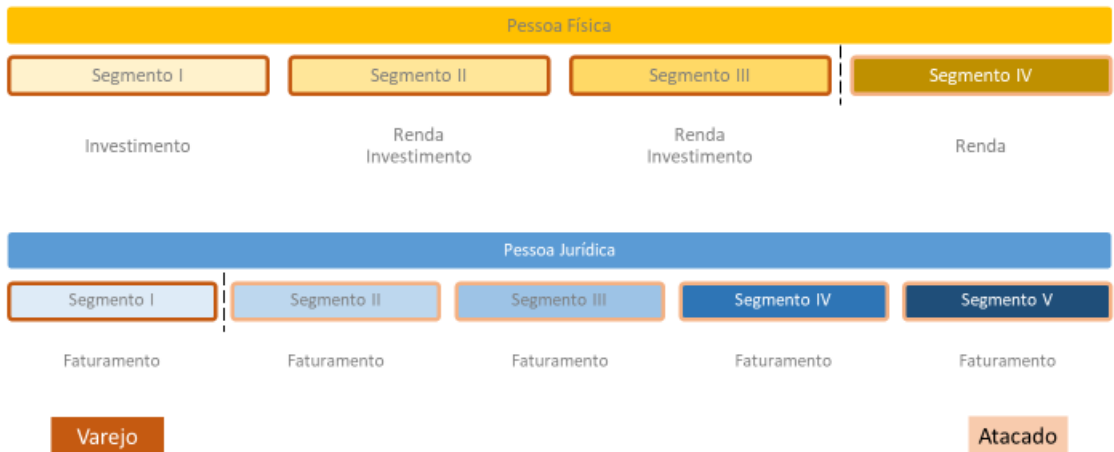
APÊNDICES

Figura 26 – Exemplo de Segmentação de Clientes



Fonte: o Autor.

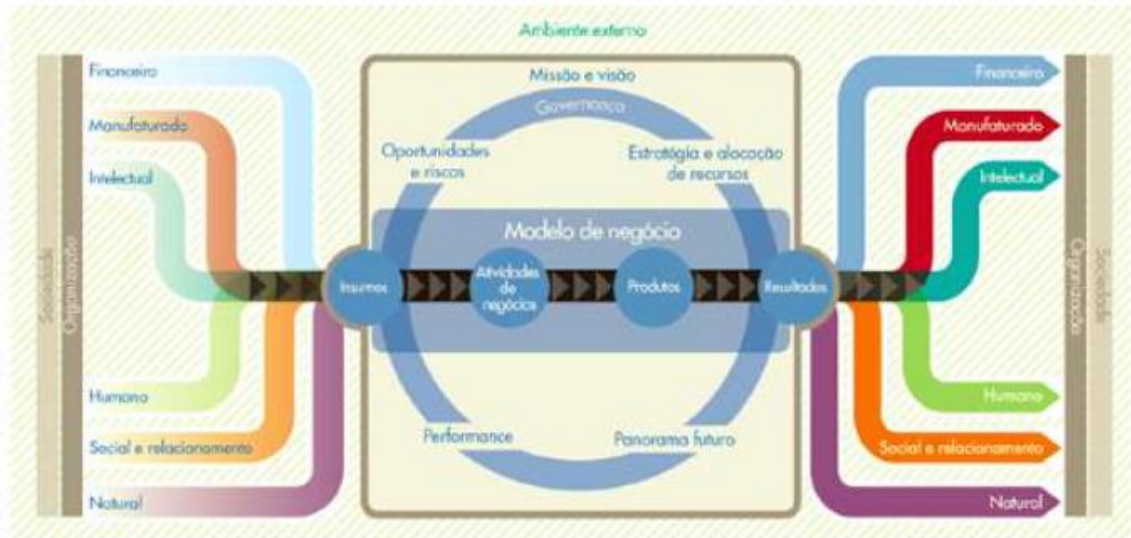
Figura 27 – Exemplo de Segmentação de Clientes



Fonte: o Autor.

ANEXOS

Processo de criação de valor do Relato Integrado



Fonte: IIRC (2013).

Matriz de Relevância Itaú 2014 – parte 1

Gestão dos temas materiais

A definição de temas relevantes para uma instituição é crucial para nortear a tomada de decisão de gestores e demais partes interessadas. A fim de integrar o reporte de informações, evoluímos nosso processo de definição da materialidade para contemplar aspectos sociais,

ambientais, econômicos e de governança em uma mesma matriz. Além disso, o resultado da matriz foi classificado em seis categorias, ou capitais, a fim de facilitar o entendimento do tema. Partindo dessa premissa, o estudo de materialidade realizado em 2014 passou por três etapas:

1 IDENTIFICAÇÃO

Nessa etapa, levantamos informações que contemplam as visões dos *stakeholders* externos e internos por meio das seguintes fontes:

- Visão de colaboradores e sindicato – Pesquisa de clima organizacional realizada anualmente e principais reivindicações do sindicato
- Visão de investidores – Principais comunicações de resultado voltadas para investidores: teleconferências, reuniões da APIMEC e relatórios
- Visão de clientes e sociedade – Boletim da ouvidoria e Índice de Qualidade de Exposição na Mídia (IQEM)
- Sustentabilidade no setor financeiro – Estudos setoriais financeiros da GRI (GRI-G4 – *Sector Publication Financial Services*) e do SASB (*Sustainability Accounting Standards Board*)
- Índices de Sustentabilidade – Questionários do Índice de Sustentabilidade Dow Jones e Índice de Sustentabilidade Empresarial da BM&FBOVESPA
- Referências do mercado financeiro – Análise da materialidade de instituições financeiras nacionais e internacionais consideradas referência

2 PRIORIZAÇÃO

Após a análise desse conteúdo, os temas identificados foram consolidados de acordo com a frequência que o tema era abordado entre as fontes e sua relevância para nossos negócios. Em seguida, os temas consolidados foram plotados em uma matriz de priorização, considerando os seguintes critérios em cada eixo: influência na avaliação de *stakeholders* (colaboradores, clientes, investidores e sociedade) e relevância para gestão (continuidade dos negócios, imagem e reputação, estratégia, impactos regulatórios e visão de longo prazo).

3 VALIDAÇÃO

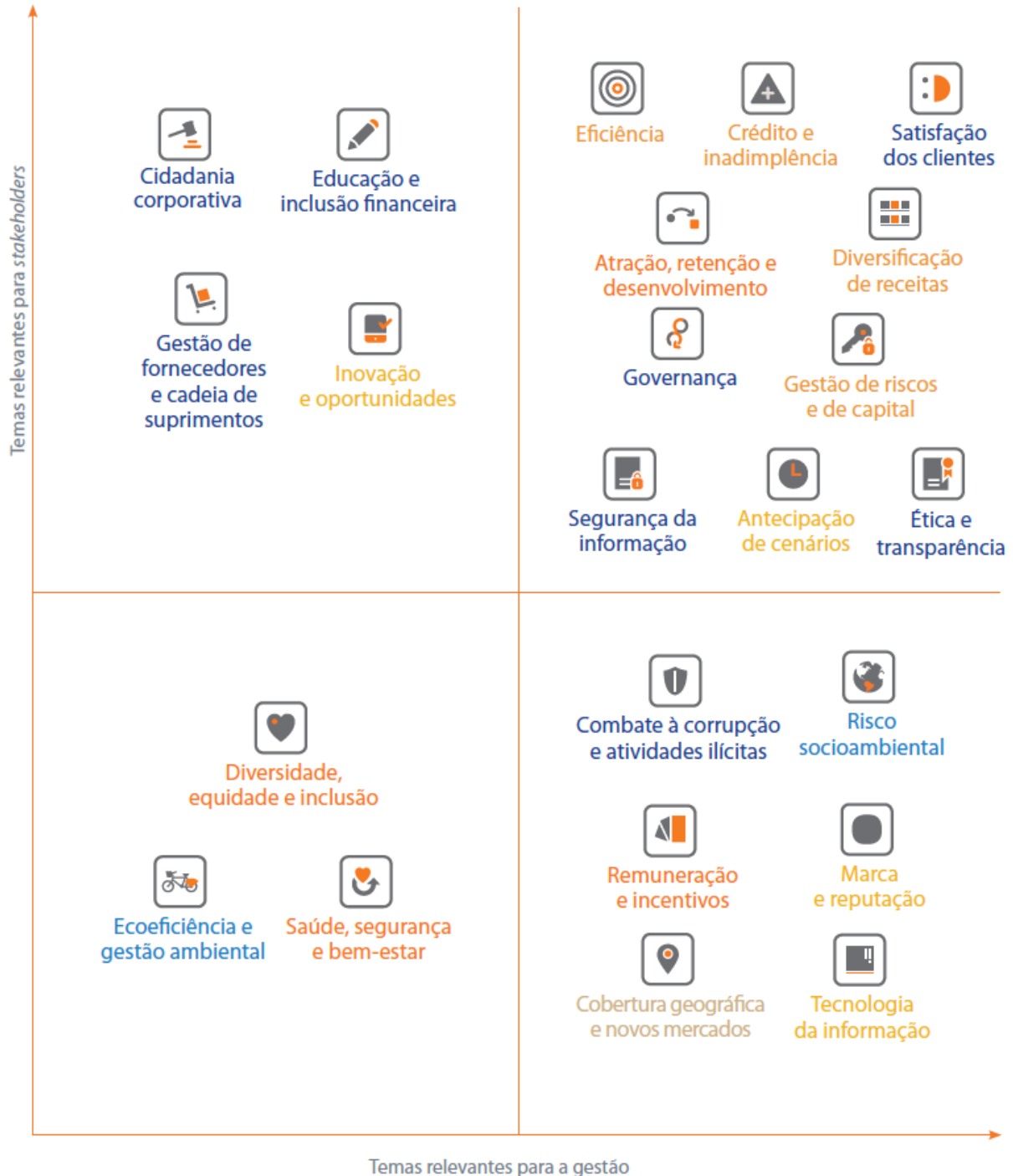
Os temas priorizados foram debatidos e validados internamente pelo Grupo de Trabalho de Relatórios e pelo Comitê de Reporte, um fórum da governança de sustentabilidade dedicado à implementação de melhores práticas de reporte e transparência. Externamente, esses temas foram assegurados pela PwC, considerando o escopo da AA1000.

Dos 76 temas selecionados, definimos os 23 temas mais relevantes que possuem impacto tanto dentro quanto fora da organização, uma vez que consideramos sua respectiva relevância para as principais partes interessadas: colaboradores, clientes, investidores e sociedade.

Fonte: Relato Integrado Itaú 2014.

Matriz de Relevância Itaú 2014 – parte 2

Matriz dos temas materiais



Fonte: Relato Integrado Itaú 2014.

Matriz de Relevância Itaú 2018

Essa agenda foi construída com base nos Objetivos do Milênio, também da ONU, e busca aumentar o valor da sustentabilidade corporativa, por meio do compartilhamento de propósitos e boas práticas, geração de oportunidades alinhadas à nova economia e fortalecimento da colaboração mundial para redução de impactos negativos na sociedade.

Neste relato, destacamos os ODS potenciais aos nossos negócios, destacados em cinza, ou seja, aqueles que podem ser impactados de forma significativa, positiva ou negativamente, por nossas atividades e operações comerciais.

Global Reporting Initiative (GRI)

A GRI é uma organização internacional independente que ajuda empresas, governos e organizações a entender e comunicar seus impactos em questões como mudanças climáticas, direitos humanos, governança, corrupção e bem-estar social. Este relato apresenta um nível básico de conformidade com os padrões da GRI.

Materialidade e temas materiais

Consideramos como temas materiais aqueles com a capacidade de afetar a nossa criação de valor no curto, médio e longo prazo, sob a perspectiva da administração de nossos principais públicos, em harmonia com as diretrizes do *Framework*, *GRI Standards* e ODS. Em 2018, revisamos nossa matriz de materialidade para integrar os novos desafios que estamos enfrentando. Os temas identificados foram priorizados, discutidos e validados internamente e assegurados externamente por auditores independentes, com base nas diretrizes da Norma *AccountAbility 1000 (AA 1000)*. O resultado desta revisão são dez novos temas materiais:

-  **Integridade e ética**
-  **Transformação digital**
-  **Satisfação de clientes**
-  **Criação de valor**
-  **Gestão de riscos**
-  **Diversidade**
-  **Gestão ambiental**
-  **Cidadania corporativa**
-  **Experiência do colaborador**
-  **Inclusão e orientação financeira**

Públicos de relacionamento

Este relato identifica os principais públicos com os quais nos relacionamos e que foram considerados em nossa revisão de materialidade.

-  **Acionistas**
-  **Colaboradores**
-  **Clientes**
-  **Fornecedores**
-  **Sociedade**
-  **Governo e órgãos reguladores**

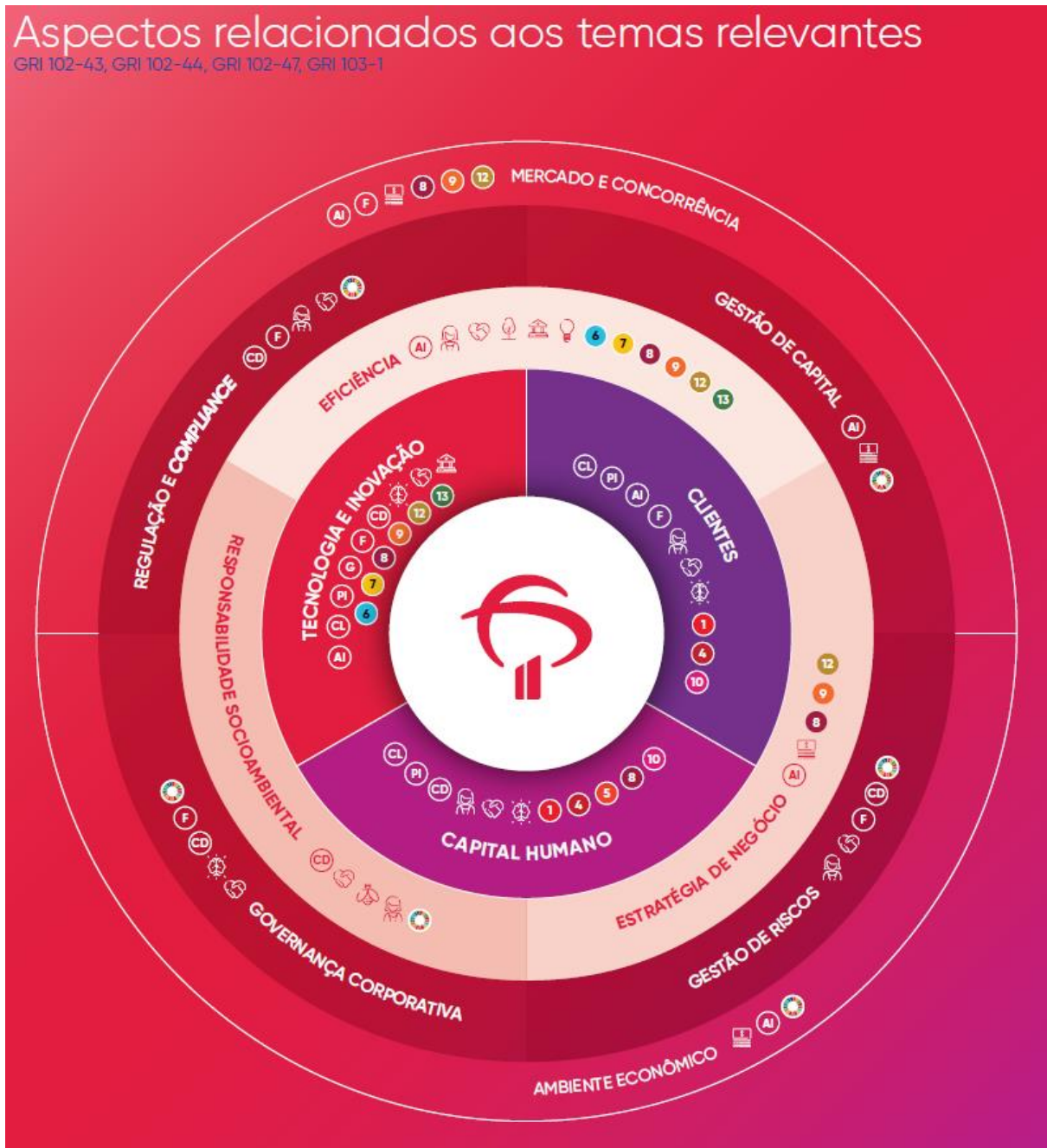
Fonte: Relatório Anual Integrado Itaú 2018.

Matriz de Relevância Bradesco 2014

OS NOVE TEMAS DA MATRIZ DE RELEVÂNCIA [G4-19, G4-20 e G4-21]

TEMA	TEMAS ASSOCIADOS	PÁGINA	CAPITAIS
Gestão de capital, riscos e oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Gestão de risco integrado • <i>Compliance</i>: conformidade com leis e regulamentações <ul style="list-style-type: none"> - Combate à corrupção e à lavagem de dinheiro - Respeito aos direitos humanos e às leis trabalhistas na cadeia de valor (inclui assédio moral e sexual) • Incorporação de aspectos socioambientais nos negócios • Inadimplência: qualidade do crédito • Mudanças climáticas 	68	   
Adaptação ao contexto externo	<ul style="list-style-type: none"> • Mudanças no cenário macroeconômico • Políticas econômicas e monetárias: governo e órgãos reguladores • Variações no poder aquisitivo • Disponibilidade de mão de obra qualificada 	12	  
Inovação e tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> • Segurança da informação: proteção de dados (banco e cliente) • Canais Digitais: mobilidade, <i>internet</i>, redes sociais e autoatendimento • CRM: inteligência da informação 	22	  
Resultado econômico-financeiro do negócio	<ul style="list-style-type: none"> • Margens e custo (eficiência operacional) • Valorização das ações e distribuição de Dividendos • Gestão da marca (ativo intangível) 	26	 
Público interno	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento da carreira profissional interna • Condições de trabalho e benefícios (funcionários e terceiros) • Atração e retenção de talentos 	80	 
Relacionamento e satisfação dos clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Presença e capilaridade nacional (pontos de atendimento) • Treinamento e capacitação dos funcionários • Qualidade no atendimento 	48	  
Inclusão financeira	<ul style="list-style-type: none"> • Educação financeira • Produtos e serviços inclusivos 	57	   
Cultura organizacional	<ul style="list-style-type: none"> • Governança corporativa e transparência • Engajamento de partes interessadas 	62	 
Gestão de fornecedores	<ul style="list-style-type: none"> • Avaliação socioambiental (RFI) • Cláusulas de responsabilidade socioambiental em todos os contratos • Engajamento de fornecedores 	94	  

Matriz de Relevância Bradesco 2018



Fonte: Relatório Integrado Bradesco 2018.