



Revista Universo Contábil

ISSN: 1809-3337

universocontabil@furb.br

Universidade Regional de Blumenau
Brasil

Eugénio, Teresa

AVANÇOS NA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOCIAL E AMBIENTAL PELAS EMPRESAS E A
TEORIA DA LEGITIMIDADE

Revista Universo Contábil, vol. 6, núm. 1, enero-marzo, 2010, pp. 102-118

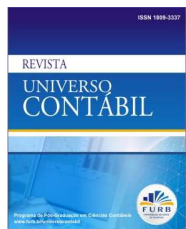
Universidade Regional de Blumenau
Blumenau, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=117012552007>

- Como citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Revista Universo Contábil, ISSN 1809-3337
FURB, v. 6, n.1, p. 102-118, jan./mar., 2010

doi:10.4270/ruc.2010106

Disponível em www.furb.br/universocontabil



AVANÇOS NA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOCIAL E AMBIENTAL PELAS EMPRESAS E A TEORIA DA LEGITIMIDADE*

ADVANCE IN THE SOCIAL AND ENVIRONMENTAL DISCLOSURES BY COMPANIES AND THE LEGITIMACY THEORY

Teresa Eugénio

Professora da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Leiria

Instituto Politécnico de Leiria

Endereço: Morro do Lena, Alto Vieiro - Apartado 4163

CEP: 2401-951 – Leiria – Portugal

E-mail: teugenio@estg.ipleiria.pt

Telefone: 00351 91 9802400

RESUMO

Novos desafios em contabilidade e auditoria se colocam às empresas de hoje. Actualmente estas, não podem produzir apenas informação estritamente financeira, é-lhe exigida, também, uma postura socialmente responsável, passando pela divulgação de informação social e ambiental pelas empresas. Este estudo pretende dar um contributo teórico sobre a evolução do tema: divulgação de informação social e ambiental. São analisados os avanços científicos nesta área, denominada na literatura internacional como *Social Environmental Accounting Research* (SEAR). Apresenta-se um enquadramento à divulgação ambiental e à responsabilidade social das empresas. Apontam-se tópicos sobre o desenvolvimento da investigação em contabilidade social e ambiental focando as principais questões alvo de investigação e o papel dos organismos profissionais como agentes dinamizadores desta área. Identificam-se as motivações dos gestores para a elaboração do relato ambiental. E são apresentados os principais fundamentos da teoria da legitimidade. Desta forma pretende-se contribuir para uma reflexão sobre esta linha de investigação que está ainda na infância, quando comparada com a longa história do relato financeiro.

Palavras-chave: Divulgação social e ambiental. Questões de investigação. Motivação dos gestores. Teoria da legitimidade.

* Artigo recebido em 09.12.2008. Revisado por pares em 09.06.2009. Reformulado em 08.07.2009. Recomendado em 15.07.2009 por Ilse Maria Beuren (Editora). Publicado em 02.02.2010. Organização responsável pelo periódico: FURB.

ABSTRACT

New accounting and audit challenges are faced by the companies. Nowadays, they can't produce only financial information, it is also required from them a social responsible posture, including the disclosure of social and environmental information by the companies. The purpose of this study is to contribute with a theoretical reflection about social and environmental disclosures. It analyses the scientific advances in the area, named in the international literature as Social Environmental Accounting Research (SEAR). It presents a environmental disclosure and corporate social responsibility framework. Points out topics on the development of research in social and environmental accounting, focusing on the main issues under investigation and the role of professional entities as agents in this area. The managers motivations to prepare the environmental report are identified. The main foundations of the theory of legitimacy are presented. In doing so, it is intended to contribute to a reflection on this line of research which is in its first steps when compared with the long history of financial reporting.

Keywords: *Social and environmental disclosure. Research questions. Management motivations. Legitimacy theory.*

1 INTRODUÇÃO

A divulgação e relato de informação ambiental pelas empresas continua a ser para muitos um tema recente, no entanto têm-se registado avanços significativos. Em 1991, o presidente do *Institute of Chartered Accountants* declarou, que ao responder aos desafios colocados pelo ambiente, todos os aspectos da contabilidade, incluindo as demonstrações financeiras e a auditoria, tinham de mudar. Como refere Penedo *et al.* (2004), são raros os economistas que abordam a importância de uma consciência sobre a civilização industrial que pode colocar em risco a natureza.

A implementação de uma Contabilidade Social e Ambiental como complemento da Contabilidade Financeira é um assunto estudado e desenvolvido já desde meados do século passado. Mas o tema específico da divulgação de informação ambiental só aparece com características próprias de investigação, desenvolvimento e implementação desde meados dos anos 80.

Este estudo pretende dar um contributo teórico sobre os desenvolvimentos da temática: divulgação de informação social e ambiental, analisando os avanços científicos nesta área denominada na literatura internacional como SEAR (Social Environmental Accounting Research), contribuindo para uma reflexão teórica sobre esta linha de investigação. Este estudo tem por base o trabalho de Deegan (2002) que nos alerta para as alterações que se têm verificado na investigação da contabilidade social e ambiental e para as principais questões que têm surgido, nomeadamente a importância de perceber as motivações que estão na origem da divulgação de informação ambiental. Deegan (2002) refere a teoria da legitimidade e o contributo de outros estudos para o desenvolvimento da investigação em contabilidade social e ambiental.

Dado que este estudo tem por base a pesquisa e análise de diversa literatura científica, não está focalizado a uma área geográfica em particular, mas sim na conduta das empresas em matéria de divulgação social e ambiental, no geral. No entanto, em diferentes capítulos, e sempre que oportuno, é feita uma referencia à situação em Portugal.

Na primeira parte deste estudo apresenta-se um enquadramento à divulgação ambiental e à responsabilidade social. Posteriormente averigua-se o desenvolvimento da investigação em Contabilidade Social e Ambiental traçando uma perspectiva histórica da publicação de estudos científicos nesta área e o contributo dos organismos profissionais como agentes dinamizadores da contabilidade social e ambiental. No ponto 4 identificam-se as atitudes dos contabilistas face às matérias ambientais, tendo por base Bebbington (1994); as motivações dos gestores que estão na base da elaboração do relato ambiental e as questões-chave de investigação em SEAR, tendo por base o estudo de Deegan (2002). No ponto 5 são apresentados os principais fundamentos da teoria da legitimidade e a sua aceitação como factor explicativo da divulgação de informação ambiental. No ponto 6 é feita referência à teoria dos stakeholders e à teoria da política económica. Por fim são apresentadas as conclusões.

2 DIVULGAÇÃO AMBIENTAL - ENQUADRAMENTO

Os utilizadores da informação financeira são, hoje, mais exigentes. Temas como a responsabilidade social e ambiental têm sido objecto de divulgação, não podendo a contabilidade ficar à margem deste processo. Como refere Gray *et al.* (1987), citado por Gray *et al.* (1996, p. 3):

[...] the process of communicating the social and environmental effects of organisations' economics actions to particular interest groups within society and society at large. As such, it involves extending the accountability of organisations (particular companies), beyond the traditional role of providing a financial account to the owners of capital, in particular, shareholders. Such an extension is predicated upon the assumption that companies do have wider responsibilities than simply to make money for their shareholders.

Esta responsabilidade tem sido incutida nas empresas ao longo dos últimos anos e são vários os países em que existe a obrigatoriedade de apresentação das contas ambientais. De acordo com Caseirão (1998 e 1999), na Dinamarca cerca de 3000 a 4000 empresas passaram a elaborar relatórios verdes desde 1996. 70% das empresas americanas e 90% das empresas norueguesas cotadas na bolsa publicam informação ambiental. Na Suécia, na Holanda e no Canadá os problemas ambientais são conduzidos com grande seriedade e os sistemas de *reporting* ambiental estão bastante desenvolvidos. Também nos Estados Unidos e na Alemanha os utentes da informação financeira são mais sensíveis às questões ambientais, sendo frequente a divulgação ambiental nas contas das empresas onde constam dados concretos sobre os custos incorridos e obrigações de carácter ambiental (SILVA, 1997).

Beets e Souther (1999), apresentam uma listagem de empresas, com referência às suas páginas web, que publicam relatórios ambientais. Na página web www.enviroreporting.com podem ser consultados relatórios ambientais e de sustentabilidade de todo o mundo com a opção de seleccionar o país e/ ou o sector de actividade. No Quadro 1 apresentamos um resumo da situação actual da divulgação de informação ambiental na perspectiva da contabilidade ambiental em alguns países.

Vários estudos têm sido elaborados com o objectivo de concluir sobre a divulgação, ou não divulgação, de informações ambientais por parte das empresas. Kreuze (1996) analisou os relatórios e contas de 645 empresas de todo o mundo, com o objectivo de concluir sobre a inclusão de informações ambientais neste documento (relatórios e contas). Concluiu que a maioria das empresas não incluía qualquer informação relacionada com a sua filosofia e as suas políticas ambientais.

Estudos mais recentes, como Larrinaga (2002) e Bartolomeo *et al.* (2000), retiram conclusões idênticas. Larrinaga (2002) conclui que apesar de se notar um aumento na

divulgação de informação ambiental, por parte das empresas espanholas, essa percentagem é ainda baixa. Outras conclusões interessantes são retiradas deste estudo, referentes à necessidade de legislação nesta área: “*regulation is not sufficient for the advancement of environmental accountability. We conjecture that an institutional reform would need at least a discursive dialogue in the development of regulation and an effective enforcement of legislation*” (LARRINAGA, 2002, p. 737).

Espanha	<p>Em Espanha introduziu-se a obrigatoriedade de fornecer informação ambiental nas contas anuais desde 1998, com a adaptação sectorial do Plano Geral de Contabilidade das companhias eléctricas. Este exige que a informação contabilística sobre custos, investimentos, provisões e contingências de carácter ambiental seja apresentada de forma autónoma.</p> <p>A Resolução nº 6389 de 25 de Março de 2002 do Instituto de Contabilidade e Auditoria de Contas (ICAC) aprovou as normas para o reconhecimento, avaliação e informação dos aspectos ambientais das contas anuais. Estas normas tratam de desenvolver os aspectos relativos à contabilidade ambiental já incorporados no direito contabilístico espanhol por meio do Real Decreto nº 437/1998, de 20 de março.</p>
Austrália	<p>A lei das sociedades incorporou, em 1998, uma provisão que obriga a incluir no relatório dos administradores determinadas informações ambientais, nomeadamente se as operações da entidade estão sujeitas a qualquer regulamentação ambiental particular e significativa. Em caso afirmativo esta deve sinalizar os detalhes da empresa relativamente a regulamentação.</p> <p>Existem outras normas contabilísticas australianas com conteúdo ambiental: a norma para as indústrias extractivas (AASB 1022), que versa sobre as provisões ambientais; e a proposta de norma ED 88 que trata do reconhecimento e da medida de provisões e contingências ambientais.</p>
Brasil	<p>O Conselho Federal de Contabilidade (CFC), por intermédio da Resolução de nº 1003/04 de 19 de agosto de 2004, aprovou a Norma Brasileira de Contabilidade Técnica (NBC T) 15 – Informações de Natureza Social e Ambiental. Esta norma entrou em vigor a partir de 1 de janeiro de 2006, tendo sido recomendada a sua adopção antecipada.</p> <p>As Normas e Procedimentos de Auditoria (NPA) 11 – Balanço e Ecologia, foram aprovadas em 1996, tendo como objectivo estabelecer a relação entre a contabilidade e o meio ambiente. Desta forma as empresas eram chamadas a participar nos esforços em favor da defesa e protecção contra a poluição e as agressões à vida humana e à natureza.</p>
Bulgária	<p>Desde 1992, a contabilidade ambiental faz parte da contabilidade oficial das empresas e é parte integrante da política de gestão do meio ambiente do país. Os custos devem ser classificados por actividades, tais como: reflorestamento, prevenção de erosão, melhorias na produção da indústria química, etc (FERREIRA, 2003). As empresas são obrigadas a informar, em relatório separado, os custos com a protecção do meio ambiente, as taxas pagas pelo direito de poluir nos níveis admissíveis, e os custos de contingência pela degradação.</p>
Coreia	<p>A Comissão do Mercado de Valores Coreana ditou em 1996 uma norma que recomenda a inclusão de informação ambiental dentro das notas e das demonstrações. Esta informação incluía os seguintes aspectos: a) normas e políticas ambientais da empresa; b) questões relacionadas com a segurança e prevenção de acidentes; c) investimentos relacionados ao meio ambiente; d) consumo de recursos e de energia; e) geração e tratamento de resíduos e de subprodutos.</p>
Suécia	<p>As empresas que necessitam de licença ambiental têm que incluir informação ambiental em seu informe anual.</p>
Hungria	<p>As questões ambientais têm causado impacto no processo de privatização. Considera-se que o valor dos activos é afectado por estas questões existindo a necessidade de constituir uma provisão para a reabilitação de danos ambientais passados e presentes (FERREIRA, 2003).</p>
Itália	<p>Está a ser introduzido o uso do <i>full-cost</i> ou contabilidade para o desenvolvimento sustentável.</p>
Japão	<p>Não existe nenhuma norma ou lei para a contabilização dos aspectos económicos relativos ao meio ambiente, mas 29,7% das empresas relatavam separadamente os custos e investimentos na área ambiental. Quando os impactos ambientais interferem nos resultados financeiros das empresas, actuais ou futuros, estes são evidenciados nos relatórios (FERREIRA, 2003).</p>

França	Tem desenvolvido um balanço patrimonial ecológico relacionando cada empresa com o meio ambiente. As informações são apresentadas em termos monetários sobre a aquisição e o uso de equipamentos para reduzir a poluição; para a reciclagem de produtos; e a redução do consumo de energia e de matéria-prima (FERREIRA, 2003). Devem incluir, ainda, custos e benefícios de uma série de itens, a saber: protecção ambiental, <i>royalties</i> , licenças e custos de compensação pela preservação da poluição; custos com a manutenção e a operação de equipamentos especialmente adquiridos para ajudar a preservar o meio ambiente; e empréstimos obtidos com taxas especiais para a aquisição de equipamentos.
Holanda	Embora não existam normas específicas para a contabilidade ambiental, de acordo com Ferreira (2003), é vulgar as empresas reportarem informação sobre riscos ambientais; os impactos ambientais por elas causados e esforços de reparar. As informações são de carácter qualitativo e quantitativo, como emissão de partículas, ruído, consumo de energia e de matéria-prima, geração e tratamento de resíduos.
Noruega	Prevê a inclusão de informação ambiental na contabilidade. A Lei de Sociedades de 1989, obriga a incluir no relatório do conselho de administração, informação sobre as emissões e a contaminação da empresa, assim como as medidas para as reduzir.
Dinamarca	Desde 1996, que as empresas devem divulgar informação ambiental em relatório separado. Em 1999, foi realizada uma avaliação à introdução da informação ambiental, tendo-se concluído que 50% das empresas afirmaram ter obtido benefícios financeiros, derivados da elaboração do relatório verde, que compensavam os custos da sua publicação.
Portugal	A Directriz Contabilista nº 29 – Matérias ambientais (DC nº 29), foi aprovada em 5 de junho de 2002 e homologada por despacho do Secretário de Estado dos Assuntos Fiscais em 25 de junho de 2004. Esta norma é de aplicação aos exercícios que se iniciassem em ou após 1 de janeiro de 2006. Esta directriz diz respeito aos critérios de reconhecimento, mensuração e divulgação dos dispêndios de carácter ambiental, dos passivos, dos riscos ambientais e aos activos com eles relacionados, resultantes de transacções e acontecimentos que afectem, ou sejam susceptíveis de afectar, a posição financeira e os resultados da entidade relatada. A DC nº 29 aplica-se às informações ambientais a constarem no relatório e contas das empresas, sendo aplicada tanto às contas individuais como às contas consolidadas a todas as entidades abrangidas pelo Plano Oficial de Contabilidade.

Quadro 1 - Práticas ambientais em diferentes países

Fonte: adaptado de Subtil *et al.* (2006).

Bartolomeo *et al.* (2000) incidem a sua análise no caso europeu, partindo de uma amostra recolhida de empresas italianas, holandesas, alemãs e inglesas. As conclusões não são muito diferentes dos estudos anteriormente mencionados, mas são analisadas oportunidades concretas na área ambiental para as empresas: *“The project results suggest that opportunities exist for many companies, for both business and environmental reasons, to become more active and adventurous in environmental management accounting, and that the pressures on them to do so will increase”* (BARTOLOMEO *et al.*, 2000, p. 48).

Outros estudos têm sido publicados no sentido de avaliar a divulgação de informação ambiental em diferentes países, o que denota que, apesar de ser uma temática nova para algumas empresas, outras estão despertas para esta problemática e já assumiram muitas das vantagens associadas. O'Donovan (2002) refere que os gestores identificaram uma lista de benefícios para a organização em relatar informação ambiental para os diferentes grupos de *stakeholders*. Os benefícios incluíam: alinhamento de valores da gestão com os valores sociais; antecipar ataques dos grupos de pressão; melhorar a reputação da organização; providenciar oportunidades de debates sérios; demonstrar fortes princípios de gestão e responsabilidade social, entre outras.

O tema da divulgação ambiental aparece frequentemente associado á responsabilidade social. Pereda (2002) indica as alterações que têm ocorrido na nossa sociedade e a têm transformado radicalmente nas vertentes económicas e jurídicas. Uma destas alterações com

maior importância é precisamente a responsabilidade social. A responsabilidade social das empresas tem a sua origem na unidade económica, que actua na sociedade, num contexto que tem que suportar as consequências da sua actividade e do exercício de poder que a própria sociedade lhe confere. Isto significa que: a actuação da unidade económica se mede em função da sua concordância de valores e orientações da colectividade em geral.

Exige-se que a empresa possua uma boa dose de congruência e cooperação com o meio que a envolve. Considera-se a unidade económica como um subsistema do sistema social, que opera na procura e defesa da relação social e da sua inserção numa comunidade cujas aspirações não podem permanecer longe da sociedade. Esta ideologia vai de encontro à teoria da legitimidade apresentada no ponto 5.

Exigir responsabilidade social a uma unidade económica implica reconhecer que para a definição de empresa concorrem, entre outros os seguintes aspectos: a empresa não é só administradora do capital dos seus *shareholders* mas também dos factores de produção que confia à comunidade; a empresa é uma coligação de interesses do mais amplo tipo, que devem ser satisfeitos por igual.

São as transformações operadas no nosso sistema socio-económico, como a mentalidade e a atitude, que têm contribuído para implementar o conceito de responsabilidade social. Mas podemos apontar outros como a sensibilização para um nível de qualidade de vida mais elevado, o poder económico das empresas, as exigências sociais de transparência e controlo, a separação entre o capital e o poder nas empresas e a importância crescente do factor trabalho, que têm contribuído para a sensibilização do social.

3 O DESENVOLVIMENTO DA INVESTIGAÇÃO EM CONTABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL

Vários são os autores que têm publicado sobre a temática da contabilidade social e ambiental, como Rob Gray, Jan Bebbington, Carlos Larrinaga, Craig Deegan, M. Mathews, James Guthrie, entre muitos outros, que se têm destacado pelas suas publicações nos diversos *top journals* internacionais de contabilidade. Deegan (2002, p. 286) refere:

Although, as Gray (2002) warns, social accounting was a “hot-topic” in the 1970s and early 1980s with various organisations and governments embracing this issue, yet seemed to almost vanish from the radar for over a decade. As was the case back then, social and environmental reporting is predominantly a voluntary practice – so conceivably, in the absence of regulation, it could vanish again – but with the mass of effort dedicated to the area this time, this would appear unlikely.

Deegan (2002, p. 285) descreve os contornos da área de investigação da contabilidade social e ambiental e identifica algumas áreas que têm atraído muitos investigadores. Afirma que estudantes de programas doutorais são encaminhados para temas mais clássicos perdendo-se muitas vezes grandes talentos para esta área. No entanto, refere que a partir da década de 90, as áreas de investigação começaram a mudar e o ambiente ter-se tornado o maior foco de investigação para quem abraça estas áreas, arrastando o aspecto social.

Gray (1996, p. 11) esclarece algumas questões sobre a contabilidade social:

Traditional accounting is one particular form of the broader, richer social accounting or social accounting is what you get when the artificial restrictions of conventional accounting are removed. However, while we might wish to encompass all possible accountings this will be somewhat impracticable.

Gray (1996, p. 11) aponta os motivos que justificam o aparecimento de uma nova contabilidade:

The increasing concern with stakeholders, growing anxiety about business ethics and corporate social responsibilities and the increasing importance of ethical investment have all raised the need for new accounting and accounting methods through which organisations and their participants can address such matters.

Uma resposta à crescente investigação nesta área, aparece com a criação de centros de investigação em Contabilidade Social e ambiental, como o *Centre for Social and Environmental Accounting Research* (CSEAR). O CSEAR fundado em 1991 por Rob Gray, tem a sua sede actual na Universidade de *St Andrews*, Reino Unido (Escócia). A webpage do CSEAR (<http://www.st-andrews.ac.uk/~csearweb>) permite ter acesso a um vasto conjunto de bibliografias, a informação sobre conferências, ao *Social and Environmental Accountability Journal*, entre outras informações relevantes para quem investiga este tópico.

Apresentamos um resumo na Tabela 1 dos artigos revistos pelo CSEAR entre 1992-2004. A sua análise confirma a crescente publicação de artigos científicos nesta área de investigação.

Tabela 1 – Revisão de artigos 1992-2004 efectuada pelo CSEAR na área de SEAR

Journal	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Total
AAAJ		1	4	2	2	9	1	1	6	4	4	3		37
ACC Forum		1		9		1	2	9	6	3	2		8	41
CPA		2		1	6		5	1	2	6	2	2	1	28
Other					3	6		2	4		2			17
Accounting Advances				2				2	1	11				16
BAR	4	1	2		2	1	1	2		2	1		2	18
EU	1	5	1						6		2	1	2	18
Accounting US		1		3	1	2		3	2	1				13
Accounting AOS	2	3		1		1	2	1			1		2	13
UK	1		2		2	1	1			3	1			11
Accounting ABR			1		1		1	1						4
JAPP						1				1		2		4
ACC Total	8	14	10	18	17	22	13	22	27	31	15	8	15	220
JBE	1	2	3	8	4	5	2		1		1	1		28
BSE	1		1	3	1	2	1	2	2	3	6			22
UK	1					6		2	2	1	3			15
Management Other								3	3				1	7
Management US							1	1	2	1	1			6
Management JMS						1					1	2		4
EU			1					1				2		4
Management												2		4
Man Total	3	2	5	11	5	14	4	9	10	5	12	5	1	86
TOTAL	11	16	15	29	22	36	17	31	37	36	27	13	16	306

Fonte: Gray (2005).

Existem congressos internacionais dedicados exclusivamente à temática da Investigação em Contabilidade Social e Ambiental como o International Congress on Social and Environmental Accounting Research e outros promovidos e apoiados pelo CSEAR. Este centro criou uma rede de conferências através dos seus *internacional associates* de diferentes

países. São realizadas conferências com o apoio do CESAR em países como UK, Espanha, Portugal, Canadá, Austrália, Nova Zelândia e Itália. Em 2009 será realizada a primeira conferência CSEAR na América Latina, Rio de Janeiro, Brasil. Em 2010 já está agendada a primeira conferência CSEAR nos EUA.

O número de universidades com disciplinas práticas e teóricas sobre este tema tem aumentado, assim como a publicação de livros exclusivamente sobre estes temas ou a introdução de capítulos em livro de contabilidade financeira como refere Deegan (2002, p. 285): *“In the mid 1990s financial accounting theory texts also, for the first time, dedicated chapters to social and environmental accounting with one of the early examples being Mathews and Perera, (1996)”*. Em Portugal existem apenas dois livros publicados nesta área: Eugénio (2004) e Ferreira (2000).

3.1 Questões Alvo de Investigação

Apesar do relato ambiental se encontrar ainda numa fase de infância, comparativamente com o relato financeiro, Deegan (2002) enumera um conjunto de questões pertinentes que têm vindo a ser alvo de investigação. Para todas as questões, Deegan (2002) apresenta sugestões de leitura que tentam responder ou que analisam cada uma das questões, pelo que para um conhecimento mais aprofundado de cada uma delas, sugerimos a leitura integral deste artigo.

Identificamos algumas das questões que estão relacionadas com a justificação e interpretação da divulgação, por parte dos gestores ou das organizações.

- a) Que tipo de informação é relatada pelas empresas? Que teorias explicam a divulgação de informação social e ambiental?
- b) Podem as práticas de divulgação ambiental e social estar relacionadas com atributos de performance tais como performance económica? Ou com factores como tipo de indústria, país de origem (cultura), dimensão?
- c) Como é que os *stakeholders* reagem à divulgação social e ambiental?
- d) Qual a atitude dos contabilistas perante a contabilidade social e ambiental?
- e) Quais as regras fiscais relacionadas com a protecção ambiental?
- f) Como é que esta área é abraçada nos planos curriculares das universidades?
- g) Quais os impedimentos para incluir as questões sociais e ambientais nos programas de contabilidade nas universidades e pelos organismos profissionais?
- h) Como é que as organizações devem contabilizar a sua performance social e ambiental?
- i) Como é que os sistemas de contabilidade de gestão podem ser úteis às questões sociais e ambientais?
- j) O que é que motiva os gestores a divulgarem informação sobre matérias sociais e ambientais?
- k) Quais as regras para auditar informação social e ambiental?
- l) É corrente ou suposto que as práticas de relato social e ambiental beneficiem a comunidade, ou simplesmente actuem para legitimar as estruturas sociais com benefícios para alguns grupos e penalizações para outros?

Estas questões podem ser descritivas (*describing what is*), normativas (*describing what should be*) ou positivas (*explaining what is*). Muitas destas questões levaram ao aparecimento de diversas teorias que procuram explicar quais as razões que justificam a divulgação de natureza social e ambiental por parte das empresas e porque divulgam determinadas informações em detrimento de outras.

3.2 Contabilidade Social e Ambiental e os Organismos Profissionais

Muitos organismos profissionais manifestaram desde cedo o seu interesse na contabilidade social, nomeadamente na área do reporte externo, como é exemplo a publicação do *The Corporate Report*, publicado em 1975 pelo *Accounting Standards Steering Committee of the Institute of Chartered Accountants* do Reino Unido.

Várias organizações internacionais têm publicado documentos importantes como o: *Global Reporting Initiative* que publicou as normas GRI, para a elaboração de relatórios de sustentabilidade); *The Institute for Social and Ethical Accountability*; *World Business Council for Sustainable Development*; *Council on Economic Priorities*, entre muitos outros.

Em Portugal podemos citar a Ordem dos Revisores Oficiais de Contas (OROC), a Comissão de Normalização Contabilística (CNC) e a Câmara dos Técnicos Oficiais de Contas (CTOC). A OROC tem contribuído para o incentivo à divulgação da informação ambiental através da promoção e patrocínio do Prémio Europeu para o Melhor Relatório Ambiental, que existe desde 1997. Portugal participa desde 1999. Este prémio reveste-se de grande significado. Numa primeira fase é apurado um vencedor nacional e numa segunda fase esse vencedor representará Portugal a nível europeu (Muralha, 2002).

Na Tabela 2 apresentamos as empresas vencedoras a nível nacional, desde que o prémio existe em Portugal.

Tabela 2 - Prémio para o melhor relatório ambiental (Histórico) - OROC

Empresas vencedoras	Ano da atribuição do prémio	Nº de empresas que concorreram
Melhor relatório ambiental: CELBI – Celulose da Beira Industrial Melhor relatório de sustentabilidade: EDP – Electricidade de Portugal	2005	?
EDP – Electricidade de Portugal	2004	?
EDP – Electricidade de Portugal	2003	6
CELBI - Celulose Beira Industrial	2002	2
CELBI - Celulose Beira Industrial	2001	8
Opel de Portugal	2000	4

Fonte: adaptado de Eugénio (2004).

Em 2005 o prémio em Portugal assumiu duas categorias: melhor relatório ambiental tendo como vencedor a empresa CELBI e melhor relatório de sustentabilidade tendo como vencedor a empresa EDP. Numa fase posterior são apurados os vencedores a nível europeu para várias categorias. A título de exemplo apresentamos os vencedores no ano de 2003:

- Melhor Relatório de Sustentabilidade: *The Cooperative Bank plc*, do Reino Unido;
- Melhor Relatório Ambiental: SCA, da Suécia;
- Melhor Primeiro Relatório: Canary Wharf Group plc, do Reino Unido;
- Melhor Relatório de PME: Neumarkter Lammsbrau, da Alemanha.

A comissão de Normalização Contabilística publicou, em 2002, a Directriz Contabilística nº 29 – Matérias Ambientais, que significou um passo importante em termos de normalização nacional. A Directriz Contabilística nº 29 (DC nº 29) foi publicada na sequência da Recomendação da Comissão Europeia de 30 de maio de 2001 (2001/453/CE – Jornal Oficial das Comunidades Europeias L 156 de 13 de junho, p.33-42), respeitante ao

reconhecimento, à valorimetria e à prestação de informações sobre questões ambientais nas contas e no relatório de gestão das sociedades. Muitos outros países europeus adoptaram, também, esta recomendação nos seus normativos nacionais.

Em Portugal prevê-se a entrada em vigor do novo Sistema de Normalização Contabilístico para 2010. Este modelo inclui a Norma Contabilística de Relato Financeiro 26 (NCRF 26) – Matérias Ambientais com uma adaptação muito próxima da DC nº 29. A Câmara dos Técnicos Oficiais de Contas, tem publicado na sua revista TOC vários artigos sobre esta temática com o objectivo de alertar os contabilistas para a introdução de informação ambiental no relatório e contas das empresas.

4 MOTIVAÇÃO DOS GESTORES PARA O RELATO AMBIENTAL

Apesar de alguns países emitirem normas de carácter voluntário e outras de aplicação obrigatória, a maioria das práticas de relato ambiental continuam a ser voluntárias (DEEGAN, 2002, p. 290). Procurar as razões que levam a relatar informação ambiental de forma voluntária é apenas uma das áreas de investigação da contabilidade social e ambiental.

Para uma melhor compreensão das atitudes que podem ocorrer no seio de uma organização relativas às práticas ambientais pelos profissionais de contabilidade sugerimos a leitura do artigo: *Accountants' Attitudes and Environmentally-sensitive Accounting*, de Bebbington *et al.* (1994). Este estudo pretende analisar e compreender a atitude dos contabilistas face às matérias ambientais, ajudando a justificar o acréscimo, ou não, de informação social e ambiental nos relatos externos. A síntese das principais conclusões apresentam-se no Quadro 2.

<p>Groups of Attitudes</p> <p>1. Attitudes relating to regulatory aspects</p> <ul style="list-style-type: none"> - Professional accountancy bodies should require disclosure - Government should require disclosure - Disclosure is a matter for legislation - Role of EC legislation will increase - Role of UK government legislation will increase <p>2. Attitudes regarding public watchdog rule</p> <ul style="list-style-type: none"> - Public have fundamental right to information - Accountants should contribute to environmental sensitivity - Shareholders need environmental information - Business healthier if public informed of environmental affairs - Environmental issues have nothing to do with accountants <p>3. Excuses</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accountants limit role to financial data preparation - Have not given subject much thought - Companies cannot afford cost of disclosure - Nothing to do with accountants - Too much change is accounting already - Job too demanding as it is <p>4. Positive attitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Duty to innovate and develop new information systems - Should contribute to companies' environmental response - Involved in environmental information for management - Disclosure will become general practice - Accountant role is primary initiator.

Quadro 2 - Atitude dos contabilistas face às matérias ambientais

Fonte: Bebbington *et al.* (1994)

Completando o estudo de Bebbington (1994), podemos analisar um conjunto de motivos, que levam as empresas a divulgar informação ambiental, de acordo com a diversa literatura internacional publicada na área e identificados por Deegan (2002):

- a) cumprir os requisitos legais;
- b) considerações de racionalidade económica: *do the right thing*;
- c) convicção de que existem informações e responsabilidades a divulgar (os leitores têm o direito inalienável de informação, o qual deve ser satisfeito);
- d) intenção de responder às expectativas da comunidade (condescendência com a autorização da comunidade para desenvolver a sua actividade);
- e) resposta a ameaças à legitimidade da organização (por exemplo reacção a referências negativas por parte dos *media*);
- f) gerir grupos (poderosos) de *stakeholders*;
- g) atrair fundos de investimento. A nível internacional o *ethical investment funds* tem assumido um papel importante no mercado de capitais, como é o caso do *Dow Jones Sustainability Group Index*;
- h) cumprimento de exigências de natureza industrial ou de códigos de conduta específicos;
- i) tentativa de evitar iniciativas que possam introduzir regulamentos de divulgação ainda mais onerosos;
- j) objectivo de ganhar prémios específicos de relato de natureza social, ambiental ou de sustentabilidade.

Os factores acima referenciados podem surgir de forma simultânea nas organizações, estando alguns interrelacionados. Um factor considerado por muitos académicos, como principal motivação por detrás das divulgações de natureza social e ambiental por parte das empresas, é o desejo de legitimar a actividade das respectivas organizações (CORMIER e GORDON, 2001; WILMSHURST e FROST, 2000; O'DONOVAN, 2002).

5 TEORIA DA LEGITIMIDADE

Vários estudos (WILMSHURST e FROST, 2000; O'DONOVAN, 2002; CORMIER e GORDON, 2001; GRAY *et al.*, 1995) referem como principal motivação para a divulgação ambiental pelas empresas a preocupação em legitimar as suas actividades. Esta visão é enquadrada na teoria da legitimidade. A teoria da legitimidade, tal como a teoria da política económica e a teoria dos *stakeholders*, é considerada como uma teoria orientada para os sistemas. Nesta perspectiva a política de divulgação adoptada é considerada uma importante ferramenta pela qual os gestores podem influenciar a percepção do exterior sobre a sua empresa (PENEDO *et al.*, 2004).

A Teoria da Legitimidade tem ganho terreno, como refere Deegan (2002, p. 288): “Where efforts have been made to explain social and environmental disclosure practices, recent research has tended to rely upon legitimacy theory, and to a lesser extent, stakeholder theory”. Segundo Gray (1996, p. 45), a teoria da legitimidade pode explicar um pouco mais da divulgação social e ambiental que a teoria dos stakeholders.

Deegan (2002, p. 292) refere que: “Corporate disclosure policies are considered to represent one important means by which management can influence external perceptions about their organisation”. A teoria da legitimidade foi construída sobre as bases da teoria da

política económica. Entende-se que as organizações são parte do sistema social. As organizações existem porque a sociedade as considera legítimas ou seja a sociedade confere-lhes um estado de legitimidade. A ideia de legitimidade está directamente relacionada com o conceito de contrato social.

Apesar de a teoria da legitimidade ser considerada a mais representativa em termos académicos, Deegan (2002) considera que os seus excelentes ensinamentos decorrem da teoria da política económica, a qual reconhece, de forma explícita, os conflitos de poder que existem na sociedade e os vários conflitos que ocorrem entre vários grupos na sociedade. A perspectiva seguida por estas duas teorias é a de que a política, a sociedade e a economia são inseparáveis e que as demonstrações económicas não podem ser analisadas de forma significativa sem considerar a estrutura social, política e institucional, no âmbito da qual a actividade económica se desenvolve.

Nesta perspectiva, a teoria da legitimidade explica que as empresas, por si só, não são consideradas como tendo um direito inerente aos recursos, ou mesmo a existir. Elas existem até ao limite em que a sociedade, em particular, considera que elas são legítimas e, se for necessário, a sociedade confere à organização o estado de legitimidade (PENEDO *et al.*, 2004). Consequentemente, a sobrevivência de uma organização pode estar ameaçada, se a sociedade se apercebe que ela infringiu o seu contrato social.

Alguns estudos abordam casos concretos desta situação como Branco *et al.* (2008) e Jantedej e Kent (1999). A legitimidade é um recurso de que as empresas dependem para a sua sobrevivência. Nesta perspectiva, a teoria da legitimidade sugere que, sempre que os gestores considerem que o fornecimento de um recurso é vital para a sobrevivência da organização, eles implementam estratégias para assegurar o contínuo fornecimento desse recurso.

A divulgação de informação social e ambiental pode ser vista como uma técnica de legitimar a actividade da empresa, com o objectivo de dar a conhecer o que a empresa realiza em matéria de protecção ambiental e apoio à sociedade. Desta forma pode a sua actividade tornar-se mais legítima. O relatório de contas anual e os relatórios ambientais têm sido o principal meio de comunicação das empresas para divulgação de informação ambiental, tendo merecido, da parte dos investigadores, particular atenção, enquanto fonte de informação.

A teoria da legitimidade, é entendida como a teoria que melhor proporciona os fundamentos para a compreensão de como, e porquê, podem os gestores utilizar o relato para o exterior na perspectiva de beneficiarem a organização, relativamente a elementos de natureza ambiental e social. No entanto reconhece-se que esta teoria precisa de ser refinada.

Alguns estudos, recorrendo a metodologias várias tentam aprofundar a influência da teoria da legitimidade na divulgação social e ambiental, como é o caso de Campbell (2000). Este estudo apresenta um comentário acerca das teorias explicativas do fenómeno da divulgação social voluntária e refere que tanto a teoria da legitimidade como a teoria da política económica são consistentes com a compreensão dos stakeholders no relacionamento da organização com a sociedade. Também outros estudos analisam a influência da teoria da legitimidade nas divulgações ambientais como por exemplo Ogden e Clarke (2005); Tilling (2004); Wilmshurst e Frost (2000); Branco e Rodrigues (2006); Guthrie e Parker (1989); Gray *et al.* (1995); Branco *et al.* (2008).

Dowling e Pfeffer (1975) defendem que as organizações existem dentro de um sistema social ordenado em que as organizações apreciam a legitimidade, sendo as suas actividades de acordo com os objectivos e metas da organização e aceites nesse sistema ordenado. Ainda no âmbito desta teoria, Lindblom (1994) identificou quatro tipos de acções que as empresas podem desencadear para obterem ou manterem a sua legitimidade: i) educar e informar o público relevante acerca das alterações recentes no seu desempenho e/ou actividades; ii) alterar as percepções do público relevante relativamente à empresa; iii) manipular as

percepções, desviando a atenção de determinado problema para outras questões relacionadas; iv) alterar as expectativas do exterior quanto ao seu desempenho.

6 OUTRAS TEORIAS: TEORIA DOS STAKEHOLDER E TEORIA DA POLITICA ECONÓMICA

Recentemente, outras teorias têm sido aceites em *Corporate Social Responsibility* (CSR). Essas teorias permitem analisar o conjunto de informação e divulgação entre organizações, o Estado, individualidades e grupos. Segundo Gray *et al.* (1996, p. 45),

in the accounting literature, the most widely employed of these theories are: Stakeholder Theory (see, for example, Roberts, 1992; Ullmann, 1985); Legitimacy Theory (see, for example, Guthrie and Parker, 1989^a; Lindblom, 1994; Patten, 1992) and Political Economy Theory (see, for example, Cooper and Sherer, 1984, Guthrie and Parker, 1990).

Para maior detalhe sobre as teorias no contexto de CSR, Gray *et al.* (1996, p. 53) sugerem a consulta de Adams *et al.* (1995), Gray *et al.* (1995), Guthrie and Parker (1989, 1990). Na Figura 1 apresenta-se a relação entre as diferentes teorias utilizadas em CSR.

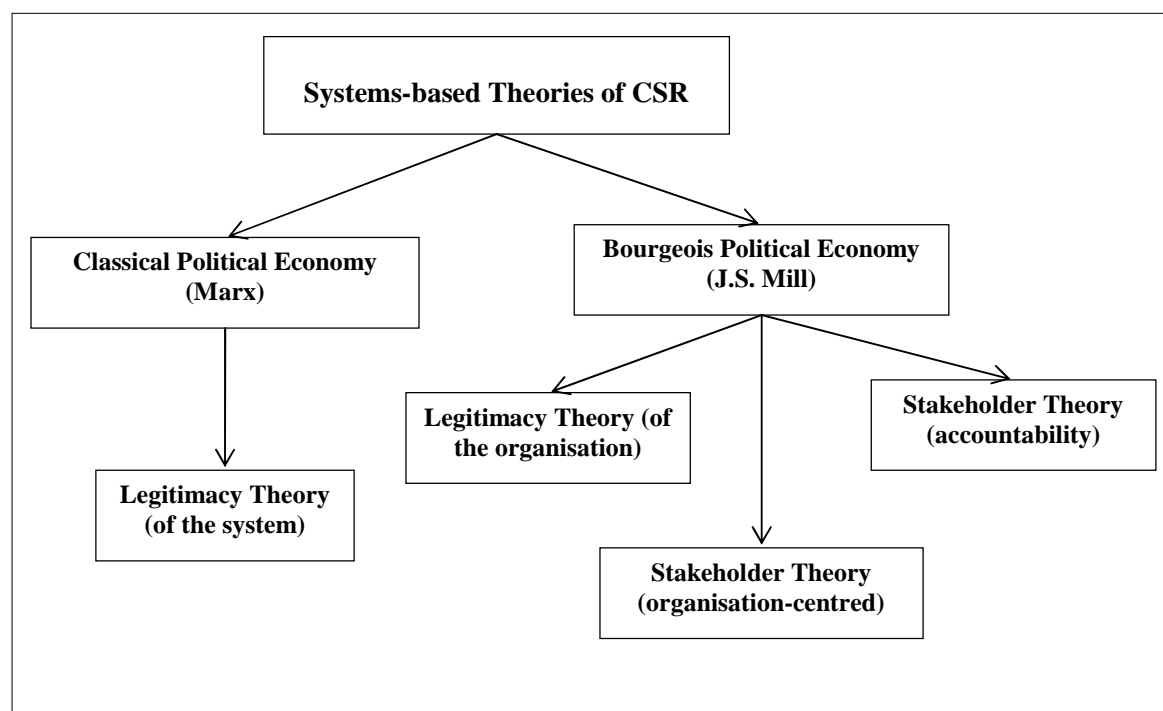


Figura 1 – Relação entre teorias de CSR

Fonte: Gray *et al.* (1996, p. 49).

A teoria dos stakeholders explicita, que os gestores são incentivados a divulgar informação sobre os seus programas ou iniciativas específicas a grupos particulares de stakeholders com poder de influência, visando dar uma indicação de que estão a agir de acordo com as expectativas desses mesmos stakeholders. O estudo de Deegan (2002) identifica dois ramos distintos dentro desta teoria: o ramo ético (ou normativo), o qual atende à forma como as organizações devem tratar os respectivos stakeholders; e o ramo directivo (ou positivo), o qual dá ênfase à necessidade de se gerirem alguns grupos de stakeholders em particular (PENEDO *et al.*, 2004).

As empresas podem direccionar a atenção para os seus aspectos positivos (por exemplo prémios ganhos relativamente a iniciativas ambientais ou sociais) e, ao mesmo tempo, podem estar a negligenciar informação referente a implicações negativas das suas actividades (como por exemplo a poluição). Alguns estudos baseiam os seus resultados nesta teoria como Smith *et al.* (2005), Moneva e Llena (2000) e Gray *et al.* (1995).

Quanto à teoria da política económica, Gray *et al.* (1996, p. 47) referem:

in essence, the political economy is the social, political and economic framework within which human life takes place. By adopting a political economy theoretic perspective on CSR, one is lowering the level of resolution to widen the focus of analysis. In doing so one is explicitly attempting to introduce wider, systemic factors into the interpretation and explanation of the CSR phenomenon.

Defende que a política, o social, o económico são inseparáveis e que na divulgação de informação não se pode esquecer nenhum destes aspectos.

Pode afirmar-se que as várias teorias referidas se inter-relacionam, podendo mesmo as motivações dos gestores serem explicadas por mais do que uma teoria. No entanto a teoria da legitimidade continua a ser a que obtém mais adeptos nesta área científica.

7 CONCLUSÃO

Depois de algumas décadas de investigação em SEAR (Social and Environmental Accounting Research), os trabalhos publicados nesta área aumentaram substancialmente nos últimos anos, em grande parte devido ao facto de o ambiente se ter tornado um dos principais focos de atenção dos investigadores em escolas e meios académicos. Para aprofundar a evolução científica em SEAR sugerimos a leitura de Eugénio *et al.* (2007). Também os políticos, associações industriais e profissionais passaram a dedicar especial atenção a este tema, principalmente no que se refere ao relato externo.

A maioria da literatura que foca a questão da contabilidade social e ambiental sugere que a contabilidade pode contribuir para o discurso ambiental através de um quadro conceptual crítico empenhado na investigação da veracidade e autenticidade da informação relatada. No entanto, esta área está ainda na infância quando comparada, por exemplo, com a longa história do relato financeiro. Significa que há ainda muitas questões a discutir como: os objectivos do relato; as características qualitativas que a informação deve possuir; os destinatários do relato; os melhores formatos de apresentação, entre outras.

Deegan publicou em 2002 um artigo, procurando analisar as motivações dos gestores na divulgação de informação sobre aspectos relacionados com o seu desempenho de natureza social ou ambiental, bem como o seu papel na legitimidade das organizações. Além destes aspectos, Deegan identificou as principais questões de investigação que se têm sido objecto de estudo e as teorias que têm vindo a ser equacionadas no âmbito deste tema. Este artigo foi um contributo importante para o desenvolvimento desta temática, entre outros referidos neste estudo.

É importante destacar que a teoria da legitimidade está intimamente relacionada com o aumento da divulgação de informação ambiental, principalmente a partir dos anos 80, e constitui um importante factor explicativo de tal prática por parte das empresas. O relatório anual tem sido o principal meio de comunicação das empresas para divulgação de informação ambiental, tendo merecido, da parte dos investigadores, particular atenção, enquanto fonte de informação, para a análise das motivações dos gestores, para a prestação de tais informações.

Existe consenso em vários estudos que o relato de natureza social e ambiental por parte das empresas tem como principal motivo o desejo, por parte da gestão, de legitimar vários aspectos das organizações, abrangendo também as operações do negócio.

A teoria da legitimidade é aquela que melhor proporciona os fundamentos para a compreensão de como, e porquê, podem os gestores utilizar o relato para o exterior na perspectiva de beneficiarem a organização, relativamente a elementos de natureza ambiental, isto apesar de se reconhecer que esta teoria, assim como outras, precisa de ser refinada. Outras teorias são estudadas neste contexto, como a teoria dos stakeholders e a teoria da política económica. Estas teorias podem interrelacionarem-se com a teoria da legitimidade podendo as motivações dos gestores para a divulgação social e ambiental serem explicadas por mais do que uma teoria.

Como pistas de investigação futura sugerimos a análise e apresentação dos resultados dos estudos citados e de outros sobre a teoria da legitimidade aprofundando com dados empíricos a sua influência na divulgação de informação ambiental, tal como o estudo de Campbell (2000).

REFERÊNCIAS

BARTOLOMEO, M.; BENNETT, M.; BOUMA, J.; HEYDKAMP, P.; JSAMES, P. e WOLTERS, T. Environmental management accounting in Europe: current practice and future potential. **The European Accounting Review**, v. 9, n. 1, p. 31-52, 2000. doi:10.1080/096381800407932

BEBBINGTON, J., GRAY, R., THOMSON, I.; WALTERS, D. Accountants' attitudes and environmentally-sensitive accounting. **Accounting and Business Research**. v. 24, n. 94, p. 109-120, 1994.

BEETS, S.; SOUTHER, C. Corporate environmental reports: the need for standards and an environmental assurance service. **Accounting Horizons**, American Accounting Association, v. 13, n. 2, p. 129-145, 1999. doi:10.2308/acch.1999.13.2.129

BRANCO, M. C.; RODRIGUES, L. L. Communication of corporate social responsibility by portuguese banks: a legitimacy theory perspective. **Corporate Communications: an International Journal**, v. 11, n. 3, p. 232-248, 2006. doi:10.1108/13563280610680821

BRANCO, M.; EUGÉNIO, T.; RIBEIRO, J. Environmental disclosure in response to public perception of environmental threats: the case of co-incineration in Portugal. **Journal of Communication Management**. v. 12, n. 2, p. 136-151, 2008. doi:10.1108/13632540810881956

CAMPBELL, D. Legitimacy theory or managerial reality construction? Corporate social disclosure in marks and spencer Plc corporate reports, 1969-1997. **Accounting Forum**. v. 24, n. 3, p. 80-100, 2000. doi:10.1111/1467-6303.00030

CASEIRÃO, M. O ambiente e as contas das empresas. In: SEMANÁRIO ECONÓMICO. **Anais ...** Portugal, 22 de maio, 1998.

CASEIRÃO, M. As contas ambientais. In: SEMANÁRIO ECONÓMICO. **Anais ...** Portugal, 1999.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS. **Recomendação da Comissão respeitante ao reconhecimento, à valorimetria e à prestação de informações sobre questões ambientais nas contas anuais e no relatório de gestão das sociedades**, C 2001/1495, 2001/453/CE, 2001.

COMISSÃO DE NORMALIZAÇÃO CONTABILÍSTICA. **Directriz Contabilística nº 29 - Matérias Ambientais**. 2002.

CORMIER, D.; GORDON, I. **Accounting, Auditing and Accountability Journal**. v. 14, n. 5, p. 587-616, 2001. doi:10.1108/EUM0000000006264

DEEGAN, C. Introduction: the legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. **Accounting, Auditing and Accountability Journal**. v. 15, n. 3, p. 282-311, 2002. doi:10.1108/09513570210435852

DOWLING, J.; PFEFFER, J. Organisational legitimacy: social values and organisational behaviour. **Pacific Sociological Review**. v. 18, n. 1, p. 122-136, 1975.

EUGÉNIO, T. **Contabilidade e gestão ambiental**. Lisboa: Áreas Editora, 2004.

EUGÉNIO, T; LOURENÇO, I.; MORAIS, A. Contabilidade social e ambiental: Que conclusões sobre a investigação actual? In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE CUSTOS, 10., 2007, Lyon. **Anais ... França**, 2007.

FERREIRA, C. **Da contabilidade e do meio ambiente**. Lisboa: Vislis Editores, 2000.

GRAY, R. Taking a long view on what we now know about social and environmental accountability and reporting. In: CONFERÊNCIA LUSO-ESPANHOLA DE GESTÃO E CONTABILIDADE AMBIENTAL, 1., Leiria, 2005. **Anais ... Portugal**, 2005.

GRAY, R., KOUHY, R.; LAVERS, S. Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosures. **Accounting, Auditing and Accountability Journal**. v. 8, n. 2, p. 47-77, 1995. doi:10.1108/09513579510146996

GRAY, R., OWEN, D.; ADAMS, C. **Accounting and Accountability: changes and challenges in corporate social and environmental reporting**. London: Pretence Hall, 1996.

GUTHRIE, J. E.; PARKER, L. D. Corporate social reporting: a rebuttal of legitimacy theory. **Accounting and Business Research**. v. 9, n. 76, p. 343-52, 1989.

KREUZE, J.; NEWELL, G.; NEWELL, S. Environmental disclosures: What companies are reporting. **Management Accounting**. July, p. 37-43, 1996.

LARRINAGA, C.; CARRASCO, F.; CORREA, C; LLENA, F.; MONEVA, J. Accountability and accounting regulation: the case of the Spanish environmental disclosure standard. **The European Accounting Review**, v. 11, n. 4, p. 723-740, 2002. doi:10.1080/0963818022000001000

LINDBLOM, C. **The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure**. Presented at Critical Perspectives on Accounting Conference, New York, NY, 1994.

MONEVA, J.; LLENA, F. Environmental disclosures in the annual reports of large companies in Spain. **The European Accounting Review**. v. 9, n. 1, p. 7-29, 2000. doi:10.1080/096381800407923

O'DONOVAN, G. Environmental disclosures in the annual report: extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. **Accounting, Auditing and Accountability Journal**. v. 15, n. 3, p. 344-371, 2002. doi:10.1108/09513570210435870

OGDEN, S.; CLARKE, J. Costumer disclosures, impression management and the construction of legitimacy: corporate reports in the UK privatised water industry.

Accounting, Auditing and Accountability Journal. v. 18, n. 3, p. 313-345, 2005.
doi:10.1108/09513570510600729

PENEDO, J.; PIMENTEL, L.; MAGRO, N.; TABUCHO, P. Contabilidade ambiental: divulgação de informação. In: CONGRESSO DE CONTABILIDADE, 10., Estoril, 2004. **Anais ...** Portugal, 2004.

PEREDA, J. T. Normas internacionales de contabilidad y auditoria sobre la incidencia del medio ambiente en la información financiera. **Revista de Contabilidade e Comércio.** v. 58, n. 231, p. 547-589, abr., 2002.

SILVA, F. A informação financeira e o meio ambiente. In: SEMANÁRIO ECONÓMICO. **Anais ...** Portugal, 1997.

SMITH, J.; ADHIKARI, A.; TONDKAR, R. Exploring differences in social disclosures internationally: a stakeholder perspective. **Journal of Accounting and Public Policy.** v. 24, n. 2, p. 123-151, 2005. doi:10.1016/j.jaccpubpol.2004.12.007

SUBTIL, B; EUGÉNIO, T.; ANTUNES, W. A contabilidade ambiental e o controlo de gestão. **ISCTE.** Portugal, 2006.

TILLING, M. Some thoughts on legitimacy theory in social and environmental accounting. **Social and Environmental Accounting Journal.** v. 24, n. 2, p. 3-7, 2004.

WILMSHURST, T.; FROST, G. Corporate environmental reporting: a test of legitimacy theory. **Accounting, Auditing and Accountability Journal.** v. 13, n. 1, 2000.
doi:10.1108/09513570010316126