



Editor Responsável: Rodrigo de Souza Gonçalves
Andrea de Oliveira Gonçalves
Editor Associado: Paulo Vitor Souza de Souza
Processo de Avaliação: Double Blind Review pelo SEER/OJS

Gerenciamento de Impressão nos Relatórios dos Clubes Brasileiros de Futebol

RESUMO

Objetivo: O objetivo desta pesquisa foi investigar possíveis práticas de gerenciamento de impressão nos relatórios financeiros divulgados pelos clubes brasileiros de futebol.

Método: Analisou-se o gerenciamento de impressão a partir da omissão e ofuscação de informações (legibilidade do texto) e do sentimento textual dos relatórios contábeis divulgados pelos 30 principais clubes durante o período de 2018 a 2021.

Originalidade/Relevância: Este estudo contribui para os stakeholders dos clubes brasileiros de futebol, informando sobre a transparência na divulgação das informações econômico-financeiras e sobre a existência de possíveis manipulações do seu comportamento, exploradas pelos gestores dos clubes de futebol, a partir da utilização do gerenciamento de impressão nos relatórios.

Resultados: Os resultados evidenciaram, em relação ao gerenciamento de impressão, que os textos dos relatórios divulgados pelos clubes apresentaram nível de dificuldade de leitura alto, o que indica possível ofuscação de informações. Já o sentimento textual, medido por meio do tom positivo e negativo, apresentou relativa dissonância com o resultado econômico-financeiro, em que um dos clubes apresentou tom positivo no texto, mas com um resultado contábil negativo.

Contribuições Teóricas/Metodológicas: O estudo aborda a narrativa presente nos relatórios contábeis dos clubes brasileiros de futebol, setor que gera empregos diretos e indiretos, além de movimentar a indústria do entretenimento, em que são realizadas transações bilionárias, capazes de gerar cifras expressivas.

Palavras-chave: Gerenciamento de Impressão. Legibilidade. Clubes Brasileiros de Futebol. Sentimento Textual. Finanças

Vanessa de Meneses Silva

Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, Brasil
vanessademenesessilva@gmail.com

Fábio Minatto

Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, Brasil
fabio_minatto@hotmail.com

José Alonso Borba

Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, Brasil
jalonsoborba@hotmail.com

Recebido: Agosto 30, 2022
Revisado: Novembro 9, 2022
Aceito: Novembro 17, 2022
Publicado: Março 31, 2023



How to Cite (APA)

Silva, V. M., Minatto F., & Borba, J. A. (2022). Gerenciamento de Impressão nos Relatórios dos Clubes Brasileiros de Futebol. *Revista Contabilidade, Gestão e Governança*, 25 (3), 506-523.
<http://dx.doi.org/10.51341/cgg.v25i3.2976>

1 INTRODUÇÃO

A saúde financeira dos clubes de futebol reflete na sua própria capacidade de geração de receita e até mesmo na sua viabilidade futura e continuidade das atividades esportivas, conforme relata o Comitê Executivo da UEFA (União das Associações Europeias de Futebol) (2010). Isso destaca a importância de uma boa gestão financeira nessas entidades. Por outro lado, destaca-se que entidades do setor esportivo comumente apresentam dificuldades financeiras (Alaminos & Fernández, 2019; Scelles et al., 2018; Szymanski, 2015) e o ambiente é reconhecido por apresentar reduzida restrição orçamentária para as organizações (Andreff, 2007; Storm & Nielsen, 2012; Terrien et al., 2017). Deste modo, apesar do desempenho esportivo permanecer como elemento central para um clube de futebol, a relevância econômica das transações e suas peculiaridades emergem no setor esportivo como objeto de estudos (Ruta et al., 2019).

Nos últimos anos, no entanto, regulações como o *Fair Play* Financeiro, na Europa, e o PROFUT, no Brasil, visaram regular o setor e limitar as despesas. Ainda, contribuíram para instituir práticas de governança e transparência no que tange os relatórios financeiros. *Stakeholders* na indústria do futebol, tais como torcedores, credores, investidores e mídia esportiva (Anagnostopoulos, 2011; Buchholz & Lopatta, 2017) demonstram interesse em informações sobre o desempenho financeiro, que revelem responsabilidade financeira por parte dos clubes (Michie, 2000; Morrow, 2000).

Neste contexto, destaca-se a relevância da narrativa no reporte das informações econômico-financeiras. Em todo o mundo, a comunicação nas narrativas dos relatórios é considerada um fator indispensável para alcançar uma melhoria na qualidade dos informes corporativos e atingir objetivos específicos da entidade (Beattie et al., 2004). Acrescenta-se que, no contexto esportivo, a narrativa congrega a informação econômico-financeira, mas também o contexto esportivo (File, 2018).

Livre de restrições legais e normativas, os textos oferecem oportunidade de informar com detalhes que não são assimilados por meio dos números expressos nas demonstrações financeiras; informações que auxiliam os usuários a compreenderem melhor a natureza da empresa e seu potencial futuro (Morrow, 2006). Nesse sentido, as narrativas facilitam a interpretação das informações publicadas pelas empresas e contextualizam-nas, transmitindo, com isso, confiança e credibilidade da gestão (Clatworthy & Jones, 2006).

Por outro lado, do ponto de vista dos gestores, os textos dos demonstrativos podem representar uma oportunidade de eles apresentarem informações que favoreçam a sua imagem. A divulgação da narrativa nos relatórios anuais pode ser mais bem explorada em relação a outras formas de comunicação textual porque é direcionada aos *stakeholders* da organização e porque sua proximidade com as demonstrações financeiras lhe confere credibilidade por associação ou legitimidade, algo não concedido a outras formas de comunicação organizacional, como as notícias, por exemplo (Neu et al., 1998).

Os textos das narrativas contábeis são escritos para facilitar a interpretação das informações emitidas pelos clubes, para além dos dados numéricos obrigatórios. No entanto, dependendo da perspectiva adotada, devido a discricionariedade para sua elaboração, pode-se favorecer ou prejudicar a qualidade da informação fornecida no que diz respeito aos usuários, devido a possibilidade de existir uma manipulação do texto por meio do gerenciamento de impressão (GI) (Theiss & Beuren, 2022).

No contexto organizacional, o GI é entendido como o uso de táticas com o objetivo de melhorar a informação de modo a apresentá-la de maneira que influencie os leitores/usuários de acordo com a intenção do preparador (Godfrey et al., 2003). Geralmente o GI busca

legitimar as ações da companhia com base nas expectativas dos seus *stakeholders* (Arantes et al., 2019).

O entendimento da possibilidade de existir um comportamento oportunista a partir da utilização do gerenciamento de impressão, analisado em narrativas contábeis, pode ser interpretado pelo fato de que, com essa prática a empresa/gestor escolhe parcialmente a forma de apresentar a informação para promover a melhor situação/imagem da empresa, com o objetivo de se autopromover (favorecer) (Merkl-Davies & Brennan, 2007; Merkl-Davies & Brennan, 2014; Riley et al., 2014).

A partir da importância atribuída às finanças do clube, os gestores tendem a buscar legitimar as informações divulgadas nos relatórios financeiros. Diante disso, uma das possíveis formas que podem ser utilizadas nesse processo é o gerenciamento de impressão. Por meio dessas técnicas, os clubes podem mostrar ao usuário da informação a melhor imagem possível do clube. Nesse sentido, alguns trabalhos investigaram a possibilidade de existência do gerenciamento de impressão nos relatórios de algumas empresas. Morrow (2005) identificou indícios de seletividade na divulgação dos clubes de futebol e de gestão da imagem. Assim como Morrow (2006), que encontrou gerenciamento de impressão a partir da falta de neutralidade nos relatórios contábeis dos clubes de futebol italianos. Ainda, File (2018) também identificou gerenciamento de impressão, por meio de escolhas linguísticas estratégicas na comunicação de entrevistas na mídia por parte de um dos gestores do Manchester United.

Em vista disso, entende-se que é pertinente investigar possíveis tentativas de manipulação do comportamento dos *stakeholders* a partir do gerenciamento de impressão nas narrativas dos relatórios financeiros divulgados pelos clubes brasileiros de futebol. Deste modo, tem-se como objetivo deste artigo: investigar possíveis práticas de gerenciamento de impressão nos relatórios financeiros divulgados pelos clubes brasileiros de futebol.

Para tanto, investigou-se o gerenciamento de impressão a partir de duas perspectivas de manipulação no relatório: ofuscação de informações e sentimento textual. A primeira perspectiva diz respeito ao nível de legibilidade dos relatórios e usa dois índices, um que indica o tempo necessário para a compreensão das informações contidas no texto (ILFK) e outro que informa o nível de facilidade de leitura do texto (IFLF). A segunda perspectiva, sentimento textual, observa o tom (positivo ou negativo) utilizado nos textos dos relatórios financeiros.

De maneira geral, os resultados evidenciaram que a maior parte dos 30 clubes analisados publicaram algum relatório indicando a posição econômico-financeira. No entanto, os demonstrativos divulgados foram classificados como de difícil leitura, que demandam muito tempo para serem lidos e compreendidos. Especificamente no ano de 2021 foi identificada uma baixa de divulgação de informações, podendo ser uma evidência de que existiu um possível gerenciamento de impressão por meio de ofuscação de informações, em que os clubes optaram por não divulgar informações negativas ou dificultar a compreensão delas. Ainda, nesse mesmo ano percebeu-se o maior tom negativo nos textos analisados.

O possível comportamento oportunista por parte dos clubes, evidenciado mais fortemente nos anos de 2020 e 2021, pode ser explicado em virtude dos efeitos negativos da Covid-19. Durante a pandemia, os clubes passaram por um longo período sem jogos abertos ao público, isso impactou negativamente em seus resultados. Neste sentido, Linsley e Lawrence (2007) afirmam que as empresas tendem a baixar os níveis de legibilidade dos seus relatórios quando desejam ofuscar informações desfavoráveis a elas.

A pesquisa contribui para os *stakeholders*, no sentido de deixá-los cientes da transparência dos clubes na divulgação das informações econômico-financeiras e de que existem formas de possíveis tentativas de manipulações do seu comportamento e que elas são

exploradas pelos gestores dos clubes de futebol. Ainda, busca-se também contribuir para a sociedade, considerando que o futebol ultrapassou a fronteira de esporte mais praticado no mundo e passou a ser uma indústria do entretenimento, em que são realizadas transações bilionárias, capazes de gerar cifras expressivas, tanto direta quanto indiretamente (Kern et al., 2012). Além disso, Nascimento et al. (2015) relatam que o futebol exerce papel social relevante, pois gera não apenas o entretenimento, mas também emprego e renda para as famílias.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O GI acontece quando o indivíduo busca criar e manter uma identidade específica de si (Zaidman & Drory, 2001), ou quando tenta mudar a percepção das pessoas sobre ele e constrói um comportamento ou uma imagem apropriada para uma situação particular (Ward & Ravlin, 2017). Geralmente isso é feito para demonstrar uma imagem mais agradável de si (Bozeman & Kacmar, 1997).

Neste sentido, o GI dentro do contexto empresarial é definido como o processo pelo qual os indivíduos, por meio de manipulações das informações, influenciam as percepções dos outros em relação a eles (Rosenfeld et al., 1995; Kacmar et al., 2004). De acordo com Dorry & Zaidman (2007), essas práticas acontecem mais fortemente quando os indivíduos interagem com outras pessoas que podem proporcionar algo a eles (investidores, credores e partes interessadas em geral).

Além disso, o gerenciamento de impressão é feito devido à influência de fatores pessoais e situacionais (Leary & Kowalski, 1990). Relacionado aos fatores situacionais, ele acontece quando uma pessoa tem alta dependência de outra parte por um recurso financeiro ou limitações do que deseja, sendo assim e deste modo, ela tende a se envolver em táticas de GI (Zaidman & Drory, 2001).

O comportamento de GI é realizado pelos membros da organização e é direcionado a todos que interagem com eles em suas atividades diárias de trabalho (Hewlin, 2009). Nesse sentido, ele pode ser realizado de diversas formas, considerando os diferentes meios de comunicação corporativa, que envolvem diferentes formas, gêneros e canais (Souza, 2021).

De acordo com Merkl-Davies e Brennan (2007), os gestores podem se envolver em dois tipos de GI, a dissimulação ou ocultação e a atribuição. A dissimulação pode ser feita de duas maneiras: pela ofuscação de informações que não favorecem a empresa e os gestores (ex.: dificultar a leitura dos relatórios quando o resultado foi abaixo do esperado, ocultar medidas de desempenho ruim, desviar a atenção de más notícias) ou por ênfase em informações que favoreçam a empresa e os gestores (ex.: carregar o relatório de palavras positivas para enfatizar o aumento nos lucros, facilitar a leitura de boas notícias).

A hipótese de ofuscação destaca que a informação não é apresentada de forma neutra. Deste modo, notícias negativas podem ser ocultadas ou escritas de uma forma que se torna mais difícil a sua compreensão (Brennan et al., 2009). No contexto organizacional, o desempenho econômico abaixo do esperado pode influenciar a forma como o relatório é escrito e apresentado (Cooper & Slack, 2015).

No contexto do esporte, o futebol deixou de ser uma manifestação cultural ou até mesmo uma simples associação de pessoas com um objetivo comum e hoje é pensado sob uma lógica empresarial. Deste modo, os *stakeholders* vão além dos torcedores e da mídia esportiva, pois existem também investidores, credores e o governo, interessados nas informações financeiras divulgadas pelos clubes (Anagnostopoulos, 2011; Buchholz & Lopatta, 2017).

Sob uma perspectiva econômica, as associações entre os clubes de futebol e os fãs (clientes) são importante fonte de geração de receitas e assim, os times não podem negligenciar as informações divulgadas publicamente, inclusive, podem ser usadas como um instrumento para a captação de apoiadores para o clube (Liang, 2017).

As pesquisas sobre análise de GI nas narrativas contábeis relataram que a quantidade ou extensão do texto não necessariamente representa qualidade na informação apresentada (Beattie et al., 2004; Beretta & Bozzolan, 2004, 2008). A qualidade do relatório pode ser definida em quanto ele é capaz de transmitir significado aos investidores e partes interessadas, na medida em que ajuda a explicar melhor o desempenho financeiro subjacente ou outros impactos não financeiros. Logo, quando um relatório contábil é construído a partir de práticas parciais visando a manipulação do comportamento do usuário da informação, o demonstrativo pode perder a neutralidade.

Deste modo, Silva et al. (2020) analisaram a legibilidade de relatórios contábeis, mais especificamente das notas explicativas, de acordo com o nível de evidenciação da OCPC 07. Os resultados da pesquisa apontaram que a legibilidade dos relatórios aumentou após o lançamento da OCPC 07. Ainda, que a legibilidade, além da similaridade dos relatórios e do tamanho das organizações, influencia o nível de divulgação destas.

Com relação a hipótese de ofuscação de resultados, destaca-se evidências de que o desempenho abaixo do esperado pode induzir organizações a tornar seus relatórios mais difíceis de compreender. Holtz e Santos (2020), por exemplo, destacam que o tamanho e o desempenho econômico de empresas de capital aberto brasileiras influenciaram as métricas de legibilidade. Isto é, empresas maiores e com desempenho ruim apresentaram relatórios de maior dificuldade de compreensão.

No contexto internacional, destaca-se os resultados de Leung et al. (2015), os quais indicam que empresas com risco elevado de falência tentem a ofuscar as informações para os seus stakeholders por meio da omissão de dados em seus relatórios anuais. Adicionalmente, destaca-se que os clubes de futebol brasileiros apresentam características similares, já que a literatura aponta que a maioria dos grandes clubes brasileiros apresenta situação de insolvência e resultados econômicos negativos (Minatto & Borba, 2021; Oliveira & Borba, 2021). Deste modo, clubes brasileiros de futebol podem ofuscar suas informações nos relatórios em função dos problemas em seu desempenho econômico-financeiro. Diante disso, propõe-se como primeira hipótese de pesquisa:

H₁: Existe Gerenciamento de Impressão por meio da legibilidade do texto nos relatórios financeiros divulgados pelos clubes de futebol brasileiro.

As organizações se utilizam de outros relatórios, que não as demonstrações contábeis, para informar seus resultados. Press releases são comunicados que visam informar de forma sintética os principais resultados da empresa. A partir da análise destes documentos na comparação com MD&As (*Management's Discussion and Analysis*), os resultados de Davis e Tama-Sweet (2012) indicam que as empresas apresentaram níveis mais baixos de linguagem pessimista e níveis mais elevados de linguagem otimista nos press releases, quando comparados com os textos dos MD&As.

Ademais, nos relatórios contábeis podem existir informações relevantes para predizer resultados das organizações. De acordo com os resultados de Hájek et al. (2013), o tom utilizado nos relatórios é um fator importante para a análise de previsão do desempenho futuro da empresa.

Interessados no desempenho esportivo, financeiro ou ambos, os stakeholders dos clubes de futebol, tais como torcedores, jogadores, empresas de mídia, patrocinadores e investidores (Anagnostopoulos, 2011; Senaux, 2008), são considerados quando da divulgação de relatórios contábeis (Morrow, 2013). Aborda-se, inclusive, a necessidade de apresentar não

apenas informações econômico-financeiras, mas sim informações relacionadas com o desempenho socioambiental, por exemplo. Deste modo, o clube apresentaria um cenário mais completo de seu desempenho (Morrow, 2013). Entretanto, em função de questões relacionadas ao gerenciamento de impressão, esse tipo de divulgação pode estar relacionado com tornar-se mais legítimo diante de seus stakeholders do que apenas informá-los (Slack & Shrives, 2008).

No Brasil, a exigência legal que os clubes devem cumprir consta na Lei nº 9.615/98, conhecida como Lei Pelé, impõe a publicação anual das Demonstrações Contábeis (DC) em conjunto com o Relatório de Auditoria, em que a demonstração contábil é entendida como o Balanço Patrimonial (BP); Demonstração do Resultado Exercício (DRE); Demonstração do Fluxo de Caixa (DFC); Demonstração do Resultado Abrangente (DRA); Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido (DMPL) e Notas Explicativas (NE).

Logo, a divulgação de relatórios de administração, mensagem do(a) presidente e comentários a respeito do desempenho econômico-financeiro e esportivo dos clubes enquadram-se na lógica de divulgação voluntária. A partir desta divulgação em caráter não obrigatório, entende-se que há uma maior liberdade para constituição de narrativas e explicações a respeito dos resultados econômico-financeiros e esportivos, subsidiados especificamente por informações contábeis.

Nesse sentido, Slack e Shrives (2008) analisaram a divulgação social em relatórios anuais de clubes ingleses de futebol que disputavam a primeira divisão. Os autores encontraram que os clubes incluíram mais elementos sociais em seus relatórios a partir do momento que tiveram sua legitimidade questionada na mídia. Deste modo, destaca-se a relevância do relatório anual para clubes de futebol se comunicarem com seus stakeholders.

O desempenho esportivo dos clubes pode estar atrelado a um desempenho financeiro ruim, considerando que maiores investimentos aumentam os custos (dívidas) e melhoraram o desempenho esportivo. Neste sentido, Benin et al. (2019) constataram que a escala do clube, representada pelo ativo e a receita, está positivamente associada ao desempenho esportivo dos clubes brasileiros de futebol. Os autores também afirmaram que esse comportamento é esperado, tendo em vista que grandes clubes disputam frequentemente as principais competições, possuem grande número de sócios e estádios com maior capacidade, nos quais obtêm maiores receitas, tanto de mídia, quanto de bilheteria e sócios.

Diante do exposto, percebe-se que as informações divulgadas pelos clubes podem ser importante ferramenta para as entidades esportivas alcançarem seus principais objetivos, tais como: promoção da autoimagem e dos produtos esportivos; disseminação das suas características e valores; e a captação de novos apoiadores (investidores, credores, etc). Assim, considera-se pertinente investigar a seguinte hipótese:

H₂: Existe Gerenciamento de Impressão por meio do tom do texto nos relatórios financeiros divulgados pelos clubes de futebol brasileiro.

3 METODOLOGIA

Os relatórios financeiros (demonstrações contábeis, relatórios de administração e notas explicativas) divulgados pelos 30 clubes brasileiros de futebol que disputaram pelo menos uma vez a primeira divisão do campeonato brasileiro entre as temporadas de 2018 a 2021 foram analisados e a escolha se deu devido a disponibilidade dos relatórios e a relevância econômica e esportiva dos clubes. Ademais, os clubes brasileiros de futebol possuem elevada visibilidade e capacidade de exercer gerenciamento de impressão, seja nos relatórios econômicos ou por outros meios.

No que diz respeito a análise do GI, foi investigado sob dois aspectos: (i) por meio da legibilidade do texto e (ii) do tom da narrativa.

As *proxies* foram construídas da seguinte forma:

I. Legibilidade do texto: foi considerado o Índice de Facilidade de Leitura de Flesh (IFLF), que se baseia no comprimento das palavras e das frases utilizadas na construção do texto. Logo, o resultado obtido com o IFLF indica o nível de dificuldade/facilidade para a leitura de um texto, variando em uma escala de zero (difícil) a 100 (muito fácil). Este método considera a quantidade de sílabas por palavras e a quantidade de palavras por sentença e quanto maior o tamanho das palavras e das sentenças mais difícil será a leitura de um texto (Equação 1).

$$IFLF = 206,835 - (1,015 \times ASL) - (0,846 \times ASW) \text{ (Equação 1)}$$

Onde:

ASL = quantidade média de palavras por frases

ASW = quantidade média de sílabas por palavras

A estimação da legibilidade dos textos dos relatórios de administração foi feita por meio do software Python. Inicialmente foi realizado um tratamento no texto, em que foram eliminadas as acentuações, caracteres especiais, matemáticos e lógicos, com o objetivo de não incorrer em problemas de confusões entre os termos da linguagem de programação dos algoritmos utilizados. Além disso, as tabelas, cabeçalhos e figuras foram excluídas dos arquivos, pois poderiam provocar distorções no índice Flesch, conforme relataram Li (2008) e Moreno e Casasola (2016). A partir daí a contagem de sílabas por palavras e de palavras por frases foi realizada por meio de uma programação desenvolvida no Python, tendo como referência o método de divisão das palavras e da construção das frases na língua portuguesa.

Tabela 1

Interpretação do Índice de Facilidade de Leitura de Flesch

Interpretação proposta por Flesch	
Valor do Índice	Leitura do texto
90-100	muito fácil
80-90	fácil
70-80	razoavelmente fácil
60-70	padrão
50-60	razoavelmente difícil
40-50	difícil
0-30	muito difícil
Interpretação proposta por Martins et al (1996)	
Valor do Índice	Leitura do texto
75-100	muito fácil
50-75	fácil
25-50	pouco difícil
abaixo de 25	muito difícil

Fonte: Flesch (1948); Martins et al. (1996)

II: Tom do texto: indicado pelo otimismo ou pessimismo presente no texto dos relatórios divulgados pelos clubes. As *proxies* foram construídas a partir de uma leitura automatizada dos textos e por meio do Python, ocorre a identificação e contagem da frequência das palavras positivas ou negativas.

Para identificar, o teor otimista e o pessimista dos textos dos relatórios dos clubes, foi produzida uma *machine learning* (aprendizagem de máquina) baseada em um dicionário, tendo como referência a lista de palavras-chave definidas previamente, a partir do dicionário

de Silva e Machado (2019). Essa técnica denomina-se *bag-of-words* e refere-se à transformação de dados não estruturados em um formato estruturado. Na abordagem *bag-of-words*, cada texto é representado como um vetor de palavras que ocorrem no documento, ou em representações mais sofisticadas como frases ou sentenças (Martins et al., 2003).

Inicialmente, foi realizado um tratamento nos textos com uma consulta aos relatórios, disponível no formato HTML. Com o intuito de evitar conflitos entre os termos da linguagem de programação dos algoritmos utilizados para a coleta dos dados e estimação do tom do texto foram eliminados alguns caracteres (acentuações e pontuações e caracteres especiais, matemáticos e lógicos).

Após a limpeza dos textos (da extração de acentuações, pontuações e caracteres especiais), também foi feita uma análise do termo (cada palavra do dicionário) dentro do contexto de uma frase. Assim, considerando que as palavras podem ser antecedidas por advérbios de negatividade, isto pode fazer com que um termo, essencialmente positivo ou negativo, apresente um sentido contrário no contexto do relatório analisado.

Para evitar classificações positivas e negativas equivocadas, a programação localizou os dois termos que antecedem as palavras e, quando esses termos fazem referência aos advérbios de negatividade: jamais; não; nada, ninguém, nunca, nem, nenhum e tampouco, as palavras não foram classificadas como tais.

O propósito de investigar os termos precedentes das palavras é evitar a presença de um falso positivo ou negativo na estimação do peso das palavras positivas e negativas. Assim, os textos limpos (isentos de caracteres, valores numéricos e vieses) passaram pela leitura automatizada e foi estimada a frequência das palavras consideradas positivas e negativas.

Por fim, o tom do texto foi considerado como a frequência de palavras positivas e negativas utilizadas nas narrativas dos relatórios de cada clube de futebol por ano, dividido pelo total de palavras contidas em cada relatório, ou seja, a proporção de palavras positivas e negativas encontradas nos textos dos relatórios divulgados pelos clubes, as equações 2 e 3.

$$T.P. = \frac{\text{Quantidade de palavras positivas}}{\text{Total de palavras}} \quad (\text{Equação 2})$$

$$T.N. = \frac{\text{Quantidade de palavras negativas}}{\text{Total de palavras}} \quad (\text{Equação 3})$$

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Apresentação dos Resultados

A partir das análises realizadas, percebe-se uma evolução na divulgação dos relatórios contábeis de alguns clubes. Os times Atlético Mineiro, Botafogo, Ceará, Flamengo, Palmeiras e São Paulo incluíram um relatório da administração e/ou uma mensagem do presidente no conjunto de demonstrações divulgadas nos últimos anos. Deste modo, os clubes agregam conteúdo informacional aos usuários externos dos seus relatórios.

Observou-se também que dois clubes (CSA e Cuiabá) não publicaram qualquer relatório em pelo menos um dos anos analisados, evidenciando uma ausência de *compliance* no que diz respeito às exigências contidas na Lei nº 9.615/98. Especificamente, o ano de 2021 apresentou maior percentual de não publicação dos relatórios econômico-financeiros por parte dos clubes, o que demonstra uma redução na transparência das entidades esportivas, por estarem deixando de apresentar a posição patrimonial do clube (Tabela 2).

Tabela 2

Percentual de divulgação de cada informação nos anos analisados

Informação divulgada	2018	2019	2020	2021
DC	60,00%	66,67%	56,67%	50,00%
DCSNE	0,00%	3,33%	3,33%	3,33%
MP	10,00%	6,67%	3,33%	3,33%
RA	6,67%	3,33%	13,33%	3,33%
RA+MP	16,67%	16,67%	20,00%	30,00%
TI	0,00%	0,00%	3,33%	3,33%
Não publicou	6,67%	3,33%	0,00%	6,67%

Nota. DC - Demonstrações Contábeis com Notas Explicativas; DCSNE - Demonstrações Contábeis sem Notas Explicativas; MP - Mensagem do Presidente; TI - Texto Introdutório; RA - Relatório de Administração; RA+MP - Relatório de Administração e mensagem do presidente.

Vale destacar que os impactos negativos da pandemia da COVID-19 nas finanças dos clubes foram significativos, pois eles ficaram impedidos de realizar jogos com a presença de torcedores no estádio, além de adiarem alguns campeonatos. Tal fato pode ter influenciado para a não divulgação dos relatórios nesse período de crise.

A análise da legibilidade dos relatórios aponta que os indicadores dos clubes apresentaram relativa homogeneidade, com médias próximas de 38 para o IFLF. No entanto, destaca-se que sete clubes apresentaram valor máximo superior a 40, o que indica melhora na leitura, mas ainda os classificam como de difícil leitura, conforme Flesch (1948) e de pouco difícil leitura, conforme Martins et al (1996).

O Atlético Mineiro, Athletico Paranaense e Avaí apresentaram médias superiores a 40 para este indicador, o que denota que estes clubes apresentaram os relatórios com maior nível de facilidade de leitura das suas demonstrações. Diante disso, entende-se que foi evidenciado a existência de um possível GI por meio da ofuscação das informações no que diz respeito a dificuldade de leitura dos relatórios divulgados pelos clubes, o que é apresentado na Tabela 3.

Na Tabela 4, apresenta-se os resultados do índice de facilidade de leitura a partir do tipo de relatório divulgado pelo clube. Ou seja, agrupa-se os relatórios similares e calcula-se a média do IFLF para cada tipo. Os resultados apontam, para os anos de 2018 a 2020, que os clubes que divulgaram relatórios de administração, em média, apresentaram um nível que representa pouca dificuldade na leitura do texto, conforme Martins et al. (1996). Uma possível explicação para este resultado, é que clubes mais organizados administrativamente possuem melhores resultados econômicos e esportivos. Desta forma, apresentam um relatório mais detalhado e, em função do seu melhor desempenho financeiro.

Salienta-se, por outro lado, que clubes que divulgaram apenas as demonstrações contábeis e notas explicativas apresentaram, no período de 2018 a 2020, o segundo relatório menos difícil de ser compreendido. Por outro lado, os relatórios que continham mensagem do presidente, exceto no ano de 2020, apresentavam níveis mais reduzidos de facilidade de leitura ao compararmos com os demais tipos de relatório, indicando maior dificuldade para se compreender o conteúdo desse tipo de relatório.

Diante dos resultados apresentados na Tabela 5, percebe-se que, de maneira geral, nenhum tipo de relatório divulgado pelos clubes apresentou um índice de Flesch que pudesse classificá-lo como de fácil leitura. Considerando que, em 3 dos 4 anos analisados (2019, 2020 e 2021), os clubes sofreram o impacto negativo da pandemia do Covid-19, isso corrobora com a hipótese de ofuscação de informações, evidenciada no trabalho de Brennan et al. (2009), que indica uma parcialidade por parte dos gestores ao evitar divulgar informações que não são favoráveis a entidade.

Tabela 3

Análise da legibilidade dos relatórios

Painel A: Estatística Descritiva por clube			
Clubes	Média de IFLF	Máx. de IFLF	Mín. de IFLF
América MG	36,58	39,64	34,83
Atlético GO	35,16	36,9	34,57
Atlético MG	44,08	46,67	41,08
Athletico PR	41,19	41,76	40,83
Avaí	41,27	41,63	40,85
Bahia	39,42	40,56	38,33
Botafogo	37,69	37,78	37,64
Ceara	37,43	37,85	36,99
Chapecoense	37,4	39,18	36,25
Corinthians	37,21	37,48	36,74
Coritiba	38,76	44,06	36,66
Cruzeiro	39,04	45,2	36,97
CSA	37,05	37,06	37,04
Cuiabá	37,06	37,06	37,06
Flamengo	37,7	41,08	36,27
Fluminense	37,27	39,79	36,4
Fortaleza	37,13	39,07	36,45
Goiás	36,99	38,95	36,26
Grêmio	36,2	36,21	36,2
Internacional	36,18	36,19	36,18
Juventude	37,48	38,84	37,03
Palmeiras	36,88	37,13	36,26
Paraná	37,34	38,84	36,26
Ponte Preta	37,49	38,63	37,07
Red Bull	38,54	38,55	38,53
Santos	37,41	38,52	37,04
São Paulo	37,36	38,55	36,95
Sport	37,4	38,57	36,98
Vasco	36,51	37,04	36,25
Vitória	36,69	38	35,74

Painel B: Estatística descritiva por ano

Ano	Média de IFLF
2018	37,34
2019	38,55
2020	38,55
2021	38,53
Total Geral	37,98

Nota. ILFK – Índice de Legibilidade de Flesh-Kinkaid

Tabela 4

Análise da legibilidade por tipo de relatório divulgado

Relatório	Média do IFLF			
	2018	2019	2020	2021
DC	37,55	37,46	37,38	39,05
MP	35,97	35,5	36,46	39,79
TI	-	-	34,57	36,90
RA	38,71	46,67	39,35	38,55
RA+MP	36,9	36,95	36,52	39,34

Nota. - - Não publicou; DC - Demonstrações Contábeis com Notas Explicativas; MP - Mensagem do Presidente
TI - Texto Introdutório; RA - Relatório de Administração; RA+MP - Relatório de Administração e mensagem do presidente.

A legibilidade dos relatórios divulgados pelos clubes foi analisada visando identificar possíveis GI por meio da ofuscação das informações, em que foram observadas duas possíveis

formas que os clubes poderiam ter usado para dificultar a compreensão dos relatórios, a primeira foi por meio do nível Legibilidade e a segunda foi o nível de Facilidade de Leitura do relatório.

A análise de sentimento apontou que o Sport foi o clube com a maior proporção de palavras positivas (5,94%) no texto. No entanto, ao analisar as demonstrações contábeis do clube, percebe-se que há incidências de resultados deficitários em todos os anos, indicando uma falta de coerência entre o tom do texto e os números apresentados, podendo sinalizar possível GI por meio do otimismo presente no texto (Tabela 5). Isso corrobora Tan et al. (2014) que encontraram evidências de que quando as entidades apresentam problemas em seus resultados, tendendo a gerenciar as impressões, por meio do sentimento textual.

Tabela 5

Análise do tom do texto dos relatórios publicados pelos clubes de 2018 a 2021

Painel A – Tom do texto por clube

Clubes	Média de Pos/TP	Máx. de Pos/TP	Mín. de Pos/TP	Média de Neg/TP	Máx. de Neg/TP	Mín. de Neg/TP
América MG	1,81%	1,93%	1,74%	2,07%	2,17%	1,97%
Atlético GO	1,69%	1,70%	1,68%	2,19%	2,20%	2,18%
Atlético MG	1,23%	1,69%	0,10%	1,52%	2,20%	0,13%
Athletico PR	1,82%	1,98%	1,71%	1,84%	2,17%	1,73%
Avaí	1,79%	1,85%	1,71%	1,75%	1,77%	1,73%
Bahia	1,69%	1,70%	1,68%	1,71%	1,73%	1,68%
Botafogo	1,66%	1,68%	1,64%	1,70%	1,72%	1,68%
Ceara	1,63%	1,64%	1,62%	1,65%	1,66%	1,65%
Chapecoense	1,77%	2,17%	1,62%	1,74%	2,12%	1,60%
Corinthians	1,65%	1,66%	1,64%	1,61%	1,62%	1,60%
Coritiba	1,73%	2,06%	1,61%	1,69%	1,95%	1,59%
Cruzeiro	1,68%	1,88%	1,61%	1,68%	1,90%	1,60%
CSA	1,61%	1,62%	1,61%	1,63%	1,63%	1,62%
Cuiabá	1,62%	1,62%	1,62%	1,64%	1,64%	1,64%
Flamengo	1,68%	1,92%	1,60%	1,73%	1,97%	1,64%
Fluminense	1,67%	1,87%	1,59%	1,79%	2,01%	1,70%
Fortaleza	1,65%	1,80%	1,59%	1,34%	1,72%	0,20%
Goiás	1,64%	1,80%	1,58%	1,78%	1,97%	1,71%
Grêmio	1,56%	1,57%	1,56%	1,70%	1,70%	1,70%
Internacional	1,56%	1,56%	1,56%	1,71%	1,71%	1,70%
Juventude	1,62%	1,80%	1,56%	1,78%	1,99%	1,71%
Palmeiras	1,55%	1,56%	1,53%	1,70%	1,71%	1,69%
Paraná	1,60%	1,80%	1,53%	1,77%	1,99%	1,69%
Ponte Preta	1,59%	1,76%	1,52%	1,76%	1,94%	1,69%
Red Bull	1,73%	1,73%	1,73%	1,52%	1,95%	0,24%
Santos	1,57%	1,73%	1,52%	1,76%	1,95%	1,69%
São Paulo	1,26%	1,52%	0,49%	1,41%	1,70%	0,57%
Sport	2,62%	5,94%	1,52%	2,95%	6,73%	1,69%
Vasco	1,49%	1,50%	1,49%	1,68%	1,68%	1,68%
Vitória	1,54%	1,69%	1,49%	1,76%	1,94%	1,69%
Total Geral	1,67%	5,94%	0,10%	1,76%	6,73%	0,13%

Painel B – Tom do texto por ano

Ano	Média de Pos/TP	Máx. de Pos/TP	Mín. de Pos/TP2	Média de Neg/TP	Máx. de Neg/TP	Mín. de Neg/TP
2018	1,56%	1,93%	0,10%	1,81%	1,81%	1,81%
2019	1,73%	1,73%	1,73%	1,73%	2,20%	1,60%
2020	1,73%	1,73%	1,73%	1,72%	2,18%	1,59%
2021	1,73%	1,73%	1,73%	1,90%	6,73%	0,20%
Total Geral	1,67%	5,94%	0,10%	1,78%	6,73%	0,20%

No ano de 2021 encontrou-se o maior percentual de palavras negativas nos textos analisados (6,73%), tendo em vista que o ano de 2021 foi um período em que os clubes voltaram a realizar jogos em estádio com o público (torcedores) presentes, ou seja, passaram por quase 2 anos sem as receitas provenientes das vendas de ingressos. Por isso, eles precisaram se reinventar após dificuldades financeiras enfrentadas durante a pandemia da COVID-19. Assim, entende-se que o tom negativo encontrado nos textos de 2021 pode refletir a crise enfrentada. Neste sentido, Melo e Cabral (2020) relataram que a pandemia da COVID-19 gerou uma das maiores crises econômicas vivenciadas pela humanidade desde a Segunda Guerra Mundial, que atingiu de forma muito intensa a economia.

4.2 Discussão dos Resultados

A partir da coleta dos dados realizada nos *websites* dos clubes, percebeu-se que não há padronização dos relatórios apresentados pelos clubes, como também não há uma uniformidade nos relatórios publicados no período analisado. Por exemplo, Atlético Goianiense e Grêmio publicaram um tipo de relatório em dois anos e outro nos anos seguintes.

Em 2020, o Cuiabá apresentou um prejuízo em sua DRE. Além disso, no mesmo ano o clube incorreu em diminuição em seu caixa e equivalentes de caixa. A não publicação das informações por parte do clube nos outros anos pode ser um indicativo de que ocorreu GI por meio da ofuscação de informações.

Considerando que o Cuiabá não divulgou relatórios nos anos em que teve os maiores problemas financeiros, entende-se que a não divulgação das informações evita reações negativas dos seus *stakeholders* diante da recorrente situação financeira ruim do clube. Isso corrobora Rennekamp (2012) que relatou evidências de que empresas com desempenho econômico ruim buscam ofuscar suas informações para evitar que os *stakeholders* fiquem cientes da sua situação negativa.

Ademais, outro exemplo negativo é o caso do Red Bull Bragantino que não divulgou as NEs e o RA, em desacordo com a normativa. O clube, que passou por processo de combinação de negócios, apresenta elevadas movimentações com partes relacionadas, as quais deveriam ser detalhadas em NEs para melhor informar os usuários sobre a posição patrimonial do time.

Ainda, percebeu-se preferência dos 30 clubes brasileiros por apresentarem as DCs com NEs que conforme CPC 26 são representação estruturada da posição patrimonial e financeira e do desempenho da entidade, obrigatórios para as empresas de grande porte (capital aberto, capital fechado e Ltda). Conforme mencionado, apenas o Red Bull Bragantino não apresentou notas explicativas no conjunto dos relatórios divulgados, demonstrando uma inconformidade a norma.

Em relação a evolução dos índices de leitura ao longo dos anos analisados, destaca-se que as médias dos indicadores apresentaram valores similares, o que indica um padrão de legibilidade nos relatórios. Este resultado está relacionado com uma uniformização observada nos relatórios de cada clube no período de 2018 a 2021. Pois percebeu-se que os clubes, de modo geral, não apresentaram alterações substanciais na forma de apresentação dos seus relatórios ao longo dos anos. Emprega-se um modelo que é replicado no decorrer dos anos.

Internacional e Grêmio, de acordo com o indicador médio ILFK, apresentaram os relatórios com maior dificuldade de leitura em que foram evidenciados indicadores semelhantes no mesmo período, apesar da diferença existente no padrão de divulgação dos relatórios dos clubes.

De maneira geral, foi observada a existência de uma possível dificuldade na leitura dos relatórios divulgados pelos clubes de futebol brasileiro. Isso contribui para expandir os resultados dos achados de Merkl-Davies e Brennan (2007) para o contexto do futebol, pois encontraram evidências de que os gestores de empresas de capital aberto também se envolvem em GI por meio da ofuscação de informações nos relatórios.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta pesquisa foi de investigar possíveis práticas de GI nos relatórios financeiros divulgados pelos clubes brasileiros de futebol. Considerando os 30 clubes brasileiros de futebol que disputaram pelo menos uma vez a primeira divisão do campeonato brasileiro entre as temporadas de 2018 a 2021, percebeu-se que não houve uma padronização no tipo de relatório publicado pelos clubes, pois foram identificados pelo menos 6 tipos de relatórios divulgados, evidenciando ainda uma falta de uniformidade nos demonstrativos apresentados pelo mesmo clube ao longo dos anos.

No que diz respeito a análise de GI nos relatórios dos clubes, encontrou-se evidências de possíveis práticas por meio de ofuscação de informação, pois percebeu-se uma média de nível de dificuldade de leitura alta nos relatórios reportados pelos times de futebol brasileiros. Ainda, o tipo de relatório publicado, seja com uma mensagem do presidente ou elementos gráficos e textuais adicionais, está associado com a dificuldade de leitura do relatório. Deste modo, stakeholders que analisam as demonstrações contábeis de clubes brasileiros de futebol devem considerar esses elementos.

Com isso, entende-se que os gestores dos clubes brasileiros podem utilizar técnicas de GI para dificultar a compreensão dos *stakeholders* sobre a posição econômico-financeira das entidades, a fim de evitar que identifiquem informações desfavoráveis ao clube, tais como resultados deficitários. Deste modo, aponta-se como contribuição do estudo a análise de elementos que constam nos relatórios financeiros que podem influenciar a interpretação dos usuários da informação.

Na análise de sentimento textual, observou-se um conflito entre o tom do texto e o resultado financeiro do Sport, pois o clube apresentou as maiores proporções de palavras positivas em 2020 e 2021, mas em ambos os anos evidenciou resultados negativos, demonstrando uma incoerência entre o teor positivo do texto do relatório e o desempenho econômico-financeiro do clube.

Dessa forma, entende-se que, apesar de em alguns momentos o clube dar indícios de GI por meio do otimismo do texto, em que tenta amenizar o resultado financeiro negativo a partir da utilização de várias palavras positivas no relatório. Em outro momento, demonstra que em um período de crise, como foram os anos de 2020 e 2021, em que os clubes passaram alguns meses impedidos de realizar jogos abertos ao público, tendo que adiar alguns campeonatos e perdendo muitas receitas, inclusive as decorrentes das vendas de ingressos, o tom negativo do texto pareceu ter seguido a tendência do resultado deficitário evidenciado no mesmo período.

No desenvolvimento dessa pesquisa encontrou-se algumas limitações, entre elas a de que os resultados devem ser considerados apenas para entender a realidade dos 30 clubes analisados, bem como para o corte temporal de 2018 a 2021, sem generalização para os demais clubes brasileiros e para outros períodos.

Além disso, o efeito da pandemia, proveniente do Covid-19, pode ter influenciado nos resultados, sendo importante uma análise de um período subsequente, para entender melhor a realidade dos clubes. A utilização de uma única métrica de legibilidade também apresenta

uma limitação, pois originalmente ela foi construída para outro idioma, sendo necessário realizar algumas adaptações.

Diante disso, recomenda-se para pesquisas futuras que ampliem o escopo de análise para as demais entidades esportivas, como federações e confederações esportivas. Ainda, sugere-se que seja analisado o discurso de gestores em entrevistas coletivas que abordem, especificamente, o resultado financeiro do clube. Finalmente, entende-se que também pode ser importante a análise segregada de elementos das DCs para identificar possíveis diferenças na dificuldade de leitura em tópicos distintos.

REFERÊNCIAS

- Alaminos, D., & Fernández, M. Á. (2019). Why do football clubs fail financially? A financial distress prediction model for European professional football industry. *PLOS ONE*, 14(12), e0225989. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0225989>
- Anagnostopoulos, C. (2011). Stakeholder management in Greek professional football: identification and salience. *Soccer & Society*, 12(2), 249–264. <https://doi.org/10.1080/14660970.2011.548361>
- Andreff, W. (2007). French Football: A Financial Crisis Rooted in Weak Governance. *Journal of Sports Economics*, 8(6), 652–661. <https://doi.org/10.1177/1527002506297021>
- Arantes, V. A., Gusmão, I. B., & Costa, M. C. (2019). Análise do relatório de guidance em empresas investigadas pela Polícia Federal: exame sob a perspectiva do gerenciamento de impressões. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 13, 1-13. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-6486.rco.2019.148176>
- Beattie, V., McInnes, B., & Fearnley, S. (2004). A methodology for analysing and evaluating narratives in annual reports: a comprehensive descriptive profile and metrics for disclosure quality attributes. *Accounting Forum*, 28(3), 205-236.
- Benin, M. M., Diehl, C. A., & Figueira-Marquezan, L. H. (2019). Determinantes da evidenciação de indicadores não financeiros de desempenho por clubes brasileiros de futebol. *Estudios Gerenciales*, 35(150), 16-26.
- Beretta, S., & Bozzolan, S. (2004). A framework for the analysis of firm risk communication. *The International Journal of Accounting*, 39(3), 265–288.
- Beretta, S., & Bozzolan, S. (2008). Quality versus quantity: The case of forward-looking disclosure. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 23(3), 333–376.
- Brennan, N. M., Guillamon-Saorin, E., & Pierce, A. (2009). Impression management: Developing and illustrating a scheme of analysis for narrative disclosures—A methodological note. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 22(5), 789–832. <https://doi.org/10.1108/09513570910966379>
- Bozeman, D.P. & Kacmar, K.M. (1997). Cybernetic model of impression management processes in organizations. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 69(1), 9-30.
- Buchholz, F., & Lopatta, K. (2017). Stakeholder salience of economic investors on professional football clubs in Europe. *European Sport Management Quarterly*, 17(4), 506–530. <https://doi.org/10.1080/16184742.2017.1306870>
- Clatworthy, M. A., & Jones, M. J. (2006). Differential patterns of textual characteristics and company performance in the chairman’s statement. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19(4), 493-511.
- CPC – Comitê de Pronunciamentos Contábeis (2011). Pronunciamento Técnico CPC 26 (R1), de 15/12/2011. Apresentação das Demonstrações Contábeis.

- <http://www.cpc.org.br/CPC/Documentos-Emitidos/Pronunciamentos/Pronunciamento?Id=57>
- Cooper, S., & Slack, R. (2015). Reporting practice, impression management and company performance: A longitudinal and comparative analysis of water leakage disclosure. *Accounting and Business Research*, 45(6–7), 801–840.
<https://doi.org/10.1080/00014788.2015.1081554>
- Davis, A. K., & Tama-Sweet, I. (2012). Managers' use of language across alternative disclosure outlets: Earnings press releases versus MD&A. *Contemporary Accounting Research*, 29(3), pp.804-837.
- File, K. (2018). You're Manchester United manager, you can't say things like that: Impression management and identity performance by professional football managers in the media. *Journal of Pragmatics*, 127, 56-70.
<https://doi.org/10.1016/j.pragma.2018.01.001>
- Flesch, R. (1948). A new readability yardstick. *Journal of Applied Psychology*, 32(3), 221–233.
- Forecasting stock prices using sentiment information in annual reports-a neural network and support vector regression approach. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 10(4), pp.293-305.
- Godfrey, J., Mather, P., & Ramsay, A. (2003). Earnings and impression management in financial reports: The case of CEO changes. *Abacus*, 39(1), 95–123.
- Hájek, P., Olej, V., & Myskova, R. (2013). Forecasting stock prices using sentiment information in annual reports-a neural network and support vector regression approach. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 10(4), pp.293-305.
- Hewlin, P. F. (2009). Wearing the cloak: Antecedents and consequences of creating facades of conformity. *Journal of Applied Psychology*, 94(3), 727-741.
- Holtz, L., & Santos, O. M. (2020). Legibilidade das notas explicativas das empresas brasileiras de capital aberto. *Enfoque: Reflexão Contábil*, 39(1), 57-73.
- Kacmar, K. M., Carlson, D. S., & Bratton, V. K. (2004). Situational and dispositional factors as antecedents of ingratiation behaviors in organizational setting. *Journal of Vocational Behavior*, 65, 309-331.
- Kern, A., Schwarzmann, M., & Wiedenegger, A. (2012). Measuring the efficiency of English Premier League football: A two-stage data envelopment analysis approach. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 2(3), 177-195.
<https://doi.org/10.1108/20426781211261502>
- Leary, M.R. & Kowalski, R.M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, 107(1), 34-47.
- Leung, S., Parker, L., & Courtis, J. (2015). Impression management through minimal narrative disclosure in annual reports. *British Accounting Review*, 47(3), 275-289.
- Li, F. (2008). Annual report readability, current earnings, and earnings persistence. *Journal of Accounting and Economics*, 45, 221–247.
- Liang, Y. (2017). Marketization impact on the relationships between supporters and football clubs. *International Journal of the History of Sport*, 34(17–18), 1835–1853.
<https://doi.org/10.1080/09523367.2017.1341873>
- Linsley, P. M., & Lawrence, M. J. (2007). Risk reporting by the largest UK companies: readability and lack of obfuscation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 20(4), 620-627.
- Martins, T. B. F., Ghiraldelo, C. M., Nunes, M. G., Nunes, M. G. V., & Oliveira, O. N. (1996). Readability formulas applied to textbooks in Brazilian Portuguese. Nota n° 29 do ICMC - USP, Série Computação.

- Martins, C. A., Monard, M. C., Matsubara, E. T. (2003). *Reducing the Dimensionality of Bag-of-Words Text Representation Used by Learning Algorithms*. Proceedings AIA 2003. EEUU: Acta Press, 2003.
- Melo, C., & Cabral, S. (2020). A grande crise e as crises brasileiras: o efeito catalisador da covid-19. *Revista Eletrônica Gestão & Sociedade*, 14(39), 3681-3688. <https://doi.org/10.21171/ges.v14i39.3259>
- Merkel-Davies, D. M., & Brennan, N. (2007). Discretionary disclosure strategies in corporate narratives: incremental information or impression management? *Journal of Accounting Literature*, 26, 116-196.
- Merkel-Davies, D. M., & Brennan, N. M. (2014). A conceptual framework of impression management: new insights from psychology, sociology and critical perspectives. *Accounting and Business Research*, 41(5), 415-437. <https://doi.org/10.1080/00014788.2011.574222>
- Michie, J. (2000). The governance and regulation of professional football. *The Political Quarterly*, 71(2), 184-191.
- Minatto, F., & Borba, J. A. (2021). Insolvência em clubes de futebol brasileiros: proposição de modelos baseados em redes neurais. *BBR. Brazilian Business Review*, 18, 624-642.
- Morrow, S. (2000). Football clubs on the Stock Exchange: an inappropriate match? The case of Celtic plc. *Irish Accounting Review*, 7(2), 61-90.
- Morrow, S. (2005). The business of football: Image management in narrative communication. *Institute of Chartered Accountants of Scotland*.
- Morrow, S. (2006). It's an old saying – but you judge it all by the league table - Impression management in football club financial reporting. *International Journal of Sport Finance* 1(2), 96-108.
- Morrow, S. (2013). Football club financial reporting: Time for a new model? *Sport, Business and Management: An International Journal*, 3(4), 297–311. <https://doi.org/10.1108/SBM-06-2013-0014>
- Moreno, A., & Casasola, A. (2016). A Readability Evolution of Narratives in Annual Reports: A Longitudinal Study of Two Spanish Companies. *Journal of Business and Technical Communication*, 30(2), 202–235. <https://doi.org/10.1177/1050651915620233>
- Nascimento, J. C. H. B., Nossa, V., Bernardes, J. R., & Sousa, W. D. (2015) A eficiência dos maiores clubes de futebol brasileiros: Evidências de uma análise longitudinal no período de 2006 a 2011. *Revista Contabilidade Vista & Revista*, Belo Horizonte, 26(2), 137- 161.
- Neu, D., Warsame, H., & Pedwell, K. (1998). Managing public impressions: Environmental disclosures in annual reports. *Accounting, Organizations and Society*, 23(3), 265-282.
- Oliveira, M. C. de, & Borba, J. A. (2021). Passivos e contingências dos clubes de futebol brasileiros. *Contextus – Revista Contemporânea De Economia E Gestão*, 19, 330-344.
- Rennekamp, K. (2012). Processing fluency and investors' reactions to disclosure readability. *Journal of Accounting Research*, 50(5), 1319-1354. <https://doi.org/10.1111/j.1475-679X.2012.00460.x>
- Riley, T. J., Semin, G. R., & Yen, A. (2014) Patterns of language use in accounting narratives and their impact on investment-related judgments and decisions. *Behavioral Research in Accounting*, 26(1), 59-84. <https://doi.org/10.2308/bria-50624>
- Rosenfeld, P., Giancalone, R. A., & Riordan, C. A. (1995). *Impression Management in Organizations: Theory, Measurement, Practice*. London: Routledge.
- Ruta, D., Lorenzon, L., & Sironi, E. (2019). The relationship between governance structure and football club performance in Italy and England. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 10(1), 17–37. <https://doi.org/10.1108/SBM-10-2018-0081>

- Scelles, N., Szymanski, S., & Dermitt-Richard, N. (2018). Insolvency in French soccer: the case of payment failure. *Journal of Sports Economics*, 19(5), 603–624. <https://doi.org/10.1177/1527002516674510>
- Senaux, B. (2008). A stakeholder approach to football club governance. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 4(1), 4. <https://doi.org/10.1504/IJSMM.2008.017655>
- Silva, M. D. O. P., & Machado, M. A. V. (2019). Índice de Sentimento Textual: Uma Análise Empírica do Impacto das Notícias Sobre Risco Sistemático. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, 16(40), 24-42.
- Silva, R. B., Castro, L. A., Domingos, S. R. M., & Ponte, V. M. R. (2020). Nível de disclosure e forma de apresentação das notas explicativas: um estudo à luz da OCPC 07. *Contabilidade Vista & Revista*, 31(3), 74-96
- Slack, R., & Shrides, P. (2008). Social disclosure and legitimacy in Premier League football clubs: The first ten years. *Journal of Applied Accounting Research*, 9(1), 17–28. <https://doi.org/10.1108/09675420810886105>
- Souza, J. A. S. (2021). Readability como medida de complexidade textual: determinantes e implicações no ambiente informacional do sistema empresa. 2021. 142 f. Tese de doutorado em Contabilidade - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio-Econômico, Programa de Pós-Graduação em Contabilidade, Florianópolis.
- Storm, R. K., & Nielsen, K. (2012). Soft budget constraints in professional football. *European Sport Management Quarterly*, 12(2), 183–201. <https://doi.org/10.1080/16184742.2012.670660>
- Szymanski, S. (2015). Long-term and short-term causes of insolvency and English football. *The Economics of Competitive Sports*, 74–83. <https://doi.org/10.4337/9781783474769>
- Tan, H., Wang, E., & Zhou, B. (2014). ‘When the Use of Positive Language Backfires: The Joint Effect of Tone, Readability, and Investor Sophistication on Earnings Judgments’, *Journal of Accounting Research*, 52(1), 273–302. <https://doi.org/10.1111/1475-679X.12039>
- Terrien, M., Scelles, N., Morrow, S., Maltese, L., & Durand, C. (2017). The win/profit maximization debate: Strategic adaptation as the answer? *Sport, Business and Management: An International Journal*, 7(2), 121–140. <https://doi.org/10.1108/SBM-10-2016-0064>
- Theiss, V., & Beuren, I. M. (2022). Gerenciamento de impressão em narrativas contábeis: um estudo sob a perspectiva do preparador da informação. *Pensar Contábil*, 23(83), 30-39.
- UEFA. (2010). UEFA club licensing and financial fair play regulations. Switzerland: UEFA.
- Ward, A.K. & Ravlin, E.C. (2017). Building influence as an outsider: A theoretical approach to cross-cultural impression management. *Human Resource Management Review*, 27, 491-506. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2016.12.013>
- Zaidman, N. & Drory, A. (2001). Upward impression management in the workplace cross-cultural analysis. *International Journal of Intercultural Relations*, 25, 671-690.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Impression Management in Brazilian Football Clubs' Financial Reports

ABSTRACT

Objective: This research investigated possible impression management practices in Brazilian football clubs' financial reports.

Method: Impression management was analyzed based on the information omission and obfuscation (text readability) and the textual sentiment of financial reports disclosed by the top 30 Brazilian football clubs from 2018 to 2021.

Originality/Relevance: This study contributes to Brazilian football clubs' stakeholders by offering data about transparency in the disclosure of economic and financial information. The research alerts to possible manipulation by the administration of football clubs when using impression management in financial reports.

Results: The financial reports analyzed presented poor readability, which indicates possible information obfuscation. The textual sentiment – measured through the positive and negative tone adopted in the reports – showed relative dissonance with the economic-financial result. For example, one of the clubs used a positive tone in the text while presenting a negative accounting result.

Theoretical/Methodological contributions: The study addresses the narrative portrayed in financial reports disclosed by Brazilian football clubs, a sector that generates many direct and indirect jobs. The sector represents an important part of the entertainment industry and is responsible for billionaire transactions.

Keywords: Impression Management. Readability. Brazilian Football Clubs. Textual Sentiment. Finance.

Vanessa de Meneses Silva 

Federal University of Santa Catarina, Santa
Catarina, Brazil
vanessademenesessilva@gmail.com

Fábio Minatto 

Federal University of Santa Catarina, Santa
Catarina, Brazil
fabio_minatto@hotmail.com

José Alonso Borba 

Federal University of Santa Catarina, Santa
Catarina, Brazil
jalonsoborba@hotmail.com

Received: August 30, 2022

Revised: November 9, 2022

Accepted: November 17, 2022

Published: March 31, 2023

