



Giuseppe Ianniello

I GRAFICI NEL LINGUAGGIO CONTABILE: FUNZIONE INFORMATIVA ED EFFETTI DISTORSIVI



Milano • Giuffrè Editore

I GRAFICI NEL LINGUAGGIO CONTABILE: FUNZIONE INFORMATIVA ED EFFETTI DISTORSIVI

SOMMARIO: 1. Introduzione. — 2. Le rappresentazioni grafiche come strumento per comunicare. — 3. I grafici nel linguaggio contabile. — 4. Indagine empirica. — 5. Conclusioni. — Nota bibliografica.

1. Introduzione. — Negli ultimi anni, dalla lettura dei bilanci emerge l'uso di fotografie o altre immagini, nonché il ricorso a rappresentazioni grafiche di vari profili dell'attività aziendale o grandezze economiche, finanziarie, patrimoniali, sociali e ambientali. Si tratta di elementi sintattici che concorrono alla costruzione di un ruolo del bilancio interpretato anche come strumento di « comunicazione » con molteplici finalità e destinato a diversi gruppi di interesse nell'ambito di un certo contesto economico, sociale e culturale⁽¹⁾. Il presente lavoro intende investigare la dimensione e le caratteristiche di tali comportamenti relativamente alle aziende italiane quotate in borsa, con particolare riferimento all'uso della rappresentazione grafica e alle grandezze aziendali og-

(*) L'Autore ringrazia i partecipanti all'incontro tenuto il 16 aprile 2007 presso il Dipartimento di Studi Aziendali e Sociali, Laboratorio di Amministrazione e Controllo Aziendale, Università degli Studi di Siena.

⁽¹⁾ Sulla metodologia di analisi della relazione ed evoluzione delle informazioni contabili e contesto culturale di riferimento, cfr., ad esempio, G. Catturi (1992); in merito a particolari profili comunicativi del bilancio, cfr., ad esempio, T.A. Lee (1994), A.G. Hopwood (1996), A.M. Preston, C. Wright, J.J. Young (1996), J.K. Courtis (2004). T.A. Lee (1994) scrive che la sua ricerca « reports on observations of measurable changes in the form of annual reporting by very large British industrial corporations. It provides a commentary on how their annual reports have increasingly appeared to be used for purposes other than financial stewardship. More specifically, the purpose of the paper is to document and discuss a distinct change in annual reporting emphasis - i.e. from predominantly accounting communications of corporate financial performance to non-accounting projections of corporate identity in a consumer-orientated world ».