



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

FRANCISCO DAÊNIO CASIMIRO DE OLIVEIRA

TEORIA DA COMUNICAÇÃO DA EVIDÊNCIAÇÃO CONTÁBIL E  
CARACTERÍSTICAS QUALITATIVAS DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL:  
UM ESTUDO DA PERCEPÇÃO DOS CONCLUDENTES DO CURSO  
DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UFCG CAMPUS SOUSA

SOUSA - PB  
2013

FRANCISCO DAÊNIO CASIMIRO DE OLIVEIRA

TEORIA DA COMUNICAÇÃO DA EVIDÊNCIAÇÃO CONTÁBIL E  
CARACTERÍSTICAS QUALITATIVAS DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL:  
UM ESTUDO DA PERCEPÇÃO DOS CONCLUDENTES DO CURSO  
DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UFCG CAMPUS SOUSA

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Contábeis do CCJS da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Professor Me. Fabiano Ferreira Batista.

SOUSA - PB  
2013

**Francisco Daênio Casimiro de Oliveira**

**TEORIA DA COMUNICAÇÃO NA EVIDÊNCIAÇÃO CONTÁBIL E  
CARACTERÍSTICAS QUALITATIVAS DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL: UM  
ESTUDO DA PERCEPÇÃO DOS CONCLUDENTES DO CURSO DE CIÊNCIAS  
CONTÁBEIS DA UFCG CAMPUS SOUSA**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Ciências Contábeis do Centro de Ciências Jurídicas e Sociais, da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Prof. Msc. Fabiano Ferreira Batista (Orientador)

---

Prof. Msc. Marconi Araújo Rodrigues

---

Prof. Msc. Ana Flávia Albuquerque Ventura

**SOUSA-PB  
2013**

Dedico a Papai (*In memoriam*), pelo exemplo de otimismo, perseverança e coragem de abraçar as dificuldades sem nunca desistir.

## AGRADECIMENTOS

Consegui! Ou melhor, Conseguimos! Para chegar até aqui e esse sonho pudesse se tornar realidade, muita gente sonhou, acreditou e batalhou junto comigo.

A Deus, pelo dom da vida, por minha saúde, por sempre guiar meus passos e nunca me abandonar nos momentos de dificuldade.

A Papai, Deusgênio (*In memorian*), pelo exemplo de homem íntegro, humilde e trabalhador e otimista. Agradeço pelo grande esforço desempenhado para que eu pudesse concluir essa graduação. Pelas noites a fio e solidão, pelo trabalho árduo de sol a sol, pela saudade de casa e da família, por todo amor, gratidão e admiração, meu muito obrigado. Saudades...

A Mainha, Ana Maria, pelo amor incondicional, motivação constante, carinho, atenção, amizade e sinceridade. Te amo!

A meus irmãos Daniel e Diógenis, pelo apoio em todos os momentos, por toda amizade e cumplicidade durante toda a vida, realmente não sei o que seria de minha vida sem vocês.

A minha amiga, namorada e esposa Iolanda, por toda compreensão e paciência durante a elaboração deste trabalho. Por estar ao meu lado nos momentos mais alegres e também nos mais difíceis. Obrigado por despertar o que há de melhor em mim. Te amo muito.

Ao meu sobrinho Duan Miguel, por alegrar meus dias e me fazer compreender que a vida é simples, a gente é que complica.

A todos aqueles que abriram mais que as portas de suas casas, abriram também seus braços e seus corações para me acolher, tio Chichico e tia Duda, tio Flávio e tia Fátima, tio Luiz e tia Côca, e tio Juberlan e tia Márcia. Desculpem-me qualquer falha ou falta.

A minha afilhada vovó Beatriz, pelo exemplo de fé e humildade.

A vovô Dedé e vovó Margarida, por todo amor e afeto que sempre me deram.

A minha amigona do peito Cristiane Silveira (Melancia), por ser tão fiel em todos os momentos e ter sempre me ajudado quando mais precisei. Guardo-te no coração!

A Fabiano Batista, meu orientador e amigo, por ter desempenhado papel fundamental na elaboração deste trabalho, e não só isto, mas também por toda amizade, conversas sinceras e muitas gargalhadas.

A minha turma de 2008.2, que mudou minha vida e me deu mais que amigos, em especial a Willian (Baiano), Carlos Victor (Dada), José Roberto (Beto), Cédrigo, Renato, Eustáquio, Railson, Marcelo, Fabiana, Jamille, Andressa e Madalena (Madá). Obrigado por todos os sorrisos durante este todo este tempo.

A Susana (Nêga Susinha) e Renata (Quixaba), pela ajuda na feitura deste trabalho e também pelas palavras e ombro amigo no momento que mais precisei.

A Nilza Fernandes, Herquimeire Cristina, Dinarte Fernandes e Elizabete Nóbrega, por me darem a oportunidade de trabalhar com vocês e me moldarem o profissional que sou hoje. E a todos os amigos que fiz nestes ambientes de trabalho.

Aos Mestres, que foram essenciais nessa trajetória acadêmica, obrigado por todos os ensinamentos e conhecimentos repassados.

Aos funcionários da UFCG, em especial a Eliane e Remédios que sempre me ajudaram sem esperar nada em troca.

Aos todos os meus familiares e amigos, que influenciaram de forma direta ou indireta para a realização deste sonho.

Meu muito obrigado!

*“Acho que fiz tudo do jeito melhor, meio torto, talvez,  
mas tenho tentado da maneira mais bonita que sei.”*

*Caio Fernando Abreu*

## RESUMO

O objetivo da contabilidade é fornecer aos usuários informações capazes de fundamentar e tornar mais confiável a tomada de decisão. Para tanto, faz-se necessário que tais informações estejam dotadas de características que lhe concedam qualidade. O presente trabalho objetivou analisar se para os alunos concludentes do curso de ciências contábeis da UFCG campus Sousa, a forma de apresentação das informações contábeis e a presença das características qualitativas nestas, geravam impacto/influência na tomada de decisão, buscou-se ainda avaliar, na percepção dos respondentes e o grau de importância atribuído a cada característica. A pesquisa foi aplicada junto a 40 concludentes, amostra essa não probabilística e por acessibilidade, através de um questionário onde as questões estavam dispostas de duas formas: primeiramente com a ausência das características induzindo o respondente a tomar uma decisão, e posteriormente com a presença das características, de modo, a avaliar se desta forma haveria alguma mudança na tomada de decisão; havia também uma escala, por meio da qual, era possível atribuir o grau de importância a cada característica. Por meio da análise dos dados, foi possível concluir que a forma de apresentação e a presença das características qualitativas da informação contábil impactam na tomada de decisão, e que os concludentes apresentaram um nível de conhecimento satisfatório a cerca das características qualitativas e no geral julgam estas como importantes ou muito importantes.

**Palavras-chave:** Informação Contábil. Características qualitativas. Usuários da informação.



## ABSTRACT

The objective of the accounting is to supply to the users information capable to base and to turn more reliable the socket of decision. For so much, it is made necessary that such information are endowed with characteristics that grant him/her quality. The present work aimed at to analyze for the conclusive students of the course of accounting sciences of the UFCG campus Sousa, the form of presentation of the accounting information and the presence of the qualitative characteristics in these, they generated impact influence in the socket of decision, it was still looked for to evaluate, in the respondents' perception and the degree of importance attributed to each characteristic. The research was applied 40 close to conclusive, sample that non probabilistic and for accessibility, through a questionnaire where the subjects were willing of two forms: firstly with the absence of the characteristics inducing the respondent to make a decision, and later with the presence of the characteristics, in way, to evaluate this way there would be some change in the socket of decision; there was also a scale, through the one which, it was possible to attribute the degree of importance to each characteristic. Through the analysis of the data, it was possible to end that the presentation form and the presence of the qualitative characteristics of the information accounting impact in the socket of decision, and that the conclusive ones presented a level of satisfactory knowledge the about of the qualitative characteristics and in the general they judge these as important or very important.

**Word-key:** Accounting information. Qualitative characteristics. Users of the information.

## LISTA DE TABELAS

<b>TABELA 1</b> Gênero .....	39
<b>TABELA 2</b> Idade .....	39
<b>TABELA 3</b> Tempo em que está cursando Ciências Contábeis .....	40
<b>TABELA 4</b> Relevância: Questões 3.1 e 4.1 .....	41
<b>TABELA 5</b> Materialidade: Questões 3.2 e 4.2 .....	42
<b>TABELA 6</b> Representação Fidedigna: Questões 3.3 e 4.3 .....	43
<b>TABELA 7</b> Comparabilidade: Questões 3.4 e 4.4 .....	44
<b>TABELA 8</b> Verificabilidade: Questões 3.5 e 4.5 .....	45
<b>TABELA 9</b> Tempestividade: Questões 3.6 e 4.6 .....	46
<b>TABELA 10</b> Compreensibilidade: Questões 3.7 e 4.7 .....	47
<b>TABELA 11</b> Resumo do Grau de Importância das Características Qualitativas .....	47

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
1.1 Justificativa e Problemática.....	12
1.2 OBJETIVOS.....	14
1.2.1 Objetivos Gerais.....	14
1.2.2 Objetivos Específicos.....	14
1.3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	15
1.3.1 Quanto aos meios.....	15
1.3.2 Quanto aos fins.....	15
1.3.3 Quanto à forma de abordagem.....	16
1.3.4 Universo e Amostra da pesquisa.....	16
1.3.5 Procedimentos de coleta.....	17
1.3.6 Apresentação e tratamento dos dados.....	17
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	18
2.1 A Informação.....	18
2.2 Usuários da informação contábil.....	19
2.3 A Comunicação.....	21
2.4 Teoria da Comunicação.....	22
2.5 Processo Comunicacional.....	24
2.6 Comunicação Contábil.....	28
2.7 Características Qualitativas da Informação Contábil.....	31
2.7.1 Características Qualitativas Fundamentais.....	32
2.7.1.1 Relevância.....	33
2.7.1.1.1 Materialidade.....	33
2.7.1.1.2 Representação Fidedigna.....	34
2.7.1.2 Representação Fidedigna.....	34
2.7.2 Características qualitativas de melhoria.....	34
2.7.2.1 Comparabilidade.....	34
2.7.2.2 Verificabilidade.....	35
2.7.2.3 Tempestividade.....	36
2.7.2.4 Compreensibilidade.....	36
3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	38
3.1 DADOS DOS ENTREVISTADOS.....	38
3.1.1 Gênero.....	38
3.1.2 Idade.....	38
3.1.3 Tempo que está cursando Ciências Contábeis.....	39
3.2 ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS QUALITATIVAS DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL.....	39
3.2.1 Relevância.....	39
3.2.2 Materialidade.....	40
3.2.3 Representação Fidedigna.....	41
3.2.4 Comparabilidade.....	42
3.2.5 Verificabilidade.....	43
3.2.6 Tempestividade.....	44
3.2.7 Compreensibilidade.....	45
3.2.8 Resumo do Grau de Importância das Características Qualitativas.....	46
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48
REFERÊNCIAS.....	50

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 Justificativa e Problemática

Nos últimos anos a informação contábil foi alvo de pesquisas científicas, no intuito de minimizar as variações de entendimento ocasionadas pela má qualidade da comunicação firmada entre a contabilidade e seus usuários. Os ruídos presentes na comunicação, nomenclatura contábil imprópria, quantidade de informação divulgada (ora em demasia ou escassa), falta de entendimento por parte dos usuários e o uso de expressões e termos em outros idiomas, podem atrapalhar o processo comunicacional e comprometer o *feedback*, uma vez, que de nada adianta o uso das mais avançadas ferramentas de tecnologia se não há a compreensão da informação, menos ainda seu compartilhamento, logo, percebe-se que essa informação de nada serviria, por não ser útil na tomada de decisão.

Diante das complexidades das operações que se percebe atualmente, a sociedade vem exigindo uma maior rapidez dos fluxos de informações para que estes possam auxiliar nas suas decisões e fazendo com que o processo de comunicação ganhe papel de destaque nesse contexto.

Para Dias Filho (2000), sempre que se fala do benefício proporcionado pela informação contábil, o termo evidenciação pode ser visto como um requisito essencial para a plena realização de seu objetivo principal: fornecer informações para a tomada de decisões. Assim, a contabilidade procura traduzir, em seu trabalho final, o máximo de transparência, de compreensão e legibilidade dos dados coletados, para conseguir proporcionar junto a seus usuários e o sistema contábil, um meio de interação eficaz.

Ainda conforme Dias e Filho (2000) percebe-se que há a necessidade de admissão da Contabilidade como uma revelação linguística, mesmo que esta seja somente para o universo dos negócios, devido ao seu objeto de estudo e campo de atuação.

Hendriksen e Van Breda (1999, p.524) argumentam que "títulos e descrições apropriados dos itens contidos nas demonstrações podem ser esclarecedores para o leitor, mas termos obscuros só podem levar a confusão ou incompreensão". Logo, podemos perceber que as informações empregadas e seu desenrolar, são tão importantes quanto a demonstração ali analisada.

Admite-se que o entendimento da informação depende também da capacidade de interpretação do usuário e toda a abordagem ficará intimamente ligada à ideia de que este possui uma experiência suficiente para entender o conteúdo dos demonstrativos contábeis. Tal embasamento encontra apoio no ponto de vista do *Financial Accounting Standards Board* (FASB), onde, deva existir a utilização de esforços para aumentar o entendimento das informações contábeis, elas "devem ser compreensíveis aos que possuem uma noção razoável dos negócios e das atividades econômicas e se dispunham a estudá-las com certa diligência". O *International Accounting Standards Board* (IASB) e o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) possuem o mesmo posicionamento.

As dificuldades aqui expostas podem ser consideradas relevantes, tendo em vista que a Estrutura Conceitual Básica da Contabilidade aprovada pelo Instituto Brasileiro dos Contadores (IBRACON), em 1986, previne erros de comunicação e evidenciação decorrentes de problemas de linguagem inadequada e outros motivos pelos quais se pode relatar um menor aproveitamento das informações apresentadas nas demonstrações contábeis.

Mediante evidências de que as informações contábeis e o meio pelo quais as mesmas são apresentadas podem influenciar nas decisões dos usuários, o presente trabalho busca resolver o seguinte problema: **Como as características qualitativas da informação contábil exercem impacto no processo decisório e qual a percepção de dos concludentes do curso de Ciências Contábeis da UFCG Campus Sousa a respeito destas?**

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivos Gerais**

- Verificar se a presença das características qualitativas das informações contábeis exerce impacto no processo decisório dos concludentes do curso de Ciências Contábeis do Campus Sousa.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Avaliar a percepção dos concludentes acerca do seu conhecimento relacionado às características qualitativas da informação contábil e sua importância no processo de comunicação;
- Verificar o grau de importância atribuído pelos concludentes a cada uma das características abordadas na pesquisa;
- Comparar o grau de importância atribuído às características qualitativas e o impacto que a presença dessas características tiveram nas decisões propostas.

### **1.3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Com a finalidade de analisar o grau de conhecimento dos concludentes do curso de Ciências Contábeis da UFCG Campus Sousa acerca do impacto e da importância que as características qualitativas da informação contábil geram na tomada de decisão, optou-se por um estudo de natureza qualitativa, caracterizando-se quanto aos meios como bibliográfica e de levantamento, e de fim descritivo.

#### **1.3.1 Quanto aos meios**

O presente trabalho utilizou de pesquisa bibliográfica, por meio de material já elaborado, principalmente de livros, artigos científicos, dissertações, teses, e *sites* da internet, que abordassem assuntos relevantes ao estudo. Em sua obra, Gil (2008), explica que a principal vantagem desse tipo de pesquisa encontra-se no fato de propiciar ao investigador o domínio de uma série de acontecimentos muito mais amplos do que ele poderia conseguir pesquisando diretamente. De modo, que essa vantagem torna-se particularmente muito importante quando o problema de pesquisa em questão requer dados dispersos pelo espaço.

A respeito do levantamento de campo, o mesmo autor, discorre que as pesquisas deste tipo se distinguem pela interrogação direta com as pessoas de que se deseja conhecer o comportamento. Basicamente, solicitam-se informações de um determinado e significativo grupo de pessoas em torno do problema em questão para posteriormente, diante análise quantitativa, atingir as conclusões que correspondem aos dados arrecadados.

#### **1.3.2 Quanto aos fins**

Este trabalho pode ser tipificado como pesquisa descritiva, que para Gil (2008), é um tipo de pesquisa tem como objetivo fundamental a descrição das características de uma dada população, ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis. São incontáveis

os estudos que podem ser elencados sobre este título e uma das suas características mais importantes encontra-se na utilização de técnicas padronizadas para coleta de dados.

Na visão de Martins Junior (2008), a pesquisa descritiva procura encontrar e observar fenômenos que existem num dado período de tempo, buscando descrevê-los, classificá-los, compará-los, interpretá-los e avaliá-los com o intuito de esclarecer situações e idealizar futuros planos e decisões.

Nesse sentido, com a pesquisa descritiva esperou-se analisar o grau de entendimento e aprendizado dos concludentes frente às características qualitativas da informação contábil; além de descobrir e descrever a percepção dos mesmos sobre o grau de importância de tais características.

### **1.3.3 Quanto à forma de abordagem**

Segundo Richardson (1999), o método quantitativo caracteriza-se pela aplicação da quantificação por meio das modalidades de coleta de informações e também do tratamento delas através de técnicas estatísticas, partindo das mais simples como: percentual, média e desvio-padrão; até as mais complexas como: coeficiente de correlação análise de regressão, entre outras. Deste modo, foi por meio da análise e quantificação dos dados coletados que se procurou encontrar respostas para os objetos almejados por essa pesquisa.

### **1.3.4 Universo e Amostra da pesquisa**

A pesquisa envolve 75 os alunos concludentes do curso de Ciências Contábeis da UFCG Campus Sousa, sendo este universo necessário para a identificação da amostra.

Do universo da pesquisa, foram entrevistados 40 alunos concludentes, sendo esta uma amostra não probabilística, definida por acessibilidade. A fim de atingir os objetivos propostos optou-se escolher os alunos matriculados na disciplina de TCC (Trabalho de conclusão de curso). Dos 75 concludentes, 40 foram entrevistados por motivo de disponibilidade..



### 1.3.5 Procedimentos de coleta

Para alcançar o objetivo deste trabalho foi necessária a utilização de uma pesquisa de levantamento, desenvolvida por meio da construção de um questionário (Apêndice A), aplicado aos concluintes de forma uniforme, onde todos responderam ao mesmo tempo e de forma individual, buscando alcançar o resultado pretendido.

O presente questionário é composto em blocos, que podem ser divididos em cinco grupos. O primeiro grupo aborda questões que evidenciam os dados dos respondentes; O segundo refere-se a instruções de preenchimento; E o terceiro grupo que compreende aos blocos 3, 4 e 5 enfocam perguntas em torno das características qualitativas da informação contábil.

A composição do terceiro e último bloco de questões compreendem a três aspectos. O primeiro (grupo 3) contém questões com a ausência das características qualitativas.

O Segundo (grupo 4) apresenta as mesmas questões do grupo anterior, mas desta vez com a presença das características qualitativas de modo a avaliar se estas geram alguma mudança de alternativa na tomada de decisão.

O último aspecto a ser observado (grupo 5), versa sobre o grau de importância atribuído pelos respondentes a cada característica elencada, por meio de uma escala que varia desde "sem importância" a "muito importante".

### 1.3.6 Apresentação e tratamento dos dados

As informações extraídas do questionário citado foram organizadas e tabuladas com o auxílio do *Microsoft Excel* (2007), através de tabelas. A análise qualitativa deu-se a partir da observação e interpretação das respostas, de acordo com os conhecimentos tratados no referencial teórico, de forma a atender aos objetivos desta pesquisa, bem como dar suporte as conclusões finais do referido estudo.

Para tanto, buscando uma melhor visualização e facilidade na análise dos dados, não foi seguida a ordem das respostas conforme dispostas no questionário, foi considerada na tabela a alternativa esperada correspondendo à alternativa correta e a outra a alternativa errada.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 A Informação

Informação é o produto obtido do processamento, manipulação e organização de dados, de forma que exerça uma alteração (quantitativa ou qualitativa) no conhecimento de quem a recebe (DIAS FILHO, 2000).

Serra (2007), por sua vez, propõe que podemos obter muitos significados para a mesma, dependerá apenas do contexto a qual foi inserida, mas como via de regra podemos defini-la como sinônimo de conhecimento, instrução, comunicação, representação e estímulo mental.

Segundo o Prof. Imre Simon (1999), o conceito de informação é “vago e intuitivo”:

Quando fazemos uma pergunta, estamos pedindo informação, quando assistimos televisão ou um filme, estamos absorvendo informação. (...) Usamos, absorvemos, assimilamos, manipulamos, transformamos, produzimos e transmitimos informação durante o tempo todo, durante todo o tempo. (...) mas não conseguimos descrever, em palavras, o que é informação.

Segundo Alves (2003), a informação também pode ser entendida como um conjunto de dados, prontos para uso, úteis e organizados com a ausência de viés. Ela desempenha uma força que segrega e modifica realidades bastante expressivas, pois ao obtê-la na hora oportuna, com clareza e de fonte fidedigna, essa informação pode ser primordial na tomada de decisão.

Dias Filho (2000) assegura que as informações contábeis permitem a redução de incertezas. Assim, a utilidade dessas informações podem ser medidas pela divergência entre a incerteza dos usuários, antes e após o recebimento das informações. Logo, surge a necessidade de que essas informações sejam dotadas de atributos que aumentem o seu grau utilidade para os usuários.

Para Fujino (2012, *apud* Wang Strong 1996) um “dado pronto para o uso” significa que o dado disponibilizado possui como atributos a acurácia, credibilidade, objetividade, acessibilidade, segurança, apropriado em quantidade, relevância, oportunidade, capacidade de agregar valor, compreensibilidade, interpretabilidade, possuidor de reputação, representa de forma concisa, consistente e completa aquilo ao qual se propõe.

## 2.2 Usuários da informação contábil

Segundo CARVALHO (1991), a contabilidade como instrumento de gestão tem a finalidade de auxiliar no processo de tomada de decisão, por meio de informações que sejam úteis, claras e fidedignas para que assim, haja compreensão por parte de seus usuários. Para tanto, estes usuários vêm requerendo não somente as informações econômicas e financeiras, mas também as de caráter sócio-ambiental.

Para Albuquerque *et. al.* (2009), os usuários das informações contábeis são capazes de serem identificados a partir de sua perspectiva sobre a informação, que podem ser usuários internos e externos. Os usuários internos são os proprietários, sócios, acionistas, pelos gerentes e demais administradores. Os usuários externos são os bancos e instituições financeiras, governo e órgãos públicos, fornecedores, clientes e concorrentes. De forma geral, são todos aqueles que necessitam de informações para a tomada de decisão.

Os diversos tipos de usuários da informação contábil apresentam-se diferentes quanto à utilização dessas informações geradas. As informações precisam ser apresentadas de tal forma que cada usuário possa utilizá-las de acordo com suas necessidades, conhecimento prévio ou expectativas (PAIVA, 2009).

Quadro 1 – Usuários da Informação contábil

Usuários	Características
Entidades Governamentais	Disciplinadores legais; interessados em informação que sirvam de base à tributação como receitas e lucros – Usam os relatórios para fins de arrecadação de impostos, bem como para fins estatísticos no sentido de redimensionar a economia (IBGE).
Fornecedores e Clientes	Ambos têm interesses na continuidade da empresa e na manutenção da capacidade desta em saldar compromissos e fornecer benefícios passados, presentes e futuros – Usam os relatórios para analisar a capacidade de pagamento e compra dos bens e serviços.
Acionistas e Investidores	Interessados no desenvolvimento dos negócios, na manutenção do lucro por ações, no fluxo de dividendos, entre outros. É através dos relatórios contábeis que se identifica a situação econômico-financeira da empresa, e desta forma ambos têm como decidir as melhores alternativas para o investimento.
Financiadores e Bancos	Fornecedores de recursos necessários ao desenvolvimento dos empreendimentos, com direito de regresso, buscam saber a situação real da empresa, bem como perspectivas futuras. Utilizam os relatórios para aprovar os empréstimos.
Empregados e Sindicatos	Interessados na continuidade da empresa, bem como na geração dos benefícios. Utilizam os relatórios para, por exemplo, determinar a produtividade do setor, entre outros.
Administração	Controladores e responsáveis pelas boas práticas de manutenção de taxas de retorno aceitáveis e de nível adequado de endividamento.
Outros interessados: Agentes de mercado de ações, intermediários, sociedade, associações de classe, entre outros	Buscam constatar a manutenção e o desenvolvimento da empresa, bem como a ação no meio a que ela está inserida, como, por exemplo, a verificação dos benefícios que ela gera para a sociedade.

Fonte: Ott e Pires (2009).

Deste modo, conforme pode ser visto no Quadro 1, observa-se que há um grande número de interessados nas informações contábeis e que provavelmente a tendência é ser cada vez maior, já que elas estão diretamente associadas a questões de interesse da sociedade. Para tanto, independentemente de quem possa estar interessado na informação contábil, esta deve se expressar de forma relevante e confiável, e dessa maneira ser útil no processo decisório.

### **2.3 A Comunicação**

Desde os primórdios da humanidade, a comunicação tem papel primordial, uma vez, que sem ela não haveria as organizações. Para Ribeiro (1997), a comunicação pode ser considerada como a mais básica das necessidades, após a sobrevivência física.

Segundo Hayes e Peter (1994), a comunicação foi fundamental para que os indivíduos pudessem formar a sociedade, porque somente por meio dela se podia trocar ideias ou experiências.

Para Dias Filho (2000), o conceito de comunicação está ligado à ideia daquilo que é comum e é de interesse para a coletividade (a partir de dois ou mais usuários). Para tanto, a comunicação procura unir pontos extremos por meio de um mesmo canal que tenha estrutura, para que estes, por sua vez, possam ter entendimento da comunicação que lhes é compartilhada.

Seguindo esta mesma linha de raciocínio, Matias (2007, p. 12) aborda a dificuldade de se definir a comunicação com exatidão, mas que ao mesmo tempo todos sabem do que se trata. Para tanto, ele conceitua a comunicação como sendo ato de comunicar algo ou de comunicar-se com alguém, significando, portanto, participar, fazer saber, tornar comum, pois, quando se há a comunicação alguma coisa se torna comum para quem a recebe.

Compreende-se a comunicação, através de várias concepções apresentadas por Barbosa e Rabaça (2001), através de emoções, ideias, veículos de informações, relatórios, figuras, palavras, gráficos, entre outros, tudo isso, com o intuito de interferir no comportamento de um usuário, ou de um determinado grupo, de onde se pode medir o efeito dessa mensagem

de acordo com a quantidade de informação processada e pelo número de opções que ela admite serem rejeitadas pelo usuário.

## 2.4 Teoria da Comunicação

Shannon (1948), em sua monografia intitulada "*The Mathematical Theory of Communication*", que no ano seguinte seria republicada por Warren Weaver, buscou delinear um quadro matemático, no qual ao seu final fosse possível mensurar o custo de uma mensagem, de uma comunicação entre dois pontos desse sistema. Foi nesse contexto que ele propôs que o processo comunicacional passaria por alguns tipos de problemas. Quais sejam:

- Problema técnico: com que precisão os símbolos da comunicação são transmitidos?
- Problema semântico: com que precisão os símbolos que foram transmitidos aguardam o significado desejado?
- Problema de eficácia: com que eficácia o significado recebido afeta o comportamento de maneira desejada?

Segundo Gouveia (2010, *apud* Shannon e Weaver, 1964), a comunicação pode ser entendida como todos os procedimentos nos quais uma mente afeta outra mente, o que compreende não somente a linguagem oral ou escrita, mas de certa forma, todo o comportamento humano.

Dias Filho (2000), apresenta em seu trabalho, pesquisas científicas destacando que a Contabilidade não consegue alcançar um nível satisfatório de informação para alguns usuários. Diante esse resultado, enfatiza que a Contabilidade, à luz da Teoria da Comunicação, deveria distinguir quais são as necessidades dos usuários, para a partir destas desenvolver o meio de comunicação a ser utilizado, fato contrário ao que vivemos até hoje, onde os contabilistas, maiores detentores do saber nessa área, são os responsáveis pela definição dos modelos de evidenciação, obrigando que os usuários detenham um conhecimento profundo, para que seja possível compreender as informações contábeis.

Iudícibus (2009) e Carvalho (1991), ao questionarem a relação entre a Teoria da Comunicação com a informação contábil, também concordam que, para que o processo comunicacional aconteça de forma correta, deve ser levada em consideração a capacidade que os usuários possuem de interpretar as informações contábeis, de modo a não torná-las inúteis.

Admitindo que a comunicação é fundamental na execução das funções que se referem a contabilidade, diversos autores sugerem a utilização da Teoria da Comunicação como meio de aperfeiçoar a qualidade das informações contábeis. A exemplo de Dias Filho (2000, *apud* BEDFORD & BALADOUNI, 1962), que afirmam que a Teoria da Comunicação foi implantada com muito êxito em outros ramos do conhecimento humano, como a psicologia experimental, a linguística e a biofísica. Acrescentam ainda, que a Teoria Matemática da Comunicação, criada por Shannon, pode funcionar como um instrumento de grande importância para realização de novas pesquisas contábeis, não somente por possuir uma base matemática, mas sim por sua excelente estrutura conceitual, por meio da qual a informação é tratada como um redutor de incertezas de acordo com a capacidade de interpretação do receptor.

Dias Filho (2000, *apud* BEDFORD & BALADOUNI, 1962) acrescenta que, para que isso aconteça, primeiramente é de extrema importância compreender que a Contabilidade é de fato um processo de comunicação e para que o mesmo possa acontecer, são necessárias duas dimensões, assim divididas: a dimensão da observação e a dimensão da produção. A primeira dimensão é composta pelas seguintes etapas: recebimento de informações sobre os eventos econômicos e financeiros da empresa, interpretação destas e escolha daquela que deverá ser comunicada. Por outro lado, a dimensão da produção caracteriza-se por englobar as seguintes atividades: codificação da informação e transmissão desta até o usuário.

Bedford & Beladouni (1962), criaram um modelo que pudesse explicar e mensurar o processo da comunicação contábil, possuindo em sua estrutura os seguintes elementos: os eventos econômicos, o contador, os demonstrativos contábeis e o usuário das informações. O modelo mencionado incorpora os conceitos de fidelidade e significância, com a finalidade de definir, respectivamente, a relação almejada entre o contador e o usuário e a relação entre os demonstrativos contábeis e os eventos econômicos. Desta forma, significância refere-se ao grau de relevância com que a Contabilidade consegue relatar os eventos econômicos, enquanto que, fidelidade se refere à correspondência que deve se fazer

presente entre os significados que o usuário dá às mensagens e outros que o contador tem pretensão de transmitir.

Diante as várias funcionalidades da Teoria da Comunicação, Epstein (1988) buscou explicar que os fundamentos da Teoria da Comunicação têm sido empregados com êxito em métodos de avaliação de textos linguísticos, tanto para a informação objetiva, calculada especificamente de acordo com medidas aplicadas no texto, quanto para subjetiva, que acontece quando se considera o desempenho de alguns sujeitos ou classes de sujeitos frente a textos.

De um modo geral, pode-se definir a Teoria da Comunicação como a transferência de informações de certa fonte para um determinado receptor. Tendo em vista que o objetivo de um comunicador é realizar esse procedimento de modo eficiente, logo, surge a necessidade de desenvolver alguns modelos buscando o aprimoramento da comunicação, dentre os quais podemos citar o mais conhecido, o Processo Comunicacional.

## **2.5 Processo Comunicacional**

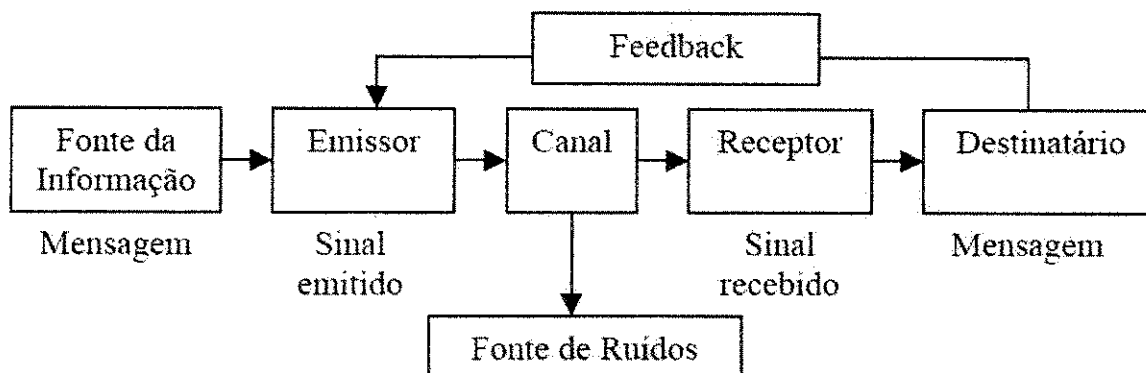
O desenvolvimento inicial da Teoria da Comunicação foi por Claude Shannon (1949), mediante uma abordagem matemática, buscando solucionar problemas associados com a transmissão de sinais no campo das telecomunicações. O modelo geral de comunicação criado por Shannon, em versões mais limitadas, comporta três dimensões: a dimensão técnica, a semântica e a pragmática. A primeira dimensão está ligada ao processo técnico de transmissão dos sinais; a dimensão semântica corresponde à precisão com que os símbolos podem "transportar" os significados pretendidos, e a dimensão pragmática está direcionada à eficiência no modo como "significados recebidos" estimulam comportamentos.

No processo comunicacional, o fator fundamental não está centrado em examinar a importância da comunicação, mas a qualidade dessa informação que foi partilhada entre quem enviou e quem recebeu essa mensagem. Para assegurar essa qualidade, é indispensável a observação dos elementos que constituem esse processo comunicacional que são: fonte, emissor, canal, decodificador e receptor (DIAS et. al, 2004).

De forma geral, a comunicação pode ser vista como uma transferência de informações de uma fonte para um receptor. Sabendo que a finalidade do emissor da informação é



concretizar esse processo de modo eficiente, como acontece no processo comunicacional que trata de todo o fluxo da comunicação (figura 1).



**Figura 1** – Esquema geral da Comunicação de Shanon e Weaver  
Fonte: (Adaptado de DIAS FILHO, 2001).

Segundo Dias Filho e Nakagawa (2000), o modelo supracitado na Figura 1 é formado pelos seguintes elementos: emissor, mensagem, código, canal e receptor. O emissor, como o próprio nome diz, é aquele responsável por modificar os sinais, que tem por objetivo codificar a mensagem e fazê-la compreensível ao destinatário; a mensagem é o instrumento pelo qual podemos unir o emissor ao receptor, possibilitando a divulgação de vários conteúdos, por exemplo: ordens, instruções, pedidos, reclamações, sugestões, opiniões, etc.; o código, por sua vez, pode ser classificado como uma série de regras que relacionam seus usuários sob a forma de reciprocidade para tornar perceptível o conteúdo da mensagem; o canal é o recurso empregado para transmitir a mensagem e tem como requisitos: manuseio e reprodução fáceis, durabilidade, facilidade de conservação, resistência etc. Da mesma forma que o código, o canal necessita ser controlado tanto pelo emissor quanto pelo receptor e ainda ser adequado ao tipo de mensagem que se pretende transportar. Por último, há o receptor, que é a quem a mensagem se destina.

Examinado a estrutura do modelo geral de comunicação, Berlo (1997) relata que a comunicação tem por finalidade partilhar informações e que a mesma pode ser prejudicada por diversos fatores, tais como: “a) o emitente não se expressa de maneira adequada, dizendo algo diferente do que pretendia; b) o receptor compreende a mensagem de modo inadequado, que não se coaduna com a intenção do emitente; c) a mensagem recebida difere da enviada, por ter sido deturpada ou alterada enquanto era transportada”, dentre outros.

Trazendo para o meio contábil, podemos considerar o contador como emissor, o qual é responsável por transmitir a mensagem aos usuários, que por sua vez, assumem o papel de receptores. As informações que precisam ser transmitidas aos usuários são as mensagens. Os meios pelo qual essa mensagem seria transmitida (internet, reuniões, telefonemas, visitas) seria o canal. Deve existir uma preocupação por parte do Contador, a respeito da mensagem que se utiliza para comunicação dos usuários, pois eles necessitam da mesma para auxiliá-los na tomada de decisão.

Para Berlo (1997), quando existe um objetivo a comunicar, uma resposta a se alcançar ou um comportamento a alterar por meio do ato comunicativo, aguarda-se deste a maior exatidão possível. Portanto, é importante analisar quais os fatores ligados à fonte, ao receptor, à mensagem e ao canal que determinam a eficiência da comunicação.

Dentre os principais fatores que interferem na comunicação, podemos citar os "ruídos", que por sua vez podem ser considerados os "vírus" da comunicação. Se neste processo tivesse a ausência de ruídos (problemas de comunicação), seria possível assegurar que o *feedback* (ato que acontece após conhecimento da mensagem) ocorreu de modo eficiente, mesmo que a realidade afirme que houve diferença ao grau que se deseja comunicar.

Berlo (1997), afirma que "ruído e fidelidade são duas faces da mesma moeda. A eliminação do ruído aumenta a fidelidade; a produção de ruído reduz a fidelidade...". O autor menciona ainda: "ruído é o que tínhamos quando a comunicação não funcionava e a fidelidade é o que tínhamos quando funcionava". Diante disso, pode-se dizer que estes dois elementos são inversamente proporcionais, pois, à medida que aumentasse um, diminuía o outro.

Os ruídos podem ser considerados como interferências que prejudicam o processo comunicacional. Afirma-se ainda, que estes podem ser classificados como distorções não planejadas e que impossibilitam que a mensagem enviada chegue até ao receptor da mesma forma a que foi enviada pelo emissor (DIAS et al, 2004).

Estes ruídos tem a capacidade de intervir no entendimento dos usuários das informações contábeis, ou até prejudicar a qualidade da informação. Diante os ruídos que se encontram no processo comunicacional contábil, Libonati e Souto Maior (1996), citam aqueles que acontecem com maior frequência:

- **Nomenclatura contábil imprópria (terminologia contábil)** – uso de termos técnicos que impossibilitam, ou não geram uma informação capaz de ser compreendida pelos usuários. Podemos citar equivalência patrimonial, resultado de exercícios futuros, ativo diferido, etc.;

- **Quantidade de informação divulgada** – devido à subjetividade no limite das informações a serem divulgadas, há a possibilidade de omissão de informações muito importantes, ou a divulgação de informações sem validade, diminuindo assim a eficácia do documento na análise dos usuários. Por sua vez, causando impacto significativo na tomada de decisão, prejudicando de forma direta os que necessitam desta, por meio de omissão de Balancetes, Balanços, Notas Explicativas, Relatórios da diretoria, etc.;
- **Capacidade de entendimento** – o baixo grau de conhecimento na área analisada pelos usuários acarreta a falta de entendimento da mensagem e seu conseqüente erro na tomada de decisão. Tendo em vista, que para que essa Capacidade de entendimento se faça presente, há a necessidade não somente do entendimento básico, mas de sempre procurar atualizar-se nesta área, uma vez que a Contabilidade é uma ciência que passa sempre por mudanças e tem como uma de suas finalidades acompanhar e solucionar os problemas econômicos da sociedade;
- **Expressões e termos em outros idiomas (estrangeirismos)** – presente em demonstrações contábeis, sem o seu devido significado. A exemplo do *Goodwill*, *Feedback*, *Off-Balance-Sheet*, dentre outros.

Para tanto, pode-se admitir que a Contabilidade deveria empregar ou, no mínimo, assegurar esses conceitos com maior força para atingir melhores resultados, tentando adequar a sua linguagem à competência de entendimento do usuário. Alguns autores da área contábil que se destinaram a estudar esse assunto, a exemplo de Dias Filho (2000, *apud* BEDFORD & BALADOUNI, 1962) que alegaram que o primeiro passo nesse meio consiste em entender a contabilidade como um processo de comunicação e compreender como se relacionam os seus componentes. Para eles, isso requer entender as relações que evoluem entre os vários elementos, tais como: o contador e os eventos econômicos, o usuário e as demonstrações contábeis, o usuário e os eventos sócio-econômicos, a empresa e o mundo dos eventos econômicos, dentre outros elementos que deveriam ser levados em conta no modelo comunicacional.

O segundo passo, ainda conforme Dias Filho (2000, *apud* BEDFORD & BALADOUNI, 1962) seria reconhecer um modelo distinto de comunicação que viesse a ser aceito pela Contabilidade para maximizar a sua finalidade informativa. Contudo, como o número de usuários é muito vasto e distinto no que diz respeito a características e interesses, certamente não seria proveitoso fazer esforço dessa magnitude, uma vez que, nessas condições, a aplicação de qualquer modelo estaria propenso a ser muito restrito.

Desde muitos anos atrás se tem relatos da tentativa de se harmonizar o processo de comunicação e as expressões contábeis. Um exemplo prático disto aconteceu em 1920, o American Institute of Certified Public Accountants (AICPA) instaurou um Comitê de Terminologia com o intuito inicial de selecionar um conjunto de palavras e expressões usadas frequentemente pela Contabilidade, buscando fixar significados mais eficazes para cada uma delas. Deste impulso inicial, obteve-se um tipo de manual intitulado de *"Accounting Terminology"*, que foi lançado em 1931, em natureza experimental. Posteriormente, o mesmo comitê elaborou um relatório mais amplo, onde continha um grande número de definições de termos empregados pela Contabilidade, mas infelizmente foi gerada uma polêmica muito forte em torno deste, fazendo com que o mesmo não chegasse nem a ser publicado. Entre os anos de 1939 a 1953, oito documentos similares foram elaborados por esse Comitê e publicados e intitulados de *"Accounting Research Bulletins"*, depois foram consolidados e publicados e nomeados de "Boletim de Terminologia nº. 1" (DIAS FILHO; NAKAGAWA, 2001).

Analisando o contexto histórico, conforme destaca Sá (2009), percebe-se que há muitos anos os profissionais da contabilidade já se preocupavam com a habilidade de comunicar a sua informação para os interessados, mas que até hoje ainda são discutidas formas de concretizar tais habilidades em função do crescimento das corporações e até mesmo da própria valorização da profissão contábil.

## **2.6 Comunicação Contábil**

Ludicibus (2009), aponta duas abordagens dos objetivos da contabilidade. Para uma, a Contabilidade precisaria assistir as necessidades de todos os usuários, por meio de um conjunto simples de informações, para outra, precisaria disponibilizar um banco de informações específicas para cada espécie usuário. Na prática, as duas são ineficientes, sabendo que não há a possibilidade de atender a todas as necessidades dos que dela dependem, pois cada um possui seus objetivos e necessidades diferentes, e mesmo que soubesse seria utópico acreditar que todos os usuários seriam capazes de entender.

Para entender a comunicação da informação contábil, é necessário entender primeiramente qual seria a função da Contabilidade, que seria fornecer informações úteis, no momento oportuno para auxílio na tomada de decisão. Para tanto, pode-se dizer que tão importante

quanto produzir uma informação correta, é assegurar que ela possa ser compreendida pelo usuário, para que assim seja usada como instrumento de apoio no processo decisório.

No conceito já podemos perceber a presença da comunicabilidade, da qual o contador como emissor, necessita estar atento para melhor orientar aqueles que irão receber sua informação.

Para a os professores da FEA/USP (2006 p. 21):

A contabilidade, na qualidade de ciência social aplicada, com metodologia especialmente concebida para captar, registrar, acumular, resumir e interpretar os fenômenos que afetam as situações patrimoniais, financeiras e econômicas de qualquer ente, seja este pessoa física, entidade de finalidades não lucrativas, empresa, seja mesmo pessoa de Direito Público, tais como Estado, Município, União, Autarquia, etc., tem um campo de atuação muito amplo.

A Contabilidade é definida pela Teoria da Comunicação como um sistema integrado de informações. Portanto, há a necessidade de tentar adaptá-la aos meios estabelecidos por tal teoria, buscando assegurar a fidedignidade desejada nas informações, tendo em mente que é fundamental o entendimento do exato sentido da informação contábil por parte do usuário, caso contrário às mensagens serão apenas emitidas e não utilizadas (DIAS et al, 2004).

A Contabilidade comporta diversos tipos de usuários e devido a isto não deve empregar uma linguagem restritiva de modo a que possa limitar ou selecionar aqueles capazes de compreendê-la, isto porque, conforme Hendriksen e Van Breda (1999, p. 512): "a responsabilidade de divulgação que identificamos é genérica, destinada a informar, em caráter geral, todos os usuários e encarregados do controle e da gestão da organização".

No meio contábil, a evidenciação pode ser definida como a demonstração da situação econômico-financeira e patrimonial de uma entidade, utilizando como base na sua elaboração as informações obtidas dos registros contábeis, seja por meio das demonstrações obrigatórias de publicação, ou através dos mais variados tipos de relatórios emitidos pelos contabilistas (DIAS FILHO, 2000).

A evidenciação pode ter variadas formas, mas a essência é sempre a mesma: Divulgar a informação quantitativa e qualitativa de maneira ordenada, aproveitando o máximo possível das informações úteis, a fim de proporcionar uma base adequada ao usuário auxiliando de forma direta na tomada de decisão (IUDÍCIBUS, 2009).

Para Dias Filho (2000, *apud* MOST, 1977), as fronteiras da evidenciação se estendem além das demonstrações contábeis, mas esse mesmo autor ressalta que, na visão tradicional, ela ainda está associada à ideia de “relatórios financeiros” voltados para suportar decisões de usuários externos. O certo é que os limites da evidenciação devem ser determinados em função dos interesses e características dos usuários, considerando-se sempre os conceitos de materialidade e relevância.

Dias Filho (2000) afirma que a evidenciação precisa ser “justa, adequada e plena”, para permitir uma compreensão satisfatória de todos os elementos contábeis que possam influenciar as decisões. Afinal, se a Contabilidade for considerada como um fim em si mesma, isto é, desvinculada das necessidades do usuário, torna-se um instrumento estéril, sem qualquer serventia.

Em meio a esse problema, Hendriksen e Van Breda (1999), relatam que não é possível aguardar de uma lei detalhes técnicos esmiuçados e alerta que isso também não seria desejável para a qualidade da informação. Afirmam ainda que bastariam normas gerais que permitissem entender os recursos disponibilizados pela teoria contábil.

Quanto aos métodos de evidenciação, a literatura atual certifica que eles podem oscilar desde que se mantenha a missão de transmitir informações de maneira clara e ordenada. Diante as ferramentas mais empregadas na divulgação, merecem destaque os demonstrativos contábeis propriamente ditos, as notas explicativas, quadros suplementares, o parecer dos auditores independentes e os relatórios da administração.

Neste mesmo tema, a Organização das Nações Unidas (ONU), por meio de uma equipe de especialistas em padrões internacionais de Contabilidade, levou em consideração que a dificuldade dos negócios não pode ser empregada como motivo para a apresentação de informações pouco compreensíveis. Por meio de seus relatórios publicados em 1989, a referida equipe mencionou, por exemplo, que o meio de apresentar, a terminologia utilizada, os conceitos e hipóteses estipuladas devem ser enunciados de modo não ambíguo, e suficientemente explicitados, ao modo que a informação seja entendida com segurança (LIBONAT; SOUTO MAIOR, 1996).

No que tange à evidenciação contábil nota-se pelo menos três questões indispensáveis inerentes à mesma: os usuários da informação, o conteúdo apropriado, e as maneiras de evidenciá-la.

Qual o melhor grupo a ser divulgado? Uma ampla quantidade de informações? Métodos rigorosamente técnicos? Informações mais objetivas e claras, e menos técnicas? Tais

questionamentos não possuem uma solução instantânea e se submeterão a uma minuciosa análise de custo e benefícios produzidos pelas informações a serem prestadas. O propósito da evidenciação é que a informação irrelevante seja omitida, de modo que facilite o entendimento da mensagem.

## 2.7 Características Qualitativas da Informação Contábil

Para que as informações fornecidas pela contabilidade atendam as necessidades dos usuários e sejam utilizadas por estes nas suas decisões, além de sua elaboração e evidenciação das demonstrações, são necessários requisitos básicos para que se alcance um nível de satisfação.

As características qualitativas da informação contábil-financeira útil classificam os tipos de informação que muito provavelmente são consideradas como as mais úteis para os diversos usuários, para sua conseqüente tomada de decisão acerca da entidade, tendo por base as informações presentes nos seus relatórios contábil-financeiros (CPC, 2011).

Mediante a Estrutura Conceitual anterior no Brasil aprovada pelo CPC 00 (2008) com base na Estrutura Conceitual do IASB (2001), estabelecia que as características qualitativas da informação contábil, que foram definidas como atributos que tornam as demonstrações contábeis úteis para os usuários da informação, classificavam-se em quatro principais: Compreensibilidade, Relevância, Comparabilidade e Confiabilidade. Neste mesmo contexto, definia ainda que cinco atributos faziam-se necessários para que a informação pudesse ser confiável, seriam estes: Representação Adequada, Primazia da Essência sobre a Forma, Neutralidade, Integridade e Prudência.

O CPC 00 passou por algumas mudanças em sua estrutura, onde as características qualitativas da informação contábil-financeira dividiram-se em:

- (a) características qualitativas fundamentais (*fundamental qualitative characteristics* – relevância e representação fidedigna), as mais críticas; e
- (b) características qualitativas de melhoria (*enhancing qualitative characteristics* – comparabilidade, verificabilidade, tempestividade e compreensibilidade), menos críticas, mas ainda assim altamente desejáveis.

A característica qualitativa Confiabilidade foi reclassificada de Representação fidedigna.

A característica Essência sobre a Forma foi formalmente retirada da condição de componente separado da Representação Fidedigna, uma vez que foram consideradas uma redundância. Para tanto, tal característica continua sólida e insubstituível nas normas do IASB.

A característica Prudência (ou conservadorismo) também precisou ser retirada da condição de componente da representação fidedigna por ser inconsistente com a neutralidade. Levando-se em consideração, que subavaliações de ativos e superavaliações de passivos, não são compatíveis com a informação que deseja ser neutra.

Para que a informação contábil-financeira seja útil, ela necessita ser relevante e desempenhar com fidedignidade aquilo que se deseja representar. A eficácia dessa informação pode ser melhorada se ela for capaz de ser comparável, verificável, tempestiva e compreensível.

### **2.7.1 Características Qualitativas Fundamentais**

As características qualitativas fundamentais são Relevância e Representação Fidedigna. A informação necessita ser relevante e simultaneamente desempenhar com fidedignidade a realidade apresentada para que possa ser útil. Uma representação fidedigna de um acontecimento irrelevante é tão inútil quanto uma representação não fidedigna de um acontecimento relevante, não poderá servir de auxílio ao usuário em uma boa tomada de decisão.

Para tornar as características qualitativas fundamentais mais eficientes e efetivas, são necessárias três etapas: Primeiro, reconhecer o fenômeno econômico que tenha o potencial de ser útil para os usuários da informação. Segundo, identificar o tipo de informação sobre o fenômeno que teria maior relevância se estivesse acessível e que poderia ser desempenhado com fidedignidade. Terceiro, avaliar se a informação está acessível e pode ser desempenhada com fidedignidade.



### 2.7.1.1 Relevância

Segundo Hendriksen e Breda (1999), uma informação está dotada de relevância quando esta for adequada à questão que está sendo estudada. Em outras palavras, pode ser definida como a capacidade que a informação possui de fazer a diferença na tomada de decisão, ajudando ao usuário a fazer uma análise dos eventos passados, presentes e futuros, podendo ainda comprovar ou retificar expectativas anteriores.

Para Alves (2003), a definição de relevância está relacionada a vários fatores que possibilitam que uma informação que é relevante hoje possa não ser amanhã, que possui relevância para um usuário e não possua para outro, que seja relevante uma tomada de decisão e não seja para outra.

As funções de previsão e confirmação das informações são inter-relacionadas. A informação contábil-financeira tem valor preditivo quando ajuda os usuários a elevar a probabilidade de predizer de forma correta o resultado de fatos passados ou presentes. O valor preditivo é utilizado pelos usuários para fazer as suas próprias previsões. A informação contábil-financeira tem valor confirmatório se houver a retro-alimentação— servir de *feedback*— permitindo ao usuário a capacidade de avaliar as suas decisões, onde haverá a confirmação ou correção de expectativas anteriores. O valor preditivo e o valor confirmatório da informação contábil-financeira estão inter-relacionados. A informação que tem valor preditivo muitas vezes também tem valor confirmatório (CPC, 2011).

#### 2.7.1.1.1 Materialidade

Diante o CPC (2011), a relevância das informações é afetada pela natureza de sua materialidade. Uma informação é material se a sua omissão ou distorção for capaz de influenciar nas decisões. Para tanto, não é possível distinguir uma medida quantitativa e para materialidade ou preestabelecer o que seria julgado material para uma situação particular.

### **2.7.1.2 Representação Fidedigna**

Segundo o CPC (2011), para que uma informação torne-se útil, não basta apenas ser relevante, também é necessário que desempenhe com fidedignidade o fenômeno que se propõe representar. Para que a representação possa ser puramente fidedigna, a realidade representada necessita ter três atributos. Ela precisa ser completa, neutra e livre de erro. É evidente, que a perfeição é rara, se de fato for possível alcançá-la. O objetivo é maximizar estes atributos na maior dimensão possível, sem esquecer que representação fidedigna não significa exatidão em todos os aspectos, e não resulta necessariamente em informação útil.

### **2.7.2 Características qualitativas de melhoria**

Comparabilidade, Verificabilidade, Tempestividade e Compreensibilidade são características qualitativas que favorecem o benefício gerado pela informação que é relevante e que é representada com fidedignidade. As características qualitativas de melhoria também podem ajudar a identificar qual de duas alternativas que sejam declaradas semelhantes na medida de relevância e fidedignidade de representação deve ser utilizada para representar um fenômeno.

Características qualitativas de melhoria precisam ser maximizadas no maior alcance possível, mas mesmo que sejam individualmente ou em grupo, elas tem a capacidade de tornar a informação útil se esta for irrelevante ou não for representação fidedigna. Como o próprio nome diz, elas são de "melhoria" (CPC, 2011).

#### **2.7.2.1 Comparabilidade**

Na tomada de decisão, os usuários tem a necessidade de fazer escolhas entre alternativas, como, por exemplo, vender ou manter um investimento, ou em qual entidade investir, nessa ou naquela. Obviamente, que a informação mais útil acerca da entidade será aquela que

puder ser comparada com informação semelhante à de outras entidades, e com informação semelhante sobre a mesma entidade para outro período ou para outra data.

Essa característica qualitativa possibilita que os usuários identifiquem e compreendam a semelhança dos itens e as divergências entre eles. Diferentemente de outras características qualitativas, a comparabilidade não está relacionada com um único item.

O CFC (1999, p. 100) especifica:

A comparabilidade deve possibilitar ao usuário o conhecimento da evolução entre determinada informação ao longo do tempo, numa mesma Entidade ou em diversas Entidades, ou a situação desta num momento dado, com vista a possibilitar-se o conhecimento das suas posições relativas.

Embora a Consistência esteja associada com a comparabilidade, o seu significado é diferente. Consistência refere-se à utilização de mesmos métodos para os mesmos itens, tanto de um período para outro considerando a mesma entidade que reporta a informação, quanto para um único período entre entidades. Comparabilidade é o objetivo, enquanto que a consistência é o meio que auxilia a alcançar esse objetivo.

Para que se possa comparar uma informação, coisas iguais precisam parecer iguais e coisas diferentes precisam parecer diferentes. A comparabilidade da informação não é aperfeiçoada ao se tentar fazer com que coisas diferentes pareçam iguais ou ainda ao se fazer coisas iguais parecerem diferentes (CPC, 2011).

### **2.7.2.2 Verificabilidade**

A verificabilidade significa que diversos tipos de usuários, podem chegar a um consenso, embora não chegue necessariamente a um efetivo acordo, quanto ao retrato de uma realidade econômica em particular ser uma representação fidedigna.

Para que a informação verificável seja quantificável não é necessário que seja em um único ponto estimado. Uma faixa de possíveis montantes com suas respectivas probabilidades também pode ser verificável.

A verificação pode ser de duas formas: direta ou indireta. A verificação direta esta relacionada à verificação um montante ou outra representação através de observação

direta, podemos citar como exemplo, a contagem de caixa. A verificação indireta esta relacionada a conferir os dados de entrada do modelo, fórmula ou outra técnica e recalculer os resultados alcançados por meio da aplicação da mesma metodologia.

Pode ser impossível verificar algumas explicações e alguma informação contábil-financeira sobre o futuro até que o período futuro possa ser alcançado por completo. Para auxiliar os usuários na decisão se pretendem usar tal informação, é normalmente indispensável divulgar as premissas subjacentes, os métodos de obtenção da informação e outros fatores e circunstâncias que toleram a informação (CPC, 2011).

### **2.7.2.3 Tempestividade**

Tempestividade significa ter informação acessível para a tomada de decisão a tempo de poder influenciar em suas decisões. Geralmente, a informação mais antiga é a que tem menos utilidade, pois já estará obsoleta. Apesar disso, alguma informação pode ter sua utilidade prolongada após o encerramento do período contábil, em decorrência de alguns usuários, por exemplo, precisarem identificar e avaliar tendências (CPC, 2011).

### **2.7.2.4 Compreensibilidade**

Classificar, caracterizar e apresentar a informação com clareza e concisão torna-a compreensível.

Alguns fenômenos são especificamente complicados e não podem ser compreendidos com facilidade. A eliminação de informações relativas a esses fenômenos dos relatórios contábil-financeiros pode tornar a informação constante e mais fácil de ser compreendida. No entanto, estes relatórios seriam considerados incompletos e potencialmente distorcidos.

Como já foi citado anteriormente por diversas vezes, os relatórios contábil-financeiros são elaborados para usuários que têm conhecimento razoável de negócios e de atividades econômicas e que revisem e analisem essa informação. Mesmo assim, até os usuários bem

informados podem sentir dificuldades e necessitem procurar ajuda de consultores para compreensão da informação sobre um fenômeno econômico mais complexo.

IUDICIBUS (1997) reforça muito bem essa tese ao afirmar que os relatórios contábeis não podem ser considerados como capítulos de novelas empresariais que qualquer pessoa "mobilizada" possa compreender, mas o resumo de um processo, de uma "forma de pensar" da Contabilidade.

### 3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados e analisados os resultados alcançados por meio da pesquisa realizada com 40 concludentes do curso de Ciências Contábeis da UFCG Campus Sousa, com o objetivo de atestar a capacidade de entendimento e o impacto que as Características Qualitativas da Informação Contábil podem gerar ou não na tomada de decisão.

#### 3.1 DADOS DOS ENTREVISTADOS

##### 3.1.1 Gênero

Tabela 1 – Gênero

	Frequência	%	% Acumulado
Feminino	21	52,5	52,5
Masculino	19	47,5	100
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	

Com relação ao gênero dos concludentes pesquisados, identificou-se uma participação maior do sexo feminino, mas essa diferença é muito pequena, com uma maioria de apenas 2 respondentes, que em dados percentuais corresponde a 52,5% dos entrevistados.

##### 3.1.2 Idade

Tabela 2 – Idade

	Frequência	%	% Acumulado
Até 22 anos	8	20	20
Entre 23 a 27 anos	22	55	75
Entre 28 a 33 anos	9	22,5	97,5
Acima de 33 anos	1	2,5	100
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	

A Tabela 2 evidencia a idade dos concludentes que participaram da pesquisa. De acordo com os dados, 8 concludentes possuem até 22 anos, 22 possuem idade entre 23 a 27 anos, 9 estão entre 28 a 33 anos, e 1 está acima de 33 anos. Analisando tais dados percebe-se mais da metade dos respondentes possuem entre 23 a 27 anos, correspondendo a 55% da amostra da pesquisa.

### 3.1.3 Tempo que está cursando Ciências Contábeis

**Tabela 3 – Tempo que está cursando Ciências Contábeis**

	Frequência	%	% Acumulado
9 períodos	30	75	75
De 10 a 12 períodos	10	25	100
De 13 e 14 períodos	0	0	100
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	

Quanto ao tempo de curso, 30 dos respondentes, ou seja, 75% da amostra estão bloqueados, enquanto que, os outros 10 estão há mais tempo, de 10 a 12 períodos, estando fora da bloqueagem por motivos diversos, dentre os mais comuns estão a reprovação em algumas disciplinas ou vieram de outra instituição de ensino.

## 3.2 ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS QUALITATIVAS DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL

### 3.2.1 Relevância

A questão 3.1 apresenta uma situação em que a empresa Alfa busca o banco Delta procurando uma concessão de crédito, mas ao banco analisar suas demonstrações percebe que seu índice de liquidez não se enquadra nos critérios adotados pelo mesmo, a partir daí, são dadas duas alternativas para o respondente.

A alternativa pretendida a ser escolhida pelo respondente é a que sugere que o banco não deverá conceder o crédito, pois os requisitos para a concessão não foram atendidos. Após isso, na questão 4.1 acrescenta-se uma informação relevante ao contexto onde afirma que esta empresa possui controladas e que seus demonstrativos não estão consolidados.

Desta forma, são apresentadas novamente as alternativas, só que desta vez, a alternativa pretendida é aquela que expõe que o banco deverá analisar outras informações para a concessão do crédito, uma vez que os valores constantes nesses novos demonstrativos, poderiam trazer impacto significativo à análise, através da consolidação.

**Tabela 4 – Relevância: Questões 3.1 e 4.1**

	Sem a característica		Com a característica	
	Frequência	%	Frequência	%
Alternativa correta	16	40	30	75
Alternativa errada	24	60	10	25
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Como pode ser visualizada através da Tabela 4, a inclusão de mais uma informação ao problema em questão fez com que os respondentes mudassem de postura, ou seja, percebe-se que uma informação que contenha a característica qualitativa da relevância é capaz de fazer a diferença nas decisões.

### **3.2.2 Materialidade**

De acordo com a questão 3.2, a empresa Alfa ao fazer uma análise de seu balanço patrimonial, constatou que no mesmo encontravam-se todas as contas analíticas e sintéticas. Para tanto, duas alternativas foram expostas, onde o respondente deveria escolher supostamente aquela em que afirmava que o nível de detalhamento das contas maximizava a utilidade das informações apresentadas. Sendo esta a alternativa escolhida pela maioria dos respondentes.

Posteriormente, na questão 4.2, acrescentava-se uma informação dotada de Materialidade, que afirmava que o balanço patrimonial continha erros significativos que não puderam ser



identificados devido ao grande número de contas irrelevantes ali dispostas. Novamente foram apresentadas as mesmas alternativas e desta vez, a pretendida a ser escolhida era aquela que demonstrava que o grande nível de detalhamento das contas impossibilitava uma melhor análise do balanço patrimonial.

**Tabela 5 – Materialidade: Questões 3.2 e 4.2**

	Sem a característica		Com a característica	
	Frequência	%	Frequência	%
Alternativa correta	22	55	20	50
Alternativa errada	18	45	20	50
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Como pode ser visualizado através da Tabela 5, a inclusão de mais uma informação ao problema em questão, no que diz respeito à característica qualitativa da Materialidade, não fez com que os respondentes mudassem de postura, na verdade o que ocorre é uma certa inversão do que se esperava.

Tal postura pode ser devido a algumas hipóteses, como uma má elaboração da questão, de forma a se tornar incapaz de transmitir até aos respondentes informações capazes de influenciar na tomada de decisão; falta de entendimento sobre tal característica, ou até mesmo os respondentes não julgarem a Materialidade como relevante.

### 3.2.3 Representação Fidedigna

Na questão 3.3, apresenta-se um caso onde uma dada empresa deseja vender o prédio que serve de sede de sua empresa, e o mesmo encontrava-se avaliado em seu balanço pelo valor diminuto de R\$ 200,00. Deste modo, foram dispostas duas alternativas que dentre elas a pretendida a ser selecionada era a que demonstrava que adquirir este bem não seria uma boa escolha, levando em consideração o seu valor ele deveria estar em péssimas condições de uso.

Em seguida, na questão 4.3 houve a inserção de uma informação que demonstrava fidedignidade sobre a real situação do prédio, de modo a justificar o valor baixo para o bem devido ao mesmo já se encontrar quase todo depreciado mediante taxa imposta pelo Fisco, mas que o mesmo ainda dispõe de vida útil, estando em uma ótima localização e

encontrando-se em boas condições de uso. Diante a informação exposta, a alternativa que se pretendia ser escolhida destaca que seria necessário analisar outras informações para avaliar a possibilidade de compra.

**Tabela 6 – Representação Fidedigna: Questões 3.3 e 4.3**

	Sem a característica		Com a característica	
	Frequência	%	Frequência	%
Alternativa correta	2	5	36	90
Alternativa errada	38	95	4	10
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Como pode ser visualizado através da Tabela 6, a inclusão de mais uma informação ao problema em questão, no que diz respeito a característica qualitativa da Representação Fidedigna, fez com que os respondentes mudassem drasticamente de postura, ou seja, a presença dessa característica qualitativa faz a diferença nas decisões.

### 3.2.4 Comparabilidade

Segundo a questão 3.4, o banco Delta é procurado para concessão de crédito por duas empresas (Alfa e Beta), e ao analisar seus demonstrativos percebe que Alfa vem apresentando uma lucratividade e um índice de liquidez superior de Beta, deste modo, duas alternativas são apresentadas, onde a que pretende escolher é a que propõe que o banco conceda o empréstimo a empresa Alfa, levando em consideração que ela possui uma capacidade maior que Beta para pagamento de suas obrigações.

Posteriormente, a questão 4.4 é complementada com uma informação que ambas diversas seus estoques apurados de diferentes formas e isso influenciou na apuração de seus resultados, de modo que não seria correto o banco utilizar de comparação com tais demonstrativos. Logo, a alternativa que se pretendia ser escolhida propunha que o banco buscasse outro tipo de informações para decidir o modo de concessão de crédito.

Tabela 7 – Comparabilidade: Questões 3.4 e 4.4

	Sem a característica		Com a característica	
	Frequência	%	Frequência	%
Alternativa correta	21	52,5	31	77,5
Alternativa errada	19	47,5	9	22,5
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Como pode ser visualizado através da Tabela 7, a inclusão de mais uma informação ao problema em questão, no que diz respeito a característica qualitativa da Comparabilidade, fez com que alguns dos respondentes mudassem de comportamento, mas que na verdade, mesmo sem a informação com a característica em questão, a maioria dos respondentes já haviam tomado a decisão esperada.

### 3.2.5 Verificabilidade

A questão 3.5, dispõe de um caso onde uma empresa está passando por uma auditoria e necessita de informações sobre o cálculo da depreciação, para tanto, solicita tais informações de seu contador, onde o mesmo explica que a depreciação é calculada mediante taxa de 10% ano, a partir desta, questionasse sobre a utilidade desta informação que foi prestada. Neste caso, duas alternativas são apresentadas, e a que se pretende que seja escolhida pelos respondentes é a aquela que afirma que a informação repassada pelo contador não tem utilidade, haja vista, que esta não é suficiente para o entendimento do cálculo da depreciação.

Após, na questão 4.5, são acrescentados dados, como a utilização do método linear, vida útil de 10 anos para o bem e ausência de valor residual, logo, há a possibilidade de verificar se o cálculo alvo de auditoria está correto ou não. Para tanto, após a inclusão de tais informações, pretende-se que os respondentes optem pela alternativa que trata a informação como útil, uma vez, que havia a necessidade de tais dados para que se pudesse verificar a veracidade das informações divulgadas.

Tabela 8 – Verificabilidade: Questões 3.5 e 4.5

	Sem a característica		Com a característica	
	Frequência	%	Frequência	%
Alternativa correta	9	22,5	33	82,5
Alternativa errada	31	77,5	7	17,5
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Como pode ser visualizado através da Tabela 8, a inclusão de mais uma informação ao problema em questão, no que diz respeito a característica qualitativa da Verificabilidade, fez com que os respondentes mudassem drasticamente de postura, ou seja, a presença dessa característica qualitativa faz a diferença nas decisões.

### 3.2.6 Tempestividade

De acordo com a questão 3.6, um empresário teve interesse de investir no mercado de ações, e para tanto, fez uma análise das demonstrações da empresa que se desejava investir, exceto de suas notas explicativas, e diante esta análise, constatou que suas ações estavam sempre em alta e apresentava uma crescente lucratividade ao longo dos anos, e assim decidiu investir grande parte de seu capital. Desta forma, duas alternativas foram apresentadas, a que se pretendia que fosse escolhida, afirmava que ele tinha tomado uma decisão correta, porque analisou os demonstrativos da investida e viu nestes possíveis expectativas de rentabilidade.

Logo em seguida, na questão 4.6, acrescenta-se a informação de que dias depois foi divulgado um parecer do auditor onde consta a descoberta que os demonstrativos da empresa em questão foram manipulados, onde há a presença de uma “maquiagem contábil” que encobria a situação financeira real da empresa, na qual a mesma encontra-se em falência. Desta forma, sabe-se que se essa informação tivesse chegado ao empresário no momento oportuno/tempestivo, tal erro não seria cometido. Mediante tais informações, a alternativa que se pretendia que os respondentes escolhessem era a que alegava que o empresário poderia ter sido mais cauteloso, mesmo sabendo que a empresa estava em alta no mercado, mas poderia aguardar mais informações para tomada de decisão, uma vez que ele não teve acesso a todas as informações necessárias para a tomada de tal decisão.

Tabela 9 – Tempestividade: Questões 3.6 e 4.6

	Sem a característica		Com a característica	
	Frequência	%	Frequência	%
Alternativa correta	8	20	33	82,5
Alternativa errada	32	80	7	17,5
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Como pode ser visualizado através da Tabela 9, a inclusão de mais uma informação ao problema em questão, no que diz respeito a característica qualitativa da Tempestividade, fez com que os respondentes mudassem drasticamente de postura, ou seja, a presença dessa característica qualitativa faz a diferença nas decisões.

### 3.2.7 Compreensibilidade

Na questão 3.7, um investidor que acaba de entrar no mercado de ações e com pouca experiência, busca investir em uma empresa integrante de um grupo econômico, e ao fazer uma análise em seus demonstrativos encontram-se ativos reconhecidos como *Goodwill*, e com uma série de dúvidas sobre o assunto procura um contador que tenta lhe esclarecer tal dúvida explicando, que uma das causas para a existência de um *Goodwill* elevado deve-se a existência de *off balance sheets assets*. Diante situação exposta, são apresentadas duas alternativas, dentre as quais a pretendida é que afirma que com a explicação do contador, mesmo que o investidor tivesse pouco entendimento, teria entendido o ocorrido.

Em seguida, na questão 4.7, como explicação para existência do *Goodwill* elevado, o contador explica que isso se deve à existência de ativos que por não atenderem a critérios de reconhecimento, não constam evidenciados no Balanço Patrimonial o que incorre em diferenças significativas entre o valor patrimonial da empresa e seu valor de mercado. Desta forma, tal informação pôde se tornar compreensível, de modo que após essa explicação, os respondentes deveriam optar pela alternativa que assegura que devido ao fato do investidor não possuir conhecimento técnico sobre tal assunto, mesmo que o contador tenha explicado, ele precisa estudar o assunto com diligência para conhecimento da situação.

Tabela 10 – Compreensibilidade: Questões 3.7 e 4.7

	Sem a característica		Com a característica	
	Frequência	%	Frequência	%
Alternativa correta	10	25	22	55
Alternativa errada	30	75	18	45
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Como pode ser visualizado através da Tabela 10, a inclusão de mais uma informação ao problema em questão, no que diz respeito a característica qualitativa da Compreensibilidade, fez com que alguns dos respondentes mudassem de postura em direção à resposta pretendida, ou seja, a presença dessa característica qualitativa faz a diferença nas decisões.

### 3.2.8 Resumo do Grau de Importância das Características Qualitativas

A Tabela 11 resume as respostas dos concludentes quanto ao grau de importância atribuído a cada característica qualitativa da informação contábil. Entretanto, é possível elaborar um *ranking* dentre as características qualitativas destacando apenas o mais alto grau de importância elencado (muito importante).

Tabela 11 – Resumo do Grau de Importância das Características Qualitativas

Grau de importância	Relev.	Mat.	Rep. Fid.	Compa.	Verif.	Temp.	Compreen.
	%	%	%	%	%	%	%
Sem importância	2,5	0	0	0	0	2,5	0
Pouco importante	0	0	5	2,5	0	0	5
Neutro	10	22,5	10	27,5	15	10	10
Importante	27,5	40	32,5	32,5	27,5	37,5	32,5
Muito importante	60	37,5	52,5	37,5	57,5	50	52,5
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

A característica Relevância ocupou o primeiro lugar, sendo considerado muito importante. Em seguida temos a Verificabilidade ocupando o segundo lugar. Em terceiro temos

respectivamente a Representação Fidedigna e a Compreensibilidade. O quarto lugar foi ocupado pela Tempestividade. E o por fim, temos a Materialidade e Comparabilidade.

Após análise do grau de importância das características qualitativas (Tabela 11), pode-se comprovar que o resultado da Tabela 5 que trata da Materialidade, pode ter sido influenciado pelo fato dos respondentes julgarem tal característica como a de menor importância dentre todas as outras, juntamente com a Comparabilidade, de forma a não influenciar na escolha da alternativa que continha a característica.

Por meio de uma análise dos dados observa-se que todas as características foram consideradas como importantes ou muito importantes pela maioria dos pesquisados. Apenas um dos respondentes julgou a Relevância e a Tempestividade como sem importância, para tanto, foi feita uma análise individual do questionário desse respondente, onde pôde ser constatado que o mesmo não obteve um desempenho satisfatório diante dos resultados esperados dentro na pesquisa, tal acontecimento pode ser justificado como insuficiência de domínio e compreensão do tema abordado ou desinteresse de resolução do questionário.

Fazendo uma análise sobre o resultado das questões constantes nos grupos 3 e 4, nota-se que a característica que mais gerou impacto na tomada de decisão foi a Representação Fidedigna contemplando 90% das alternativas pretendidas, em seguida temos a Tempestividade e Verificabilidade com 82,5%, Comparabilidade com 77,5%, Relevância com 75%, Compreensibilidade com 55%, e por fim a Materialidade com 50%, sendo esta a única que não obteve influência significativa no resultado, mediante justificativas supostas anteriormente.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A contabilidade tem como finalidade o fornecimento de informações relevantes, para que os seus vários usuários possam subsidiar o processo de tomada de decisão.

Para tanto, a informação contábil precisa estar dotada de certas características qualitativas para que seja útil no processo decisório, de modo que, o entendimento do usuário sobre o assunto e a forma como a informação é apresentada determinam a utilidade da mesma diante os diversos modelos decisórios que cada usuário pode ter.

O presente trabalho, realizado por meio de pesquisa com os alunos concludentes do curso de ciências contábeis da UFCG do campus de Sousa, buscou verificar se a presença das características qualitativas das informações contábeis exerce impacto no processo decisório e, para tanto, buscou-se avaliar a percepção dos concludentes acerca do seu conhecimento relacionado às características qualitativas da informação contábil e sua importância no processo de comunicação; verificar o grau de importância atribuído pelos concludentes a cada uma das características abordadas na pesquisa; e comparar o grau de importância atribuído às características qualitativas e o impacto que a presença dessas características tiveram nas decisões propostas.

As conclusões são fundamentadas nos resultados adquiridos com base no instrumento de coleta de dados adotado.

Ao se fazer um comparativo entre as perguntas que compõem o questionário, pôde-se perceber que a forma como tais informações são apresentadas e as presenças das características qualitativas da informação contábil exerceram um impacto na tomada de decisão, com exceção da característica qualitativa da Materialidade, onde se obteve um resultado de imparcial para cada uma das alternativas (em termos percentuais 50%).

Ainda com relação à característica qualitativa da materialidade, no que diz respeito ao grau de importância atribuída pelos respondentes a cada uma das características contábeis, essa característica aparece em último lugar juntamente com a Comparabilidade.

Em análise às respostas apresentadas, pode-se dizer que os concludentes apresentaram um nível de conhecimento satisfatório a cerca da importância das características qualitativas.

Quanto ao grau de importância atribuído pelos respondentes a cada característica qualitativa da informação contábil, observou-se que em sua maioria foram consideradas



como importantes ou muito importantes, com exceção de um respondente que julgou a Relevância e a Tempestividade como sem importância. Para tanto, foi feita uma análise individual deste questionário, e constatou-se que o mesmo não apresentou um desempenho satisfatório na resolução do questionário, se comparado às decisões esperadas, diante das situações expostas aos respondentes.

Por conseguinte, ao se fazer um comparativo entre o grau de importância de tais características qualitativas com o impacto de sua presença para a tomada de decisão, foi possível perceber que aquelas que foram julgadas como importantes e muito importantes em sua maioria, influenciaram na tomada de decisão.

Assim, como perspectiva para trabalhos futuros, recomenda-se a aplicação do questionário em outras instituições de ensino superior, além de avaliar por meio de testes estatísticos específicos, se as diferenças apresentadas antes e após a inclusão de informações úteis podem ser consideradas como estatisticamente significativas.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, José de Lima (Org.). **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social: Conceitos, Ferramentas e Aplicações**. São Paulo: Atlas, 2009.

ALVES, Maria do Céu Gaspar. **Relevância da informação contabilística: abordagem teórica e estudo empírico**. 2003. Disponível em: <<http://www.ti.usc.es/lugo-xiii-hispano-lusas>>. Acessado em: 05 mar. 2013.

BARBOSA, Gustavo Guimarães; RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de Comunicação**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

BERLO, David K. **O processo de comunicação: Introdução à teoria e prática**. Trad. Jorge Arnaldo Fontes. Revisão Técnica: Irami B. Silva. 8. Ed., São Paulo: Martins Fontes, 1997.

CARVALHO, L. Nelson. **Contabilidade & ecologia: Uma exigência que se impõe**. Revista Brasileira de Contabilidade. n. 75, p. 20-25, abril/julho 1991.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. **Pronunciamento Conceitual Básico. Estrutura Conceitual para a Elaboração e Apresentação das Demonstrações Contábeis**. Brasília, 2008. Disponível em <[http://cfc.org.br/uparq/livro\\_CPC2.pdf](http://cfc.org.br/uparq/livro_CPC2.pdf)>, acessado em: 20/12/2012.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. **Pronunciamento Conceitual Básico. Estrutura Conceitual para a Elaboração e Apresentação das Demonstrações Contábeis**. Brasília, 2011. Disponível em <[http://www.cpc.org.br/pdf/cpc00\\_r1.pdf](http://www.cpc.org.br/pdf/cpc00_r1.pdf)>, acessado em: 20/12/2012.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. Resolução N° 774, de 16 de dezembro de 1994. Aprova o apêndice à resolução sobre os princípios fundamentais de contabilidade. **Princípios fundamentais de contabilidade e normas brasileiras de contabilidade**. Brasília: CFC, 1999. Disponível em <[http://www.senar.org.br/legislacao/setor\\_cont/res\\_cfc\\_774.pdf](http://www.senar.org.br/legislacao/setor_cont/res_cfc_774.pdf)>, acesso em: 12/03/2013.

DIAS FILHO, José Maria. NAKAGAWA, MASAYUKI. **Análise do Processo da Comunicação Contábil: Uma Contribuição para a Solução de Problemas Semânticos, Utilizando Conceitos da Teoria da Comunicação**. Revista Contabilidade & Finanças FIECAFI – FEA – USP. São Paulo, v. 15, n. 26, p. 42 – 57, maio/agosto 2001. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/rcf/v12n26/v12n26a03.pdf>>, acesso em: 13/03/2013.

DIAS, C. B. P. *et al.* **Ruídos na comunicação entre a contabilidade e os seus usuários**. In: Congresso USP de Controladoria e Contabilidade, 2004, São Paulo. Disponível em <<http://www.congressousp.fipecafi.org/artigos42004/160.pdf>>, acesso em: 22/12/2012.

DIAS FILHO, José M. **A linguagem utilizada na informação contábil: uma análise de sua compreensibilidade à luz da Teoria da Comunicação.** Caderno de Estudos FIPECAFI, v. 13, n. 24, p. 38-49, São Paulo: julho – dezembro 2000. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-92512000000200003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-92512000000200003&script=sci_arttext)>, acesso em 16/01/2013.

FEA/USP. **Contabilidade introdutória.** Sérgio Iudícibus (Coord.). 10 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FUJINO, A. ; Valente. N. T. V. .**Características qualitativas da informação contábil e os atributos e dimensões de qualidade na Ciência da informação.** In: VI Congresso ANPCONT, 2012, Florianópolis. Contabilidade e Desenvolvimento Organizacional Frente Às Dinâmicas Sociais. florianopolis : ANPCONT, 2012. Disponível em <<https://uspdigital.usp.br/tycho/producaoacademica/eca/cbd/P4-0.html>> , acessado em 03/02/2012.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOUVEIA, Fernando Henrique Câmara. **Uma incursão pela abordagem de pesquisa em contabilidade no Brasil fundamentada em teorias semióticas e da comunicação.** São Paulo, 2010. Disponível em <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-30112010-161305/pt-br.php>>, acesso em 16/01/2013.

HAYERS, Nicky; PETER, Stratton. **Dicionário de Psicologia.** São Paulo: Pioneira, 1994

HENDRIKSEN, E. S.; VAN BREDA, M. F. (1999). **Teoria da Contabilidade.** São Paulo, Editora Atlas, 5ª Edição. Holt, Rinehartand Winston, 1960.

IASB. *International Accounting Standards Board.* Estrutura conceitual para a elaboração e apresentação das demonstrações contábeis. **Normas Internacionais de Contabilidade.** São Paulo: IBRACON, 2001.

IUDICIBUS, Sérgio de .**Teoria da Contabilidade.** 9. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LIBONATI, Jeronymo José; SOUTO MAIOR, Verônica Cunha. **O papel da comunicação na contabilidade.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE. 15, 1996, Fortaleza. Anais. Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 1996. V. 4. P. 230-254.

MARTINS JUNIOR, J.;**Como escrever trabalhos de conclusão de curso: instruções para planejar e montar, desenvolver, concluir, redigir e apresentar trabalhos.** 2. ed. Petropolis, RJ: Vozes, 2008;

MATIAS – PEREIRA, José. **Manual de metodologia da pesquisa científica.** São Paulo: Atlas, 2007.

OTT, Ernani; PIRES, Charline Barbosa. In **Estudando teoria da contabilidade** / José Francisco Ribeiro, Jorge Lopes, Marcleide Pederneiros, organizadores. - - São Paulo: Atlas, 2009.

PAIVA, Paulo Roberto de. **Contabilidade Ambiental: Evidenciação dos Gastos Ambientais com Transparência e Focada na Prevenção**. São Paulo: Atlas, 2009.

RIBEIRO, Lair. **Comunicação Global: o poder da influência**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1997.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999;

SERRA, J. Paulo. *Manual de Teoria da Comunicação*. Covilhã: Livros Labcom, 2007. 203 p. p. 93-101

SIMON, I. Tema 11 – **O que é Informação? Como ela age?** Maio 1999. Disponível em: <<http://www.ime.usp.br/~is/ddt/mac333/aulas/tema-11-24mai99.html>> Acessado em 02/11/2012.



## APÊNDICE (A) – Instrumento de coleta



### QUESTIONÁRIO DA PESQUISA

**TÍTULO: TEORIA DA COMUNICAÇÃO NA EVIDÊNCIAÇÃO CONTÁBIL E CARACTERÍSTICAS QUALITATIVAS DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL: um estudo da percepção dos concludentes do curso de ciências contábeis da UFPA campus Sousa**

#### 1. DADOS DO ENTREVISTADO

##### 1.1 Gênero:

Feminino       Masculino

##### 1.2 Idade:

Até 22 anos  
 Entre 23 a 27 anos  
 Entre 28 a 33 anos  
 Acima de 33 anos

##### 1.3 Tempo que está cursando Ciências Contábeis:

9 períodos  
 De 10 a 12 períodos  
 De 13 a 14 períodos

#### 2. DADOS DA PESQUISA

**Instruções:** A presente pesquisa foi elaborada em duas partes (Parte A e Parte B), onde o Concludente deve seguir a sequência para que se alcance o objetivo esperado.

##### 3. PARTE A

**3.1** A Alfa é uma empresa que vem se desenvolvendo no mercado em que atua. Buscando crescer ainda mais, procurou concessão de crédito junto ao Banco Delta. Para tanto, o Banco solicitou da referida empresa suas demonstrações para uma análise. Após isso, foi observado que o resultado do índice de liquidez não se enquadrava nos critérios para concessão de crédito do Banco.

Mesmo conhecendo o índice de liquidez da empresa Alfa, o banco deverá analisar outras informações para esta concessão.

O Banco não deverá conceder o crédito, uma vez, que os requisitos não foram atendidos.

**3.2** Ao fazer uma análise de seu Balanço Patrimonial, a Empresa Alfa notou que o mesmo estava muito extenso, devido ao fato de estarem evidenciadas todas as contas analíticas e sintéticas e seus respectivos saldos. Desta forma presume-se:

O nível de detalhamento das contas, através das contas analíticas, maximiza a utilidade das informações proporcionadas pelo Balanço Patrimonial.

O nível de detalhamento das contas, através das contas analíticas impossibilita uma melhor análise do Balanço, fazendo com que erros ou fraudes fiquem dispersos em meio às demais informações.

**3.3** Uma dada empresa deseja vender o prédio que serve de sede de sua empresa. Em seu balanço este imobilizado está avaliado no valor de R\$ 200,00. Na figura de comprador sua atitude seria:

Analisaria outras informações para avaliar a possibilidade de compra.

Não comprar este prédio, avaliando pelo seu valor, este bem deve estar em péssimas condições e de nada serviria.

**3.4** O Banco Delta foi procurado para concessão de crédito por duas empresas, a Alfa e a Beta. Ao fazer uma análise de seus demonstrativos contábeis, ele percebe que a empresa Alfa vem apresentando uma lucratividade e um índice de liquidez superior ao de Beta em média de 25%. Desta forma o Banco deve:

Conceder o crédito para a empresa Alfa, levando em consideração que ela possui uma maior capacidade de pagamento de suas obrigações.

Buscar mais informações para decidir para quem conceder esse empréstimo.

**3.5** Uma empresa está passando por uma auditoria em suas contas e necessita de informações a respeito da depreciação, solicitam-se ao setor competente as informações necessárias ao entendimento dos cálculos. O contador, por sua vez, explicou que a depreciação foi calculada utilizando uma taxa de 10% ao ano. Com relação a informação prestada pelo contador:

Não possui utilidade, haja vista que, a informação repassada não é suficiente para o entendimento da depreciação.

É útil, uma vez, que faz-se necessário essas informações para que possa-se averiguar a veracidade das informações divulgadas.

**3.6** Um Empresário teve interesse de investir no mercado de ações, para tanto, fez uma análise das demonstrações, exceto o parecer do auditor, de uma determinada empresa e percebeu que ela vinha mantendo suas ações sempre em alta e apresentava uma lucratividade crescente ao longo dos anos. Diante dessas informações, investiu grande parte do seu capital na mesma. Pode-se afirmar que:

O empresário poderia ter sido mais cauteloso, mesmo sabendo que a empresa estava em alta no mercado, e aguardar mais informações para subsidiarem sua decisão.

A decisão pode ter sido acertada, uma vez que houve a análise dos demonstrativos da investida e percebeu-se expectativas de rentabilidade.

**3.7** Um investidor acaba de entrar no mercado de ações e não possui muita afinidade com as operações contábeis e, buscando investir em uma empresa integrante de um grupo econômico, procurou analisar as informações consolidadas e individuais das empresas pertencentes àquele grupo. Na demonstração consolidada e na controladora observou-se que havia ativos reconhecidos como *Goodwill* o que não se observava nas demais. Isso despertou no investidor uma série de dúvidas, e procurando um contador foi informado uma das causas para a existência de um *Goodwill* elevado no balanço individual da controladora e no balanço consolidado do grupo deve-se à existência de *off balance sheets assets*.

O investidor, por não possuir conhecimento técnico sobre o assunto, mesmo com a explicação do contador, teve que estudar com diligência sobre o assunto para conhecer a situação.

Com a explicação do contador o investidor, mesmo com pouco conhecimento do assunto, entendeu o ocorrido.

#### 4 PARTE B

**4.1** A Alfa é uma empresa que vem se desenvolvendo no mercado em que atua. Buscando crescer ainda mais, procurou concessão de crédito junto ao Banco Delta. Para tanto, o Banco solicitou da referida empresa suas demonstrações para uma análise. Diante disto, observou-se que o resultado do índice de liquidez não se enquadrava nos critérios para concessão de crédito do Banco. Posteriormente, ao saber que Alfa possui controladas, o Banco requer que seja apresentado novos demonstrativos, desta vez adotando-se a consolidação. Com base na informação adicional o Banco deverá:

O Banco não deverá conceder o crédito, uma vez, que os requisitos não foram atendidos.

Mesmo conhecendo o índice de liquidez da empresa Alfa, o banco deverá analisar outras informações para esta concessão.

**4.2** Ao fazer uma análise de seu Balanço Patrimonial, a Empresa Alfa notou que o mesmo estava muito extenso, devido ao fato de estarem evidenciadas todas as contas analíticas e sintéticas e seus respectivos saldos. Soubesse que, o Balanço Patrimonial continha erros significativos que não foram identificados. Presume-se que:

O nível de detalhamento das contas, através das contas analíticas, maximiza a utilidade das informações proporcionadas pelo Balanço Patrimonial

O nível de detalhamento das contas, através das contas analíticas impossibilita uma melhor análise do Balanço, fazendo com que erros ou fraudes fiquem dispersas em meio às demais informações.

**4.3** Uma dada empresa deseja vender o prédio que serve de sede de sua empresa. Em seu balanço este imobilizado está avaliado no valor de R\$ 200,00. Levando em consideração que o presente imóvel ainda possui vida útil, uma ótima localização e encontra-se em boas condições de uso e que, devido à utilização de taxa de depreciação imposta pelo fisco, encontra-se quase depreciado por total. Como comprador, a sua opinião seria:

Não comprar este prédio, avaliando pelo seu valor, este bem deve estar em péssimas condições e de nada serviria.

Analisaria outras informações para avaliar a possibilidade de compra.

**4.4** O Banco Delta foi procurado para concessão de crédito por duas empresas, a Alfa e a Beta. Ao fazer uma análise de seus demonstrativos contábeis, ele percebe que a empresa Alfa vem apresentando uma lucratividade superior a da empresa Beta em média de 25%. Entretanto, a empresa Alfa apurou seu estoque pelo método do Preço médio ponderado, enquanto que, a empresa Beta utilizou o método UEPS que tende a minimizar o lucro das operações. Desta forma o Banco deve:

Conceder o crédito para a empresa Alfa, levando em consideração que ela possui uma maior capacidade de pagamento de suas obrigações.

Buscar mais informações para decidir para quem conceder esse empréstimo.

4.5 Uma empresa está passando por uma auditoria em suas contas e necessita de informações a respeito da depreciação, solicitam-se ao setor competente as informações necessárias ao entendimento dos cálculos. O contador por sua vez, explicou que a depreciação foi calculada utilizando uma taxa de 10% ao ano, utilizando-se do método linear, considerando que o bem tem vida útil de 10 anos e não possui valor residual. Com relação ao esclarecimento prestado pelo contador:

Não possui utilidade, haja vista que, com a informação repassada não é suficiente para o entendimento da depreciação.

É útil, uma vez, que faz-se necessário essas informações para que seja possível averiguar a veracidade das informações divulgadas.

4.6 Um Empresário teve interesse de investir no mercado de ações, para tanto, fez uma análise das demonstrações de uma determinada empresa e percebeu que ela vinha mantendo suas ações sempre em alta e apresentava uma lucratividade crescente ao longo dos anos. Diante essas informações, investiu grande parte do seu capital na mesma. Dias depois foi divulgado o parecer do auditor onde constava a descoberta de uma "maquiagem contábil" que encobria a atual situação financeira, na qual a empresa encontra-se em falência. Pode-se afirmar que:

A decisão pode ter sido acertada, uma vez que houve a análise dos demonstrativos da investida e percebeu-se expectativas de rentabilidade.

O empresário poderia ter sido mais cauteloso, mesmo sabendo que a empresa estava em alta no mercado, e aguardar mais informações para subsidiarem sua decisão.

4.7 Um investidor acaba de entrar no mercado de ações e não possui muita afinidade com as operações contábeis. Buscando investir em uma empresa integrante de um grupo econômico, procurou analisar as informações consolidadas e individuais das empresas pertencentes àquele grupo. Na demonstração consolidada e na controladora observou-se que havia ativos reconhecidos como *Goodwill* o que não se observava nas demais. Isso despertou no investidor uma série de dúvidas, e procurando um contador foi informado uma das causas para a existência de um *Goodwill* elevado no balanço individual da controladora e no balanço consolidado do grupo deve-se à existência de ativos que, por não atenderem aos critérios de reconhecimento, não constam evidenciados no Balanço Patrimonial, incorrendo em diferenças significativas entre o valor patrimonial da empresa e seu valor de mercado.

Com a explicação do contador o investidor, mesmo com pouco conhecimento do assunto, entendeu o ocorrido.

O investidor, por não possuir conhecimento técnico sobre o assunto, mesmo com a explicação do contador, teve que estudar com diligência sobre o assunto para conhecer a situação.

5 Utilizando uma escala crescente de 0 a 4 atribua o grau de importância de cada característica qualitativa da informação contábil:

Sem importância

0	1	2	3	4
---	---	---	---	---

Muito Importante

CARACTERÍSTICA QUALITATIVA	GRAU DE IMPORTÂNCIA				
	0	1	2	3	4
Relevância					
Materialidade					
Representação Fidedigna					
Comparabilidade					
Verificabilidade					
Tempestividade					
Compreensibilidade					