



**A Imagem do Contador pela Percepção Pública: um Estudo sobre o Nível de Estereotipagem acerca destes Profissionais**

**Isaura Maria Longo**  
UNIVALI  
*isaura@univali.br*

**Ademir Meurer**  
UNIVALI  
*ademir.meurer@rovitex.com.br*

**Marcelo Ramos de Oliveira**  
UNIVALI  
*marcelom.damiao@gmail.com*

**Resumo**

Estereótipos são frutos de representações sociais, as quais são sempre definidas por um contexto histórico, social e cultural. Vistos como generalizações, nem sempre corretas, os estereótipos podem traduzir uma visão excessivamente simplificada sobre uma situação, acontecimento ou grupo social. Conhecer como as pessoas percebem o profissional contábil, ou seja, os seus estereótipos, pode ser um indicador para a construção de novas representações sociais que fujam daquelas consolidadas pelo tempo. A partir desses indicadores, este estudo teve por objetivo verificar se os contadores são estereotipados de forma negativa pela percepção pública. Buscou-se na pesquisa de Azevedo (2010), algumas categorias que serviram de suporte para a análise, no que tange à Criatividade, à Dedicação aos estudos, ao Trabalho em equipe, à Comunicação, à Liderança, à Propensão ao risco e à Ética. Para tanto, foram aplicados 206 questionários de forma aleatória com perguntas fechadas. Foram utilizados dois métodos de avaliação: Método 1 - atribuição por conceito, Método 2 – atribuição por nota. As médias foram comparadas, utilizando-se do método estatístico *t* de *student*, através de um *software* estatístico, adotando-se um nível de significância de 10% ( $p = 0,10$ ). Os resultados demonstraram que os profissionais de contabilidade não são estereotipados negativamente em nenhuma das categorias estudadas; Método 1 – 2,29; Método 2 – 7,10, reforçando os achados de Azevedo (2010). Dentre as variáveis estudadas, a que teve relevância estatística, sendo avaliada como a mais positiva foi a Ética. Os quesitos Criatividade e Propensão ao risco foram avaliados como sendo os menos positivos.

**Palavras-chave: Estereótipos. Representações sociais. Profissional contábil.**

**1 INTRODUÇÃO**

Em 2013, o Conselho Federal de Contabilidade (CFC) lançou a campanha publicitária intitulada “2013: Ano da Contabilidade no Brasil”, com o objetivo de divulgar o real papel do profissional contábil na sociedade e nas organizações públicas e privadas. Isso porque, segundo a entidade, existe uma distorção em relação à imagem dos contadores, os quais são apresentados



em obras de ficção como novelas e programas de humor como irresponsáveis e de conduta questionável.

Talvez manchetes como as seguintes “Contador é preso em Lages suspeito de aplicar golpes no INSS” (Diário Catarinense, 04/2011); “Contador de Araricá é filmado pegando dinheiro do caixa da prefeitura” (Zero Hora, 01/2012); “Contador diz que foi forçado a abrir Empresas” (Gazeta do Povo, 08/ 2012) divulgadas pela mídia; sirvam de espelho para que obras de ficção construam personagens que representam contadores desonestos cuja ética profissional não seja tão preservada. Talvez a divulgação de eventos dessa natureza seja fator de contribuição para o fortalecimento desta imagem perante a sociedade, uma vez que as notícias relacionadas a alguns desses profissionais estão associadas a atos ilícitos e desonestos.

Isso significa dizer que existe uma representação social sobre a realidade deste profissional advinda das múltiplas interpretações que os indivíduos fazem do cotidiano. (SPINK, 1993). Para Azevedo (2010), a percepção pública em relação aos profissionais da contabilidade é fator preocupante, pois pode ser considerada equivocada e estereotipada negativamente. Alerta o autor que, por anos, os profissionais de contabilidade têm agonizado por serem percebidos por uma imagem maçante e não atrativa, tendo ainda que defenderem-se da percepção de exercer trabalho irrelevante, colocando em dúvida, até mesmo, suas competências. Manchetes como “Imposto de renda 2011: Quando contar com um contador” (Gazeta do Povo, 02/2011), em que apresenta informações sobre o contador, em época que antecede a entrega do imposto de renda, como aquele que pode simplesmente ajudar a preencher um formulário, contribuam para essa visão.

Como resultado da campanha, o Conselho Federal de Contabilidade espera demonstrar a real importância deste profissional como consultor e gestor dos negócios de uma empresa, sendo percebido, portanto, como um agente fomentador do desenvolvimento social e econômico do país. Além disso, as ações buscam identificar o contador como guardião da ética e dos valores profissionais.

Este cenário serviu de motivação para buscar resposta a seguinte pergunta de pesquisa: **Os profissionais de contabilidade são estereotipados de forma negativa pela percepção pública?** O objetivo deste artigo, portanto, é verificar, a partir dos estudos de Azevedo (2010) se os contadores são estereotipados de forma negativa pelas pessoas. Buscaram-se na pesquisa de Azevedo (2010), algumas categorias que serviram de suporte para a análise, no que tange à Criatividade, à Dedicação aos estudos, ao Trabalho em equipe, à Comunicação, à Liderança, à Propensão ao risco e à Ética. Para que fosse possível atingir o objetivo, foi realizado um estudo detalhado das variáveis, em seguida, foram criados os instrumentos de coleta, aplicando-se um questionário com perguntas fechadas a um público escolhido aleatoriamente. De posse dos dados, passou-se a analisar as categorias visando observar como os contadores eram percebidos pela população em foco.

As representações sociais se constroem e se reconstroem influenciadas pelo contexto histórico, social e cultural, funcionando como lentes que filtram informações sobre determinado grupo (MIRANDA *et al*, 2012). Conhecer como as pessoas percebem o profissional contábil, ou seja, os seus estereótipos, pode ser um indicador para a construção de novas representações sociais que fujam daquelas consolidadas com o tempo.



## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Representações sociais e Estereótipos

Estereótipos são frutos de representações sociais, as quais são sempre definidas por um contexto histórico, social e cultural. Estas representações constituem-se “uma forma de conhecimento socialmente elaborada e compartilhada, que tem um objetivo prático e concorre para a construção de uma realidade comum a um conjunto social” (JODELET, 2001, p.8). Entende-se que os indivíduos são membros de grupos sociais, e que a construção da realidade “é fruto da ação humana na sociedade e reflete aquilo que os homens conhecem como real na vida cotidiana, orientado as suas práticas, o seu modo de decidir e agir” (BERGMAN e LUCKMAN, 1987 *apud* MIRANDA *et al*, 2012).

O conhecimento gerado pelas representações sociais não advém de evidências e provas, mas, sim, do conhecimento do senso comum, o que não significa ser este resultante de uma versão primitiva ou falha do conhecimento científico, apenas possui uma lógica que opera com regras distintas (MOSCOVICI, 2004). As representações sociais da realidade são resultado de um sujeito social, ou seja, são construídas do amálgama do indivíduo e do coletivo. São conexões intermediadas pela linguagem entre indivíduos e grupos com o mundo, inseridos em um contexto histórico, social e cultural. (SPINK, 1993 *apud* MIRANDA *et al*, 2012, p.3). Tais conexões podem resultar em visões simplificadas dessa realidade, nascendo daí os estereótipos.

Ao longo das experiências vividas pelo sujeito, alguns conhecimentos e ideias podem, com o tempo, se cristalizarem, tornando-se uma espécie de “carimbo” o qual passa a ser usado para reconhecer objetos, pessoas e eventos. Essas experiências vividas individualmente ou em grupo geram uma ideia prévia, mais ou menos padronizada daquilo que simboliza a realidade, nascendo daí o estereótipo (BLIKSTEIN, 2006). A palavra vem do grego “*stereos*” (sólido), que é uma espécie de carimbo ou clichê utilizado na composição tipográfica, mas pode representar um “carimbo mental”, ou seja, uma ideia que se cristalizou em nossa mente para perceber o que acontece ao nosso redor.

Segundo Hall (1997, *apud* MIRANDA *et al*, 2012, p.3) estereotipar “é um mecanismo utilizado para manutenção da ordem social e simbólica, visto que o estereótipo estabelece uma fronteira entre o “normal” e o “desviante”, o “normal” e o “patológico”, o “aceitável” e o “inaceitável”, o que “pertence” e o que “não pertence”, o “nós” e o “eles”. Dessa maneira, estereótipos podem ser definidos como uma visão excessivamente simplificada sobre uma situação, acontecimento, pessoa, raça, classe ou grupo social. São generalizações, nem sempre corretas, que têm por objetivo satisfazer a necessidade de fazer o mundo parecer mais compreensível. (LIPPMANN, 1922 *apud* AZEVEDO, 2010).

Tanto as representações sociais quanto os estereótipos são reflexos de uma visão coletiva, porém, isto não significa dizer que se originam de um somatório de representações individuais. Raudsepp (2005 *apud* GUERRA *et al*, 2011 p. 159) salienta que “as representações sociais não são um agregado de mentes individuais e, sim, um reflexo dos processos sociais que tomam lugar entre os membros de uma unidade social”. Tratando-se de estereótipos, mesmo que um indivíduo de um determinado grupo agisse de forma oposta ao estereótipo, ele seria tratado como uma exceção, mantendo o estereótipo intacto àquele grupo social (LIPMANN, 1922 *apud* CABECINHAS, 2004).

Park e Hastie (1987 *apud* THOMPSON, JUDD e PARK, 2000) fizeram distinção entre dois tipos de estereótipos: os estereótipos em base de abstração e os em base instancial. Os



estereótipos em base de abstração são “aprendidos por agentes sociais significantes, criados na íntegra por eles, ao invés de qualquer tipo de experiência de contato direto com membros da categoria social” (PARK e HASTIE, 1987 *apud* THOMPSON, JUDD e PARK, 2000, p.568), enquanto os estereótipos em “bases instanciais” são criados através de contato direto com indivíduos membros dos grupos sociais estereotipados.

O estudo de Thompson, Judd e Park, (2000, p.567) indicou que “estereótipos recebidos por outros são mais extremos, contém informações menos variáveis e possuem maior consenso social do que estereótipos criados através de contato com indivíduo do grupo alvo”. Também argumenta “que os estereótipos fundamentalmente são alterados pela comunicação social e esses efeitos são responsáveis, em parte, pela parcialidade que os estereótipos induzem”.

Vale ressaltar que os estereótipos não representam necessariamente uma imagem negativa, mas sim, uma generalização e uma associação à realidade, que, dependendo do contexto, podem ser vistas sob aspectos positivos ou negativos (BLIKSTEIN, 2006).

## 2.2 Estereótipos na profissão contábil

Estudos em âmbito internacional examinaram a imagem do contador na visão de estudantes, empresários e outros setores da sociedade. Para Maslow (1965 *apud* DIMNIK e FELTON, 2006, p.131) “a caracterização de contadores só se preocupa com exatidão, controle e ordem ‘o mais obcecado de quaisquer grupos (profissionais) ligados a números, ligados à tradição, opostos à personalidade criativa’”. DeCoster, Rhode (1971) e Cobb (1976) (*apud* DIMNIK e FELTON, 2006, p.132) “notaram que a imagem de contadores retratada pela imprensa popular é comumente desfavorável”, repetidamente reforçando o estereótipo de chato e entediante. Essas pesquisas confirmam a existência de vários estereótipos negativos relacionados aos profissionais de contabilidade.

Outros estudos identificaram que os profissionais dessa área focam seus esforços em atividades repetitivas e sistemáticas, como cálculos matemáticos e apuração de impostos, numa atitude extremamente detalhista (HUNT *et al.*, 2004; DIMNIK e FELTON, 2006). Os achados de Carnegie e Napier (2010 *apud* Miranda *et al.*, 2012, p.6) apontam para um perfil do sexo masculino, tido como conservador, antissocial, inflexível, metódico e cauteloso.

Algumas pesquisas, em âmbito nacional, realizadas com diferentes públicos (estudantes e profissionais de áreas afins), que buscavam identificar as percepções quanto às representações sociais e estereótipos dos contadores, identificaram um perfil conservador, de um profissional que apenas desenvolve atividades técnicas, como escrituração dos livros da empresa, que não se arriscam e que são inflexíveis (DIAS, 2003; AZEVEDO, CORNACHIONE e CASA NOVA, 2008; MIRANDA, *et al.*, 2012).

No entanto, Azevedo (2010), utilizando-se de um fotoquestionário, fez uma pesquisa com 1034 respondentes com o intuito de descobrir se os profissionais da contabilidade eram estereotipados de forma negativa pela percepção pública para as características Criatividade, Dedicção aos estudos, Trabalho em equipe, Comunicação, Liderança, Propensão ao risco e Ética. Segundo resultados obtidos, os profissionais não foram estereotipados negativamente em nenhuma das categorias analisadas. Leal *et al.* (2012), ao reaplicar o método de Azevedo em seu estudo com 1030 respondentes, igualmente, obteve resultados que não confirmaram uma imagem negativa deste profissional no que diz respeito à percepção dos entrevistados. Com o mesmo intuito de verificar se os profissionais de contabilidade são percebidos negativamente pela





percepção pública, esta pesquisa utilizou-se das categorias de Azevedo (2010). Portanto, pertinente se faz descrevê-las de modo mais detalhado.

### 2.2.1 As categorias de análise

Esta pesquisa surgiu motivada pela presença de manchetes que divulgavam na mídia ações que levavam a questionar, principalmente, a conduta ética do profissional contábil, para viabilizá-la, buscou-se como suporte as categorias utilizadas por Azevedo. O Quadro 1 traz de maneira sucinta, as variáveis e suas respectivas descrições, baseado no pronunciamento do *International Federation of Accountants* – IFAC (1995).

**Quadro 1 – Variáveis e suas respectivas descrições (baseado no pronunciamento do IFAC – 1995).**

Variáveis	Descrição
<b>Criatividade</b>	Capacidade de pesquisar, questionar, criar, tomar decisões e analisar criticamente.
<b>Dedicação aos estudos</b>	Compromisso com a aprendizagem e atualização contínua.
<b>Trabalho em equipe</b>	Trabalhar em grupos, habilidade de interagir com pessoas e culturas diversas.
<b>Comunicação</b>	Habilidade de localizar, obter, organizar e reportar informações. Apresentar, discutir, defender pontos de vista efetivamente, por via oral e escrita.
<b>Liderança</b>	Habilidade de liderar pessoas, motivar, desenvolver pessoas e resolver conflitos.
<b>Propensão ao risco</b>	Assumir riscos e exercer julgamentos.
<b>Ética</b>	Comprometimento em agir com integridade e objetividade; conhecimento dos padrões e princípios éticos da profissão; atitude de preocupação com a responsabilidade social.

Fonte: Azevedo (2010)

A seguir são apresentadas as sete categorias com informações pertinentes a cada uma delas.

#### 2.2.1.1 Criatividade

Ao longo dos anos os profissionais de contabilidade têm sido reconhecidos como indivíduos de pouca imaginação e desprovidos de criatividade. Hooper *et al* (2009, *apud* AZEVEDO, 2010) afirmam que nos últimos 20 anos o contador é percebido como não imaginativo.

Os estereótipos encontrados relacionados ao contador são contrários à percepção de criatividade, muito em virtude da maneira metódica, conservadora e sistêmica de desenvolver suas atividades (PARKER, 2000; AZEVEDO, 2010). A existência de um estereótipo negativo reprime o entusiasmo destes profissionais em estabelecer soluções inovadoras e criativas, atuando como um opressor ao desenvolvimento das habilidades de criatividade por parte destes indivíduos (FRIEDMAN e LYNE, 2001; DMINIK e FELTON, 2006; AZEVEDO, 2010).

Para Saemann e Crooker (1999, *apud* SILVA e SILVA, 2012 p. 3), “as alterações no ambiente de negócios criaram necessidades de se atrair indivíduos mais criativos para a profissão contábil”. Na percepção dos estudantes de contabilidade, estes consideram relevante a presença de habilidades de criatividade para a atuação na carreira contábil (SUGAHARA e BOLAND, 2006; LEAL *et al*, 2012). Contudo, a percepção externa aos estudantes de contabilidade



considera a necessidade de criatividade por parte destes profissionais, significativamente, inferior à dos demais profissionais das áreas de negócios (SCHLEE *et al*, 2007; AZEVEDO, 2010).

Os estudos de Azevedo (2010), Leal *et al* (2012), identificaram que os profissionais de contabilidade não são estereotipados negativamente quanto à criatividade, porém, representaram as piores avaliações dentre as demais características analisadas.

#### 2.2.1.2 Dedicção aos estudos

Os profissionais de contabilidade são percebidos como indivíduos estudiosos e dedicados à captação de conhecimento. Talvez, isso se deve ao longo período de graduação acadêmica e à necessidade de aprovação no exame de suficiência, para obter a certificação profissional. Em pesquisa realizada no Japão, obteve-se um consenso de que a percepção dos estudantes em relação aos profissionais de contabilidade é de um nível elevado de estudos, principalmente pelo fato de a carreira acadêmica, na área de ciências contábeis, necessitar de muito tempo, dedicação e esforço (SUGAHARA e BOLAND, 2006; AZEVEDO, 2010).

Contudo, em estudo realizado por Azevedo, Cornachione e Casa Nova (2008), constataram que dentre os estudantes da área de negócios, os estudantes de contabilidade são percebidos como menos estudiosos do que os estudantes de cursos como Administração, Atuária, Economia e Relações Internacionais.

Todavia, os achados de Azevedo (2010) e Leal *et al* (2012), reportam para uma percepção positiva no que diz respeito a dedicação aos estudos por parte dos profissionais de contabilidade.

#### 2.2.1.3 Trabalho em equipe

O trabalho em equipe exige do indivíduo interação social, criando um esforço coletivo para resolver ou executar uma tarefa do cotidiano empresarial. Os contadores têm de interagir com os demais setores e departamentos da organização, de acordo com a necessidade e a função desempenhada na empresa, porém, são percebidos no geral como indivíduos mais isolados e pouco sociáveis (DECOSTER e RHODE, 1971; AZEVEDO, 2010).

Nos tempos atuais é comum ouvir falar da necessidade de administração de conflitos e inteligência emocional por parte dos profissionais de contabilidade, controlando emoções, contornando situações de empatia e sabendo se relacionar com outras pessoas, uma vez que dificilmente encontraríamos tantos conflitos em uma profissão quanto na de contador (MARION, 2003). No entanto, em estudo realizado com 251 professores dos EUA, Japão e Nova Zelândia, a contabilidade necessita de menores habilidades de interação e trabalho em equipe quando comparados a advogados e médicos, porém, com maior necessidade quando comparados a engenheiros (SUGAHARA e BOLAND, 2006; AZEVEDO, 2010). Azevedo (2010) identificou que a percepção dos próprios contadores quanto às habilidades de trabalho em equipe é pior que a percepção tida por outros profissionais.

#### 2.2.1.4 Comunicação

A existência de habilidades de comunicação é importante para o desenvolvimento e evolução de qualquer carreira profissional, não sendo diferente para os profissionais de contabilidade. Pires, Ott e Damacena (2010, *apud* Leal *et al*, 2012), identificaram que dentre as



habilidades e atitudes que o mercado de trabalho atual exige do contador, as habilidades de comunicação são prioritárias para sua atuação profissional.

Os estudantes de contabilidade percebem a importância de habilidades de comunicação na carreira contábil, porém, os estudantes de outros cursos consideram como insignificante a necessidade de habilidades de comunicação pelos contadores. Geralmente, os acadêmicos que têm facilidade de comunicação, de discutir pontos de vista e boa expressão, por ocasião, não seguem a carreira de contador por não se enquadrarem com o perfil dos profissionais da área (SUGAHARA e BOLAND, 2006; AZEVEDO, 2010).

Os resultados de estudos realizados nos Estados Unidos também apontam que estudantes de outros cursos da área de negócios percebem os estudantes de contabilidade com menores habilidades de comunicação (SCHLEE *et al*, 2007; AZEVEDO, 2010). Azevedo, Cornachione e Casa Nova (2008), também confirmaram os resultados no Brasil, onde a percepção dos acadêmicos dos outros cursos das áreas de negócios é negativa com relação à percepção dos acadêmicos do curso de Ciências Contábeis. Porém, na percepção pública, os achados de Azevedo (2010) indicam que os profissionais de contabilidade não são estereotipados negativamente quanto às características de comunicação.

#### 2.2.1.5 Liderança

As habilidades de liderança são necessárias em qualquer ambiente corporativo, contudo, diversos autores evidenciam que os profissionais da área contábil não possuem habilidades para liderar. De acordo com Cardoso, Mendonça Neto e Oyadomari (2010, *apud* LEAL *et al*, 2012) a falta de liderança demonstrada no ambiente de trabalho pelos estudantes de contabilidade é a principal queixa dos gestores.

Os contadores são vistos com limitadas capacidades de liderança também em virtude da existência de estereótipos que se relacionam à visão estreita destes profissionais, não se integrando aos demais departamentos e, posteriormente, não tendo conhecimento da estratégia em si adotada pela organização (VAIVIO e KOKKO, 2006; AZEVEDO, 2010).

Comparados aos demais estudantes das áreas de negócios, os contadores são percebidos por seus pares com menor capacidade de liderança, o que talvez possa ser explicada pela diferença significativa de habilidades de comunicação em relação aos demais profissionais (SCHLEE *et al*, 2007; AZEVEDO, CORNACHIONE e CASA NOVA; 2008). Contudo, os resultados encontrados por Azevedo (2010) e Leal *et al* (2012) não confirmaram a hipótese de que os contadores são percebidos com uma imagem negativa quanto às habilidades de liderança, mas, ao contrário, identificaram que ela é positiva.

#### 2.2.1.6 Propensão ao risco

Ao longo dos anos, os profissionais de contabilidade mantiveram um perfil de conservadores e avessos ao risco, uma vez que a visão conservadora proporcionava uma imagem de confiança e de prudência na execução de suas atividades, ao contrário, a propensão ao risco poderia classificá-los como indivíduos despreocupados e irresponsáveis (SMITH e BRIGGS, 1999; LEAL *et al*, 2012). Em estudo realizado com estudantes, Hunt *et al* (2004 *apud* AZEVEDO, 2010) encontraram as piores percepções no que tange à propensão ao risco por parte dos profissionais da contabilidade.



Porém, no mundo moderno, a exigência na carreira contábil é de um profissional atento e inteirado às novas oportunidades de mercado, que descubra os nichos existentes e preparado para os inúmeros desafios que surgirem (MARION, 2003). Alguns autores apontam que a imagem antiga do contador como “guarda-livros” vem sendo agraciada com características gerenciais, proativas, propensas ao risco e com capacidade de empreender (FRIEDMAN e LYNE, 2001; AZEVEDO, 2010).

Em análise realizada em propagandas e campanhas publicitárias ao longo das décadas, Smith e Briggs (1999 *apud* AZEVEDO, 2010) identificaram certa evolução nas representações do contador quanto à propensão ao risco. Nas décadas de 70 e 80, estes eram representados como profissionais avessos ao risco, passando ao início da década de 90 a assumirem riscos moderados. Ao final da década de 90, o retrato dos contadores em campanhas publicitárias era de um profissional ousado e atento ao mundo moderno.

#### 2.2.1.7 Ética

A postura ética dos contadores representa enorme relevância na formação de estereótipos acerca destes profissionais, uma vez que a idoneidade do indivíduo é fator preponderante para o julgamento de sua conduta ética e moral. De todas as profissões, o contador talvez seja o que mais esteja sujeito a ter sua conduta ética questionada, muito pelo fato de suas atividades estarem diretamente relacionadas ao registro de cifras e à apuração de montantes de impostos e encargos a pagar (MARION, 1986).

A imagem retratada do contador em filmes é percebida com falta de postura ética, flexíveis e que utilizam de suas habilidades para cometerem atos ilícitos (HOLT, 1994; SMITH e BRIGGS, 1999; AZEVEDO, 2010). Quando analisada a veiculação da imagem do contador em campanhas publicitárias, este é percebido como um indivíduo hedonista e que pensa em seu benefício próprio (SMITH e BRIGGS, 1999; AZEVEDO, 2010).

Em contrapartida, diversos autores identificaram uma imagem positiva do contador quanto a sua postura ética, honestos e comprometidos com a integridade da profissão (BOUGEN, 1994; FRIEDMAN e LYNE, 2004; DMNIK e FELTON, 2006; FELTON *et al*, 2007; AZEVEDO, 2010). Após os escândalos corporativos ocorridos nas últimas décadas, citando o caso Enron, em que esteve relacionada ao escândalo a empresa de auditoria Arthur Andersen, os profissionais de contabilidade têm estado mais preocupados com a percepção ao seu comportamento ético e moral (FELTON *et al*, 2007; AZEVEDO, 2010). Os achados de Azevedo (2010) e Leal *et al* (2012) confirmaram que a percepção do público em geral ao comportamento ético dos contadores é positiva, contrariando os estudos anteriores.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa caracteriza-se pela execução de um trabalho planejado, ao qual através da aplicação de métodos científicos, pretende-se levantar respostas para um determinado problema estudado. Quanto aos seus objetivos, esta pesquisa tem caráter descritivo. No que se refere aos procedimentos técnicos, este trabalho caracteriza-se, quanto à natureza de suas fontes de informação, como uma pesquisa de campo, que, de acordo com Gil (2008, p. 53), por ser “desenvolvida no próprio local onde ocorrem os fenômenos, seus resultados costumam ser mais fidedignos”. A coleta de dados se deu por levantamento, que segundo Gil (2008, p. 50) “[...] caracterizam-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer”. Os





dados resultantes da pesquisa foram submetidos a tratamento estatístico, o que permite afirmar a sua natureza quantitativa (MARCONI e LAKATOS, 2012).

O estudo foi realizado na cidade de Balneário Camboriú (SC), durante o período de 9 a 16 de agosto de 2013. Foram realizadas 206 entrevistas aleatórias, de acordo com a disponibilidade dos entrevistados. A coleta de dados se deu por meio da aplicação de um questionário, utilizando as variáveis estudadas por Azevedo (2010). O autor, em sua pesquisa, aplicou um fotoquestionário aos entrevistados, e estes associavam as imagens apresentadas às sete categorias de análise estudadas, sendo elas: Criatividade, Dedicação aos estudos, Trabalho em equipe, Comunicação, Liderança, Propensão ao risco e Ética. Entretanto, neste estudo, optou-se em aplicar um questionário sem imagens, com perguntas fechadas, sendo este composto por dois instrumentos de medida.

Primeiramente os respondentes foram identificados pelo gênero: masculino ou feminino, assim como, foram identificados os respondentes que tiveram ou não contato direto com algum profissional de contabilidade. Em seguida, os entrevistados avaliaram a percepção sobre os contadores com relação às categorias de estudo. Foram utilizados dois métodos de avaliação: Método 1 - atribuição por conceito, sendo este ordenado em graus de Ótimo (1), Bom (2), Regular (3), Ruim (4), Péssimo (5), ou seja, quanto menor fosse o resultado, melhor a avaliação; Método 2 – atribuição por nota numa escala de 0 a 10, onde 0 representava a menor nota e 10 a maior. A nota 5 serve de parâmetro para negativo (menos de 5) e positivo (mais de 5).

Para comparar as médias resultantes dos Métodos 1 e 2, utilizou-se do método estatístico *t* de *student*, através de um *software* estatístico, adotando-se um nível de significância de 10% ( $p = 0,10$ ). O teste *t* de *student* trata-se de um teste de hipótese que serve para rejeitar ou não uma hipótese nula ( $H_0$ ) definida, sendo esta quando não há diferenças significativas entre as médias comparadas. Se o valor *p* obtido no teste for superior ao nível de significância definido (10%), pode-se afirmar que  $H_0$  é verdadeira, porém, um valor *p* inferior a 10% indica que há diferenças significativas entre as médias. Os resultados obtidos foram apresentados em tabelas, possibilitando melhor interpretação e comparação entre as informações.

Em virtude das diferenças apontadas por Thompson; Judd; Park, (2000) entre os estereótipos em bases abstratas e os estereótipos em bases instanciais, foi aplicado o teste *t* para identificar se existiam diferenças estatísticas entre as médias dos entrevistados que afirmaram nunca ter tido contato direto com um contador e os que afirmaram que tinham ou já tiveram contato direto.

#### 4 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

Os resultados que seguem são fruto das 206 entrevistas realizadas e que questionavam a percepção dos entrevistados com relação às categorias estabelecidas por Azevedo (2010), ou seja, à Criatividade, à Dedicação aos estudos, ao Trabalho em equipe, à Comunicação, à Liderança, à Propensão ao risco e à Ética. Apresentam-se os dados, primeiramente, por conceito – Método 1 - e, posteriormente por nota – Método 2. Em seguida, faz-se uma análise conjunta, ou seja, colocam-se os resultados lado a lado. Essa decisão se deve pela aproximação dos resultados.

A Tabela 1 evidencia a média obtida para cada categoria analisada levando em consideração as informações da percepção dos entrevistados no que se refere ao Método 1 – atribuição por conceito.



Tabela 1 - Percepção da imagem do profissional contábil - Método 1 Atribuição por conceito

Categorias	Média 1 = Ótimo, 2= Bom, 3= Regular, 4= Ruim, 5 = Péssimo
Propensão ao risco	2,45
Criatividade	2,44
Liderança	2,40
Dedicação aos estudos	2,24
Trabalho em equipe	2,21
Comunicação	2,20
Ética	2,07
<b>Geral</b>	<b>2,29</b>

Fonte: Dados da pesquisa

Para obtenção destas médias foram atribuídos os seguintes valores às respostas dos entrevistados: 1 = Ótimo, 2 = Bom, 3 = Regular, 4 = Ruim, 5 = Péssimo. A ordem de apresentação dos resultados por categoria é decrescente, ou seja, do pior resultado para o melhor. Os números apontam para uma percepção positiva da imagem do contador, pois as médias obtidas oscilaram entre 2 (Bom) e 3 (Regular).

A Tabela 2 traz informações da percepção dos entrevistados no que se refere às notas dadas em cada categoria avaliada.

Tabela 2 -Percepção da imagem do profissional contábil - Método 2 – Atribuição por nota de 0 a 10

Categorias	Média
Criatividade	6,74
Propensão ao risco	6,76
Liderança	6,89
Dedicação aos estudos	7,16
Trabalho em equipe	7,22
Comunicação	7,33
Ética	7,62
<b>Geral</b>	<b>7,10</b>

Fonte: Dados da pesquisa

A Tabela 2 demonstra as médias obtidas dentre as notas de 0 a 10 dadas pelos entrevistados em cada categoria. A apresentação das categorias está em ordem crescente, ou seja, do pior resultado para o melhor. Todas as médias obtidas estão acima do parâmetro (mais de 5), o que em concordância com a Tabela 1, indica uma percepção positiva da imagem do contador.

Os resultados expostos nas Tabelas 1 e 2 vão ao encontro dos alcançados por Azevedo (2010) em sua pesquisa, rejeitando a ideia de que os profissionais contábeis são negativamente estereotipados nas sete categorias avaliadas.



O quesito Propensão ao risco foi avaliado como o menos positivo, juntamente ao quesito Criatividade, porém ainda acima da média, (2,45 e 6,76) o que vai ao encontro da visão de Smith e Briggs (1999, *apud* Azevedo, 2010), os quais afirmam que, historicamente, o contador goza de uma imagem avessa ao risco, porém, há uma mudança em aspectos sociais nos quais os profissionais da contabilidade vêm se comportando de forma bastante ousada e progressista.

Profissionais contábeis são, conforme Hooper *et al* (2009, *apud* AZEVEDO, 2010 p. 29), “reconhecidos como desprovidos de criatividade e de pouca imaginação”, porém essa informação vai de encontro às médias obtidas (2,44 e 6,74), que indicam uma imagem positiva dos profissionais contábeis em relação à Criatividade, apesar desta ainda ser, junto à Propensão ao risco, a média menos positiva dentre as sete categorias analisadas.

As boas médias obtidas no quesito Liderança (2,40 e 6,89) parecem indicar a tendência evidenciada por Friedman e Lyne (1995, *apud* AZEVEDO 2010) de valorização do profissional contábil, que vem sendo percebido como mais empreendedor e mais proativo.

No quesito Dedicação aos estudos, foram obtidas as seguintes médias 2,24 e 7,16, o que indica que os profissionais de contabilidade são percebidos como pessoas estudiosas. Esse resultado vai ao encontro do comportamento apontado por Cardoso (2006, *apud* SILVA e SILVA, 2012, p.3) que afirma que “os contadores deverão, a cada dia, atualizar-se e adaptar-se às novas realidades e às exigências”. Essa é uma tendência no cenário político e econômico atual, onde os profissionais deverão qualificar-se constantemente, procurando especializar-se para melhor interpretar os fatos contábeis e gerenciais da empresa.

No quesito Trabalho em equipe, as médias 2,21 e 7,22 apontam para uma percepção positiva dos profissionais contábeis, o que pode indicar que esse profissional tem boa interação com os demais setores da empresa e da sociedade em geral. Esses dados contrariam DeCoster; Rhode (1971 *apud* AZEVEDO, 2010), que, afirmam que, apesar da necessidade de interação com todos os setores e departamento das organizações, os contadores são percebidos como indivíduos mais isolados e pouco sociáveis.

Quanto à categoria Comunicação, as médias 2,20 e 7,33 indicam que o profissional de contabilidade tem uma boa adequação verbal e bons argumentos de persuasão, ao contrário do que Vaivio e Kokko (2006 *apud* AZEVEDO, 2010) afirmavam que o contador têm habilidades limitadas de comunicação, sendo esta realizada aos outros departamentos apenas por relatórios técnicos.

O último quesito analisado, a Ética, traz as médias de 2,07 e 7,62 o que o qualifica como bom, e define a percepção da imagem do contador como um profissional altamente ético, aliado das boas práticas comerciais, diferentemente do que apontam alguns estudos realizados sobre a imagem do contador no cinema, que retratam profissionais com falta de postura ética, flexíveis e que utilizam de suas habilidades para cometerem atos ilícitos (HOLT, 1994; SMITH e BRIGGS, 1999; AZEVEDO, 2010). O resultado positivo desta pesquisa, nesta categoria, corrobora com os estudos de Azevedo (2010).

Para identificar se as oscilações ocorridas entre as médias obtidas em cada categoria demonstradas na Tabela 1 e na Tabela 2 foram significativas, foi aplicado o método estatístico chamado teste *t* de *student*.

Na Tabela 3, apresentam-se os resultados relativos à comparação das médias de cada categoria com a média geral – que consiste na soma das médias de cada categoria, aplicando o teste *t* de *student*, Método 1 – atribuição por conceito.



**Tabela 3 - Teste  $t$  - Comparação entre as médias de cada categoria com a média geral – Método 1 - Atribuição por conceito de Ótimo a Pessimismo**

Categorias	Médias			Valor $p$
	Da categoria	Somada	Diferença	
Criatividade	2,44	2,29	0,16	0,01
Dedicação aos estudos	2,24	2,29	-0,05	0,39
Trabalho em equipe	2,21	2,29	-0,08	0,20
Comunicação	2,20	2,29	-0,09	0,19
Liderança	2,40	2,29	0,11	0,09
Propensão ao risco	2,45	2,29	0,16	0,01
Ética	2,07	2,29	-0,22	0,00

Fonte: Dados da pesquisa

A Tabela 3 compara a média obtida em cada categoria analisada com a média geral de todas as categorias somadas no Método 1- graus de Ótimo a Pessimismo, com o objetivo de avaliar a existência de diferença estatística entre estas.

A aplicação do teste  $t$  revelou que há diferença estatística na média geral nas categorias Criatividade ( $p = 0,01$ ); Liderança ( $p = 0,09$ ); Propensão ao risco ( $p = 0,01$ ) e Ética ( $p = 0,00$ ).

Na Tabela 4, apresentam-se os resultados relativos à comparação das médias de cada categoria com a média geral – que consiste na soma das médias de cada categoria, aplicando o teste  $t$  de *student*, Método 2 – atribuição por nota.

**Tabela 4 - Teste  $t$  - Comparação entre as médias de cada categoria com a média geral – Método 2 - Atribuição por nota de 0 a 10**

Categorias	Médias			Valor $p$
	Da categoria	Somada	Diferença	
Criatividade	6,74	7,10	-0,36	0,01
Dedicação aos estudos	7,16	7,10	0,06	0,67
Trabalho em equipe	7,22	7,10	0,12	0,37
Comunicação	7,33	7,10	0,23	0,14
Liderança	6,89	7,10	-0,21	0,18
Propensão ao risco	6,76	7,10	-0,35	0,04
Ética	7,62	7,10	0,51	0,00

Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com o teste  $t$ , há diferença estatística na média geral nas categorias Criatividade ( $p = 0,01$ ), Propensão ao risco ( $p = 0,04$ ) e Ética ( $p = 0,00$ ).

Os resultados apresentados na Tabela 3 e na Tabela 4 indicam que os quesitos Criatividade e Propensão ao risco tiveram uma avaliação inferior em relação aos outros quesitos e, portanto, pode-se afirmar que são os pontos mais fracos na imagem do contador, o que indica ainda a existência da imagem do “guarda livros” (COELHO, 2000), metódico e conservador (DIMNIK e FELTON, 2006).

O quesito Liderança também foi identificado como ponto fraco na imagem do contador, o que reforça a imagem de mero “guarda livros”, porém, o teste  $t$  somente revelou diferença





estatística do quesito em relação à média geral no Método 1 com um valor  $p = 0,09$ , enquanto, no Método 2, o valor  $p$  de 0,18 indica que as médias são estatisticamente iguais. Portanto, não é possível afirmar que o quesito Liderança é realmente um ponto fraco na imagem do contador.

Em contrapartida, a Ética se mostrou o ponto mais forte na percepção dos entrevistados, contrariando diversos autores que indicaram uma imagem negativa quanto a este quesito (HOLT, 1994; SMITH e BRIGGS, 1999; FRIEDMAN e LYNE, 2001; *apud* AZEVEDO, 2010), porém corrobora com o estudo de Azevedo (2010).

Os resultados relativos à aplicação do teste  $t$  para identificar se existiam diferenças estatísticas entre as médias dos entrevistados que afirmaram nunca ter tido contato direto com um contador e os que afirmaram que tinham ou já tiveram contato direto apresentam-se nas Tabelas 5 e 6 a seguir.

Os resultados apresentados na Tabela 5 referem-se à aplicação ao Método 1.

**Tabela 5 – Contraste de médias entre as variáveis com ou sem contato com o contador – Método 1 Atribuição por conceito**

Categorias	Médias			Valor $p$
	Não tem contato	Tem contato	Diferença	
Criatividade	2,55	2,41	0,13	0,35
Dedicação aos estudos	2,23	2,24	-0,01	0,92
Trabalho em equipe	2,27	2,19	0,08	0,58
Comunicação	2,41	2,14	0,27	0,10
Liderança	2,57	2,35	0,22	0,18
Propensão ao risco	2,48	2,44	0,04	0,81
Ética	1,98	2,09	-0,12	0,50

Fonte: Dados da pesquisa

A Tabela 5 demonstra a comparação das médias obtidas no Método 1 com os entrevistados que afirmaram que nunca tiveram contato direto com um profissional contábil e a dos que já tiveram ou têm contato com esse profissional. Foi observada diferença estatística no quesito Comunicação ( $p = 0,10$ ). Os resultados apresentados na Tabela 6 referem-se à aplicação ao Método 2.

**Tabela 6 – Contraste de médias entre as variáveis com ou sem contato com o contador - Método 2 – Atribuição por nota de 0 a 10**

Categorias	Médias			Valor $p$
	Não tem contato	Tem contato	Diferença	
Criatividade	6,41	6,83	-0,42	0,22
Dedicação aos estudos	6,95	7,22	-0,26	0,43
Trabalho em equipe	7,00	7,28	-0,28	0,39
Comunicação	6,75	7,49	-0,74	0,05
Liderança	6,48	7,00	-0,52	0,18
Propensão ao risco	6,57	6,81	-0,24	0,55
Ética	7,84	7,56	0,29	0,48

Fonte: Dados da pesquisa



A Tabela 6 demonstra a comparação das médias obtidas no Método 2 com os entrevistados que afirmaram que nunca tiveram contato direto com um profissional contábil e a dos que já tiveram ou têm contato com esse profissional.

Conforme a Tabela 5 e a Tabela 6, o único resultado que revelou diferença estatística entre as médias dos que afirmaram nunca ter tido contato direto e os que afirmaram que tinham ou já tiveram contato direto, foi o quesito Comunicação ( $p = 0,1$  e  $0,05$ ), nos Métodos 1 e 2 respectivamente. Isso indica que, pessoas que não tiveram contato possuem uma percepção menos positiva das habilidades de comunicação dos profissionais contábeis (médias 2,41 e 6,75) do que pessoas que tiveram contato direto (médias 2,14 e 7,49). Todas as outras categorias não demonstraram diferença significativa. Talvez uma amostragem maior possa indicar outros resultados.

Apesar dos resultados não mostrarem significância estatística, a partir da aplicação do teste  $t$ , observou-se que as médias obtidas dos entrevistados que afirmaram nunca ter tido contato direto foram menos positivas em todas as categorias, exceto Ética e Dedicação aos estudos (este somente no Método 1), com ênfase nas categorias Criatividade, Comunicação e Liderança que obtiveram uma média consideravelmente menor.

Este resultado indica que os entrevistados que afirmaram nunca ter tido contato perceberam a imagem do contador mais próxima dos estereótipos observados por Dimnik e Felton (2006) que, em seus estudos baseados na representação do contador em filmes, os classificam como chatos, de personalidade fraca, insociáveis, metódicos, porém honestos e éticos. Esta aproximação, talvez possa ser fruto da tendência maior a generalizações dos estereótipos criados em bases de abstração apontados pelos estudos de Thompson; Judd; Park (2000).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entendendo-se estereótipos como frutos de representações sociais as quais exercem influência sobre os julgamentos, escolhas e percepções de um indivíduo ou grupo social de forma positiva ou negativa, este artigo buscou verificar, a partir dos estudos de Azevedo (2010), se os contadores eram estereotipados de forma negativa pelas pessoas.

A média obtida a partir da aplicação do Método 1 – Atribuição por conceito – 2,29 revelou uma percepção positiva com relação à imagem dos contadores, uma vez que se aproximou do conceito 2 (Bom). A média obtida a partir da aplicação do Método 2 – Atribuição por nota – também representou uma percepção positiva, estando esta próxima a nota 7. Contudo, dentre os resultados encontrados, as categorias que foram consideradas menos positivas foram Criatividade, Propensão ao risco e Liderança, indicando um resquício da imagem tradicional do contador tido como um profissional metódico e conservador (Dimnik e Felton, 2006).

A partir da aplicação do teste  $t$  de *student* para comparação dos resultados dos entrevistados que têm ou tiveram contato direto com algum contador e dos que nunca tiveram contato, verificou-se que o resultado dos quesitos Dedicação aos estudos, Trabalho em equipe, Comunicação, Liderança, Propensão ao risco e Ética não apresentaram diferenças significativas, sendo consideradas estatisticamente iguais. Deste modo, o único quesito a apresentar resultados estatisticamente diferentes foi Criatividade, valor  $p = 0,10$  no Método 1 – Atribuição por conceito – e valor  $p = 0,05$  para o Método 2 – Atribuição por nota.

Os dados analisados a partir desta pesquisa permitem afirmar que os profissionais contábeis possuem uma imagem positiva nos sete quesitos avaliados, sendo a Ética a categoria



mais bem avaliada, apesar de escândalos corporativos envolvendo a figura do contador e as constantes veiculações de comportamento antiético destes profissionais pela mídia.

Também foi possível observar que ainda existe um resquício da imagem de “guarda-livros”, metódico e conservador, pois as categorias avaliadas menos positivamente foram Criatividade, Propensão ao risco e Liderança.

Contudo, devido a limitações da pesquisa no que tange ao número de entrevistados, não foi possível afirmar se há realmente diferença de percepção da imagem do contador dentre os que afirmaram ter tido contato direto e os que não têm e nunca tiveram contato.

Por fim, deixa-se como sugestão para pesquisas futuras reaplicar este estudo com os próprios profissionais de contabilidade, a fim de identificar a percepção existente de si mesmos, e também juntamente a clientes de serviços contábeis, os quais mantêm um relacionamento mais próximo com este profissional.

## 6 REFERÊNCIAS

AZEVEDO, R. F. L. **Percepção pública sobre os contadores: “Bem ou mal na foto”?**

Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis). Universidade de São Paulo, USP. São Paulo, 2010.

AZEVEDO, R. F. L.; CORNACHIONE JUNIOR, E. B.; CASA NOVA, S. P. de C. A percepção dos estudantes sobre o curso e o perfil dos estudantes de contabilidade: uma análise comparativa das percepções e estereotipagem. *In: Congresso USP de Contabilidade e Controladoria*. São Paulo: Congresso USP, 2008.

BARBETTA, P.A. **Estatística aplicada às ciências sociais**. 7.ed. Florianópolis: Ed da UFSC, 2007.

BLIKSTEIN, Izidoro. **Técnicas de comunicação escrita**. 22 ed. São Paulo: Ática, 2006.

BOUGEN, P. D. Joking apart: the serious side to the accountant stereotype. *In: Accounting, Organizations and Society*, v.19, n.3, p. 319-335, 1994.

CABECINHAS, Rosa. Processos cognitivos, cultura e estereótipos sociais. **Actas do II Congresso Ibérico da Comunicação**. Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2004.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **2013 Ano da contabilidade**. Disponível em [https://www.google.com.br/search?q=conselho+federal+de+contabilidade&oq=conselho&aqs=chrome..69i57j69i59j0l4.3867j0j8&sourceid=chrome&espv=210&es\\_sm=93&ie=UTF-8](https://www.google.com.br/search?q=conselho+federal+de+contabilidade&oq=conselho&aqs=chrome..69i57j69i59j0l4.3867j0j8&sourceid=chrome&espv=210&es_sm=93&ie=UTF-8). Acesso em 10 abr. 2013.

COELHO, Alisson. Contador de Araricá é filmado pegando dinheiro do caixa da prefeitura. **Zero Hora**. Porto Alegre, 1 jan. 2012. Disponível em <http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/noticia/2012/01/contador-de-ararica-e-filmado-pegando-dinheiro-do-caixa-da-prefeitura-3620673.html>. Acesso em 5 abr. 2013.

COELHO, C. U. F. O técnico em contabilidade e o mercado de trabalho: context histórico, situação atual e perspectivas. *In: Boletim Técnico do SENAC*. Vol. 26. n. 3. Set/Dez, 2000.



DECOSTER, D. T.; RHODE, J. G. The accountants stereotype: real or imagined, deserved or unwarranted. *In: The Accounting Review*. v.164(4), p. 651-664, 1971.

DIAS, G. M. **Representações sociais que contribuem para a criação do imaginário coletivo sobre o contador e a contabilidade:** um estudo empírico. 2003. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, USP, SP, 2003.

DIMNIK, T.; FELTON, S. Accountant Stereotypes in movies distributed in North America in the twentieth century. *In: Accounting Organizations and Society* 31, p. 129-155, 2006.

FOLHAPRESS. Contador diz que foi forçado a abrir Empresas. **Gazeta do Povo**, Paraná, 29 ago. 2012. Disponível em:

<http://www.gazetadopovo.com.br/vidapublica/conteudo.phtml?id=1291870&tit=Contador-diz-que-foi-forcado-a-abrir-empresas>. Acesso em 5 abr. 2013.

FELTON, S. DIMNIK, T.; BAY, D. Perceptions of accountants' ethics: evidence from their portrayal in cinema. *In: Journal of Business Ethics*, v.83, n.2, p.217-213, 2007.

FRIEDMAN, A. L.; LYNE, S. R. The beancounter stereotype: towards a general model of stereotype generation. *In: Critical Perspectives on Accounting*, v. 12, n. 4, p. 423-451, 2001.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 8. ed. São Paulo. Atlas, 2008.

GOMES, Pablo. Contador é preso em Lages suspeito de aplicar golpes no INSS. **Diário Catarinense**. Florianópolis, 21 abr. 2011. Disponível em

<http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/noticia/2011/04/contador-e-preso-em-lages-suspeito-de-aplicar-golpes-no-inss-3283069.html>. Acesso em: 5 abr. 2013.

GUERRA, G. C. M.; SHINZAKI, K.; ICHIKAWA, E.Y.; SACHUK, M. I. A. A representação social da profissão de contador na perspectiva dos profissionais da contabilidade. *In: Revista de Contabilidade e Organizações*, v. 5 n.2, p. 157-171, 2011.

HUNT, S. C. ; FALGIANI, A. A.; INTRIERI, R. C. The Nature and Origins of Students' Perceptions of Accountants. *In: Journal of Education for Business*, v. 79, n. 3, p. 142-148, 2004.

JODELET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão. *In: JODELET, Denise (org). As representações sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

LEAL, E. A.; MIRANDA G. J.; ARAÚJO, T. S.; BORGES, L. F. M. Estereótipos na profissão contábil. *In: EnANPAD*, Rio de Janeiro. **Anais**. Rio de Janeiro, 2012.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MARION, José C. O contabilista, a ética profissional e a bíblia. *In: Revista Brasileira de Contabilidade*, n.58, 1986.

MARION, José C. Preparando-se para a profissão do futuro. **Portal da Classe Contábil**, 2003. Disponível em:

<<http://www.marion.pro.br/portal/modules/wfdownloads/visit.php?cid=2&lid=15>>. Acesso em: 2 ago. 2013





MIRANDA, J. M.; LEAL, E. A.; MEDEIROS, C. R. O.; LEMES, S. **Representações sociais de vestibulandos: (re)construindo o estereótipo dos profissionais de contabilidade.** 2012.

Disponível em:

<[http://www.furb.br/\\_upl/files/especiais/anpcont%207/3806/epc/epc%20200.pdf?20131007143813](http://www.furb.br/_upl/files/especiais/anpcont%207/3806/epc/epc%20200.pdf?20131007143813)> Acesso em: 28 jul. 2013.

NASCIMENTO, Alexandre C. IMPOSTO DE RENDA 2013. Quando contar com um contador.

**Gazeta do Povo**, Paraná, 28 fev. 2011. Disponível em

<http://www.gazetadopovo.com.br/economia/impostoderenda/conteudo.phtml?id=1101261>.

Acesso em 5 abr. 2013.

SCHLEE, R.; CURREN, M.; HARICH, K.; KIESLER, T. Perception bias among undergraduate business students by major. *In: Journal of Education for Business*, v.82, n. 3, p. 169-177, 2007.

SPINK, M. J. P. O conceito de representações sociais em Psicologia Social. **Caderno Saúde Pública**. Rio de Janeiro, 9 (3): 300-308, jul/sep, 1993.

PARKER, I. Goodbye, number cruncher! *In: Australian CPA*, v.77, n.2, p. 50-52, 2000.

SILVA, Adolfo H. C.; SILVA, Érica G. R. da. Percepção dos estudantes de ciências contábeis do Rio de Janeiro sobre o estereótipo do profissional de contabilidade no período após a adoção do IFRS. *In: III Congresso Nacional de Administração e Ciências Contábeis*. Rio de Janeiro. 2012.

SUGAHARA, S.; BOLAND, G. Perceptions of the certified public accountants by accounting and non-accounting tertiary students in Japan. *In: Asian Review of Accounting*, v.14, n. 1-2, p. 149-167, 2006.

SMITH, M.; BRIGGS, S. From beancounter to action hero: changing the image of the accountant. **Management Accounting**, v. 77, p. 2-30, 1999.

THOMPSON, M. S., JUDD, C. M.; PARK, B. The Consequences of Communicating Social Stereotypes. *In: Journal of Experimental Social Psychology* 36, p.567-599, 2000.

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ. Projeto Pedagógico do Curso de Ciências Contábeis. Disponível em

<http://www.univali.br/modules/system/stdreq.aspx?P=106&VID=default&SID=338958942412333&S=1&A=close&C=22835>. Acesso em: 5 out. 2013.

VAIVIO, J.; KOKKO, T. Counting big: Re-examining the concept of the beancounter controller. **The Finnish Journal of Business**