

ÉTICA PROFISSIONAL CONTÁBIL: UMA ANÁLISE VISUAL DA PERCEPÇÃO PÚBLICA.

Renato Ferreira Leitão Azevedo

Doutorando em Educação (PhD Program) pela University of Illinois. Mestre e Bacharel em Controladoria e Contabilidade (FEA/USP) e Bacharel em Sistemas de Informação (Universidade Anhembi Morumbi)

Professor no MBA Controller e Cursos de Especialização da FIPECAFI

Endereço: 2111 Hazelwood Drive ap. 202 - Urbana, IL - USA, 61801

E-mail: razeved2@illinois.edu / renatoflazevedo@usp.br

Edgard Bruno Cornacchione Junior

Bacharel, Mestre, Doutor e Livre-Docente em Ciências Contábeis pela FEA/USP e Ph.D. em Educação pela University of Illinois (EUA)

Professor Titular da FEA/USP, Chefe do Departamento de Contabilidade e Atuária da FEA/USP e Diretor Científico da ANPCONT

Endereço: Av. Prof. Luciano Gualberto, 908 (FEA2, Sala 113) São Paulo, SP, 05508-010

E-mail: edgardbc@usp.br

Resumo

O declínio do número e da qualidade dos estudantes de Contabilidade tem sido mundialmente uma fonte de preocupação de acadêmicos e profissionais. Esse fato, de acordo com Albrecht e Sack (2000), se dá em função de diversos fatores, como mudanças no ambiente empresarial, a diminuição nos níveis de salário da profissão, o aparecimento de outras carreiras como alternativas mais atraentes aos estudantes e a falta de informação e/ou desentendimento sobre a carreira de Contabilidade. Para Carnegie e Napier (2010), é importante a compreensão das imagens externas da Contabilidade e dos contadores para a apreciação dos papéis desses profissionais em um contexto social mais amplo. Nessa direção, para Belski et al. (2004), o sucesso da profissão de Contabilidade depende largamente de como a profissão é vista pelo público, sendo que a imagem da profissão de Contabilidade foi abalada no passado recente pela ampla publicidade de fraudes, escândalos e falências envolvendo firmas e profissionais de Contabilidade. Para contribuir com o entendimento desse fenômeno, o objetivo desta pesquisa é identificar e analisar se os profissionais de Contabilidade são estereotipados de maneira negativa pela percepção pública em relação à ética. Por meio de uma pesquisa de campo envolvendo 1.034 respondentes selecionados aleatoriamente, com a utilização de um questionário adaptado, e por utilização de testes de diferença de médias, concluiu-se pela rejeição da hipótese central, não sendo possível afirmar que os profissionais de Contabilidade são negativamente estereotipados no que tange a sua ética profissional, contradizendo autores da literatura. Não foram encontradas diferenças significativas em função do gênero, formação profissional e níveis de escolaridade dos respondentes, além de ser possível afirmar uma percepção

Editado em Português, Inglês e Espanhol. Versão original em Português.

Recebido em 20/11/10. Pedido de Revisão em 24/08/11. Resubmetido em 05/09/11. Aceito em 12/09/11 por Valcemiro Nossa (Editor). Publicado em 27/03/12. Organização responsável pelo periódico: CFC/FBC/ABRACICON.

Copyright © 2012 REPEC. Todos os direitos, até mesmo de tradução, são reservados. É permitido citar parte de artigos sem autorização prévia, desde que seja identificada a fonte.

positiva por meio da análise dos intervalos de confiança. Limitações e recomendações para trabalhos futuros estão ambos presentes na última seção.

Palavras-chave: Ética profissional; Contabilidade; Estereótipos; Percepção pública.

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas duas décadas, o declínio do número e da qualidade dos estudantes de Contabilidade tem sido mundialmente uma fonte de preocupação de acadêmicos e profissionais. De acordo com Albrecht e Sack (2000), esse declínio ocorre em função de diversos fatores, como as mudanças no ambiente empresarial, a diminuição dos níveis de salário na profissão, o aparecimento de outras carreiras como alternativas mais atraentes aos estudantes e a falta de informação e/ou desentendimento sobre a carreira de Contabilidade. Esses entraves somam-se, segundo os autores, às críticas de que o ensino na área de Contabilidade está ainda presa demais à memorização de conhecimentos e no domínio de conteúdos em detrimento do desenvolvimento de habilidades e atitudes dos estudantes, como forma de enriquecer suas vidas e torná-los bem sucedidos.

Entidades profissionais e a academia em Contabilidade anunciaram campanhas para atrair novos estudantes para a carreira contábil (HUNT et al., 2004; HOFFJAN, 2004; BYRNE; WILLIS, 2005; DIMNIK; FELTON, 2006; SUGAHARA; BOLAND, 2006; CARNEGIE; NAPIER, 2010). Essas campanhas visam trabalhar a percepção do público sobre a carreira de Contabilidade, que por vezes é entendida de forma equivocada e estereotipada. Esse fenômeno está documentado particularmente na última década em várias partes do mundo: E.U.A. (ALBRECHT; SACK, 2000; SCHLEE et al., 2007), Austrália (JACKLING, 2002), Reino Unido (MARSHALL, 2003; CARNEGIE; NAPIER, 2010), Alemanha (HOFFJAN, 2004), Irlanda (BYRNE; WILLIS, 2005), Japão (SUGAHARA; BOLAND, 2006) e Brasil (AZEVEDO et al., 2010).

No cenário nacional, o Conselho Federal de Contabilidade (CFC), por meio da atuação de seus Conselhos Regionais de Contabilidade (CRCs) tem também se preocupado com essas questões, promovendo programas tais como: Excelência na Contabilidade, Educação Profissional Continuada, Mulher Contabilista, Responsabilidade Socioambiental, Programa de Voluntariado da Classe Contábil, dentre outros. De acordo com Saemann e Crooker (1999) e Michael e Chen (2006) a lista de habilidades que o mercado de trabalho valoriza e que as empresas precisam que seus funcionários e colaboradores possuam está muito além das habilidades técnicas e específicas, incluindo também as habilidades com pessoas, organizacionais, de comunicação, de estratégia, de responsabilidade social, além de conduta ética. Nessa direção, em mais de uma década, o *IFAC - International Federation of Accountants* (1995) elaborou proposta para um guia internacional e práticas educacionais em Contabilidade, apresentando a ideia de que o mercado de trabalho exige que os profissionais de Contabilidade: (a) sejam capazes de trabalhar em grupos; (b) sejam capazes de usar da tecnologia de forma criativa; (c) sejam dotados de conhecimentos gerais, que possibilitem o pensar e a comunicação efetiva, bem como a análise crítica; (d) tenham conhecimento das organizações e do ambiente de negócios; (e) tenham conhecimentos em tecnologia de informação; (f) tenham conhecimentos contábeis; (g) possuam habilidades intelectuais; (h) possuam habilidades interpessoais; (i) possuam habilidades de comunicação; (j) tenham comprometimento em agir de acordo com a integridade e objetividade, bem como independência profissional; (l) tenham atitude ética; (m) tenham preocupação com o interesse público, cidadania e responsabilidade social; (n) tenham atitude e comprometimento com aprendizado e atualização contínua; e (o) tenham experiência em realizar julgamentos.

Ao mesmo tempo, os profissionais de Contabilidade ainda são obrigados a defender-se contra a percepção de que seu trabalho é irrelevante, tendo que dar provas adicionais de competência e integridade (HUNT et al., 2004; CARNEGIE; NAPIER, 2010). O sucesso da profissão de Contabilidade, segundo Belski et al. (2004) depende largamente de como a profissão é vista pelo público, sendo que

a imagem da profissão de Contabilidade foi abalada no passado recente pela ampla publicidade de fraudes e falências envolvendo firmas e profissionais de Contabilidade. No contexto brasileiro, vários são os casos recentes que ganharam repercussão pública em fraudes e esquemas de corrupção, fato que pode gerar também descrença generalizada na percepção pública na importância da ética profissional e pessoal.

Leeds (2007) descreve que apesar da grande evolução rumo à democratização brasileira nas últimas duas décadas, a justiça criminal e coerção judicial (*enforcement*) das leis tiveram progressos tímidos. Ao mesmo tempo, a autora aponta que a segurança pública continua sendo uma das maiores preocupações dos cidadãos em todas as classes sociais. Leeds (2007) aponta ainda que organizações não governamentais e investidores reconhecem o risco de enfraquecimento das instituições democráticas e prosperidade econômica em função do baixo risco de segurança e aplicação justa das leis. O modelo desenvolvido por Hofstede (1997) para descrever culturas proporciona elementos para entender o caso brasileiro, que se caracteriza pelo elevado índice de distância do poder comparativamente ao mundo, por uma sociedade mais coletiva em relação à média latino-americana e por apresentar valores ligeiramente menores para assertividade e cumprimento de normas em relação ao mundo, porém ainda maior em relação à média latino-americana, o que é característico do índice de masculinidade apresentado pelo autor. O Brasil teria ainda como característica uma visão de longo prazo maior em relação à média mundial, porém maior conservadorismo e resistência a situações de incerteza

	Brasil	América Latina	Mundo
Distância do Poder	69	62	55
Individualismo	38	15	43
Masculinidade	49	42	50
Aversão à Incerteza	76	80	64
Orientação de Longo Prazo	65	N/A	45

Quadro 1 – Dimensões culturais brasileiras segundo hofstede

Fonte: Adaptado de Hofstede (1997) e Kuchinke e Cornachione (2010).

Considerando esse cenário seria de se esperar que escolhas contábeis oportunísticas (*Opportunistic Accounting Choice*) pudessem ser percebidas pela população, como atividade que diretamente afetaria a reputação e ética dos profissionais de Contabilidade. Azevedo (2010) notou um processo metonímico em que a população tende a entender a profissão de Contabilidade em sua dimensão tributária, apenas ou ainda erroneamente associada como sendo uma ciência exata e não social-aplicada. Assim sendo, um país com menor nível de coerção judicial abriria maior espaço para o oportunismo (em que gestores podem escolher diferentes métodos contábeis para melhorar sua função utilidade e bem-estar, aumentar deliberadamente o valor da firma ou com propósitos de redução de carga tributária, à custa de outras partes relacionadas (WATTS E ZIMMERMAN, 1990).

1.1 Objetivo e problema de pesquisa

As pesquisas científicas iniciam-se com a escolha de um assunto-tema-problema, devendo obedecer concomitantemente aos princípios da importância, da originalidade e da viabilidade. Nesse sentido, Castro (1978) salienta que a pesquisa é de fato científica quando: (a) for ligada a uma questão que afeta um segmento substancial da sociedade ou que se vincula a uma questão teórica que merece atenção (importância); (b) quando possui a capacidade de surpreender, de trazer elementos novos e de possibilitar novos entendimentos em relação aos fenômenos observados (originalidade); e (c) quando é passível de observação em relação ao aparato teórico e técnico, às condições de prazo, custo e competências dos pesquisadores (viabilidade).

Tendo em vista a limitação dos estudos anteriores sobre percepções e estereótipos relacionados com a profissão de Contabilidade, então restritos na identificação e análise de grupos específicos, como a visão de estudantes, professores e demais profissionais da área de Contabilidade, esta pesquisa diferencia-se por lançar uma questão de pesquisa mais ampla, a saber: *“Os profissionais de Contabilidade são estereotipados de maneira negativa pela percepção pública em relação à ética?”*

1.2 Justificativa e contribuições

É sabido, há décadas, que os estudantes consideram estereótipos sobre as diferentes carreiras ao decidir pela formação acadêmica que pretendem trilhar (DECOSTER, 1971). De acordo com Carnegie e Napier (2010), uma compreensão das imagens externas da Contabilidade e dos contadores é importante para a apreciação dos papéis destes em um contexto social mais amplo. A profissão contábil carece de projetar uma imagem de confiança, respeitabilidade e de oferecer desafios, recompensas e perspectivas, a fim de atrair e reter os estudantes e profissionais mais talentosos, éticos e competentes.

Cabe ressaltar que os estereótipos servem para que as pessoas simplifiquem e entendam grande número de dados sociais, permitindo inferências sobre os outros e indo além das informações disponíveis (ENSARI; MILLER, 2002; ROBBINS, 2005). No entanto, os estereótipos e percepções incorretos ou inadequados podem resultar em avaliações e expectativas equivocadas e inconsistentes (ROBBINS, 2005; SCHLEE et al., 2007). Se as pessoas percebem a área de Contabilidade como uma área que se vincula com práticas eticamente duvidosas ou ainda desligadas de comprometimento social, estudantes e profissionais que valorizam a ética e responsabilidade social muito provavelmente evitarão obter esse tipo de formação.

Ainda que outros possam ser os motivos desse alarmante desinteresse na formação em Contabilidade, como Ewing et al. (2001) apontam, se uma profissão desenvolveu uma imagem estereotipada na percepção pública é vital determinar se esse estereótipo é um benefício ou prejuízo para a profissão. Quando os estereótipos inibem a capacidade da profissão de representar fielmente os seus membros e de atrair novos estudantes, torna-se necessário entendê-los e combatê-los.

Como diferencial esta pesquisa busca explorar em um estudo empírico a imagem dos profissionais de Contabilidade em relação à ética pelo público em geral. Esta pesquisa visa também situar o Brasil na discussão internacional, assim, contribuindo para ampliar o círculo de pesquisas sobre o assunto em outras partes do mundo, limitado em quantidade de estudos empíricos e em extensão, principalmente, pois os poucos existentes estão localizados em suma maioria nos países do hemisfério norte e na análise de grupos restritos e segmentados, que em geral ficam limitados aos contornos da academia e não observam diretamente a variedade de percepções.

Enquanto abordagem metodológica, este trabalho contribui com a adoção do fotoquestionário, ainda pouco explorado em pesquisas na área de Contabilidade. Conforme Dempsey e Tucker (1991) explicam, tal abordagem é capaz de capturar dados mais ricos do que os obtidos apenas com procedimentos verbais e, portanto, podem trazer novas perspectivas para a questão da percepção e estereótipos do contador.

Em relação à relevância e contribuição prática, os potenciais resultados desta pesquisa incluem evidências para apoiar as discussões, ações e políticas para enfrentar os fatores associados ao estereótipo do contador. Duas principais contribuições são antecipadas: (a) o aumento da conscientização sobre a ameaça dos estereótipos; e (b) os argumentos para ambos, acadêmicos e profissionais, reverem as suas políticas, atitudes e ações, tendo em vista modificar os eventuais estereótipos.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O termo estereótipo surgiu no vocabulário tipográfico designando uma placa metálica de caracteres fixos destinada à impressão em série, adquirindo conotações posteriores na psicologia e

sociologia. A primeira utilização do termo estereótipo em Ciências Sociais é atribuída ao trabalho de Walter Lippmann, em seu livro “Public Opinion” (LIPPMANN, 1922; CARNEGIE; NAPIER, 2010). Lippmann (1922) considera os estereótipos uma imagem simplificada do mundo, constituindo generalizações nem sempre corretas sobre eventos, grupos e categorias de pessoas a fim de satisfazer as necessidades de perceber o mundo de uma forma mais compreensível do que realmente é.

Para Robbins (2005), a percepção pode ser definida como um processo pelo qual os indivíduos organizam e interpretam as suas impressões sensoriais, na intenção de dar significado ao seu ambiente. No entanto, essa percepção pode ser substancialmente diferente da realidade objetiva. O mesmo autor destaca que a percepção é importante para o estudo do comportamento, dado o fato de que as pessoas comportam-se com base nas suas percepções da realidade e não na realidade em si. Estereótipos, por outro lado, segundo Robbins (2005), ocorrem quando utilizamos a nossa percepção sobre um grupo ou contexto para generalizar julgamentos em torno de indivíduos, como parte natural de um processo de simplificação que os seres humanos realizam para compreender os fenômenos.

A generalização possui vantagens por se tratar de um mecanismo natural para simplificar as complexidades do mundo, permitindo manter uma coerência nos julgamentos realizados. Do ponto de vista da psicologia cognitiva, os estereótipos são também sociais porque se referem à caracterização e tratamento das cognições de grupos, a respeito de indivíduos que são identificados sob categorias sociais genéricas, formando inclusive papel particularmente importante na memória construtiva (ATKINSON et al., 1983). A teoria que fundamenta esse argumento é conhecida como Teoria da Ameaça dos Estereótipos, em inglês, Stereotype threat theory. (ATKINSON et al., 1983; STEELE; ARONSON, 1995; STEELE et al., 2002; ARONSON et al., 2005).

Com base nessa perspectiva teórica, tomou-se por base também as análises de conteúdo realizadas na síntese da revisão de literatura específica sobre os estereótipos e as percepções sobre a ética contábil. Holt (1994) e Smith e Briggs (1999) encontraram analisando filmes que a imagem dos contadores é geralmente percebida como a de profissionais com falta de postura ética. Em geral, os contadores são apenas apontados como flexíveis, quando, concomitantemente a esta postura, se voltam para o uso de suas habilidades na prática de atos ilegais ou propostas antiéticas. Em contrapartida, a visão positiva de um profissional íntegro e honesto é apontada por DeCoster (1971), Bougen (1994), Friedman e Lyne (2001), Dminik e Felton (2006) e Felton et al. (2007).

Para Bougen (1994), os profissionais de Contabilidade são retratados como bastante comprometidos com a confidencialidade dentro do ambiente empresarial em vários filmes. Felton et al. (2007) realizaram uma pesquisa envolvendo a análise fatorial de 110 filmes em que contadores eram retratados, eles analisaram a base ética, o comportamento ético e os valores dos personagens. Esses autores encontram que comumente o comportamento ético dos contadores retratado no cinema é positivamente associado com características intrínsecas e valores desses profissionais, todavia negativamente associados com suas competências e valores instrumentais. Os resultados encontrados por Felton et al. (2007) sugerem ainda que seja mais provável de se esperar uma conduta antiética de contadores em filmes quando esses são altamente competentes, comparativamente aos contadores menos habilidosos que são comumente retratados como honestos, otimistas, calmos e agradáveis. Esses achados, segundo Hunt et al. (2004), mostram um distúrbio quando uma profissão necessita concomitantemente de valores e comportamentos éticos e também de habilidades de comunicação e criatividade. Sugahara et al. (2006), em estudo empírico com professores de colégio (128 nos Estados Unidos, 87 no Japão e 36 na Nova Zelândia), apontam que esses professores percebem os contadores como possuindo menor status social, menores padrões éticos e menor poder social comparativamente aos advogados e médicos, mas melhor do que os engenheiros.

Smith e Briggs (1999) salientam que a imagem projetada em campanhas publicitárias de um contador hedonista, que leva apenas em consideração o próprio prazer e satisfação, pode acarretar consequências desastrosas de natureza ética, em um cenário que se percebe a satisfação individual em primeira ordem, em que ninguém observa os interesses de longo prazo da companhia. Ewing et al. (2001) analisaram fotografias de contadores em campanhas publicitárias e notaram que estes passaram a ser

A Figura 2 propõe a síntese de alguns dos estudos da revisão de literatura, referentes à variável “ética” e os respectivos estereótipos associados:

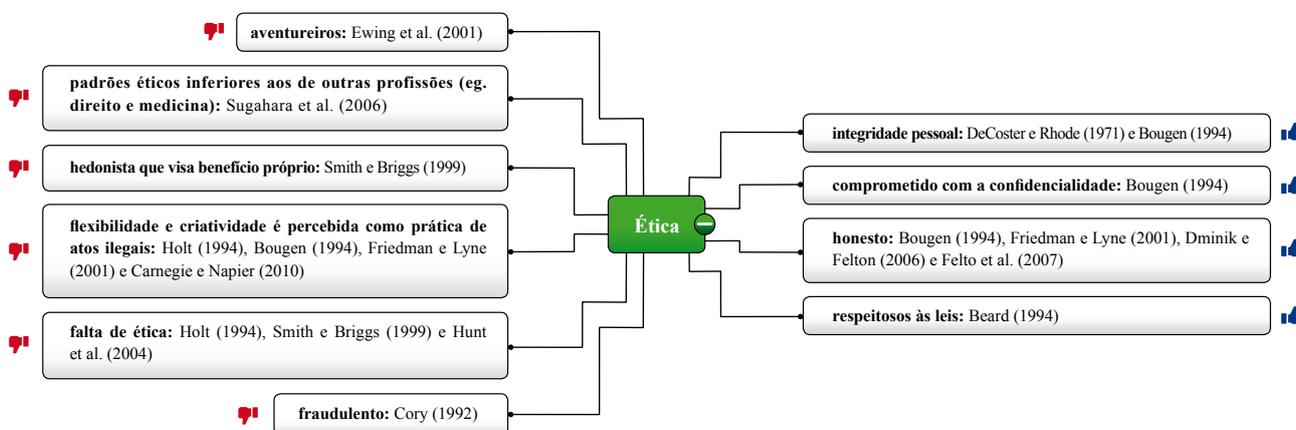


Figura 2 – Estereótipos relacionados com a variável “ética”

Fonte: Azevedo (2010)

Salienta-se que a literatura específica sobre estereotipagem e percepção sobre os profissionais de Contabilidade, no que se refere ao aspecto ético, é bastante dicotômica, embora a recente tenda a ser mais negativa. Em trabalho mais atual, Carnegie e Napier (2010) dão argumentos para justificar essa possível variação tão extrema na percepção sobre os profissionais de Contabilidade, do honesto e confiável ao oportunista e fraudulento.

3. MÉTODO

Esta é uma pesquisa não experimental com relações descritivas e comparações causais, desenvolvida em função de quadro exploratório, conforme Gall et al. (2007), como aprofundamento de uma das dimensões e perspectivas tratadas na dissertação desenvolvida em Azevedo (2010). Para estudar este fenômeno realizou-se uma abordagem de entrevista por meio de fotoquestionário, com protocolo adaptado da proposta de Dempsey e Tucker (1991). A adaptação se refere ao uso de desenhos no lugar de fotografias, dentre outros motivos, pela complexidade de se encontrar fotos que reúnam e concentrem os estereótipos levantados na revisão de literatura.

A viabilidade do método de fotoquestionário tem sido documentada em estudos da Antropologia e da Sociologia (e.g. BECKER, 1978; COLLIER; COLLIER, 1986; GARFINKEL, 1967) e especificamente na área de educação (e.g. FANG, 1985; ENGLISH, 1988). Segundo Dempsey e Tucker (1991), as técnicas de entrevista e questionários baseados em fotos são capazes de capturar dados mais ricos do que os obtidos apenas com procedimentos verbais.

Esse método oferece uma promissora forma de coleta de dados em situações que se deseja considerar amostras de um fenômeno complexo, reduzindo a possibilidade de desconsideração das relações sistêmicas da realidade observada. Nos fotoquestionários, em acordo com Dempsey e Tucker (1991), os respondentes tendem a examinar imagens e a reagir aos estímulos presentes nessas imagens com mais cuidado do que seria esperado reagir apenas em meios escritos ou orais. As imagens despertam gatilhos de memória (*recall*) e proporcionam maior foco no processo de entrevistas, possibilitando um olhar em profundidade nos objetos de estudo, bem como de aspectos intencionais. Essas atuam tanto como estímulos quanto verificadoras de percepção.

Nesse sentido, os desenhos proporcionam a vantagem de poderem ser construídos em dois extremos de significação, parte deles apresentando a expressão dos estereótipos negativos pesquisa-

dos, enquanto outros apresentam a expressão dos estereótipos positivos pesquisados na literatura, ou ainda a ideia antônima dos estereótipos negativos que se pretendem submeter à avaliação do público de respondentes. Dessa forma, se de um lado os desenhos podem ser considerados complexos por reunirem uma gama de estereótipos pesquisados em uma mesma imagem, de outro lado, tornam-se mais simples em termos de ruídos. Outra vantagem na adoção dos desenhos se dá no processo de validação, pois durante todo o processo de ajuste para que os desenhos de fato expressem e reflitam as características da pesquisa, o desenhista conta com maior liberdade para redesenhar as imagens em interações com o grupo de validação, até que a versão final dos desenhos seja estabelecida. Por fim, uma vantagem adicional mais pragmática se dá na concessão de direitos, pois o uso de fotos poderia ser mais problemático no que tange aos direitos de imagem das pessoas e poderiam conter maiores vieses de cenário, iluminação e preferências do público respondente por outros fatores de mais complicada identificação no processo de escolha das imagens.

A estratégia elaborada por Dempsey e Tucker (1991) é composta de nove passos, a saber: (1) identificar as questões de suporte e a perspectiva de pesquisa; (2) preparar a abordagem de coleta de dados; (3) sessão fotográfica (aqui adaptado para a sessão de elaboração dos desenhos e a validação pelos grupos de foco); (4) organizar e rotular as fotografias (aqui também adaptado para os desenhos, conforme já explicado); (5) preparar o protocolo; (6) teste piloto; (7) condução da coleta de dados; (8) análise dos resultados; e (9) resumo dos resultados.

3.1 Identificar as questões de suporte e a perspectiva de pesquisa e preparar a abordagem de coleta de dados

Segundo Dempsey e Tucker (1991), a proposta para essas etapas é a de clarificar o objetivo da pesquisa, as questões e abordagens para o estudo e posteriormente estabelecer os parâmetros de conteúdo para a elaboração das imagens. Esses itens foram descritos anteriormente na parte do objetivo e fundamentação teórica.

3.2 Análise de conteúdo, elaboração e validação dos desenhos

Segundo Bardin (1977), a análise de conteúdo é utilizada após a definição do tema e do problema de pesquisa, em que se procede com a revisão da literatura pertinente ao problema de investigação e a escolha das orientações teóricas que dão suporte ao estudo. Em seguida, para pesquisas do tipo exploratória, definem-se os meios de coleta dos dados. Neste estudo, optou-se pela pesquisa documental direta na revisão da literatura das fontes primárias e secundárias levantadas.

Todos os textos foram impressos e lidos pelo menos duas vezes, identificados com marcações, quando diretamente evidenciava estereótipos relacionados com a ética dos profissionais de Contabilidade ou questões éticas ligadas à área de Contabilidade. As marcações nos textos foram verificadas por uma segunda pessoa em leitura independente. Os desenhos foram então criados por um cartunista profissional contratado¹ especialmente para criar a base do instrumento, a partir das percepções levantadas pela revisão da literatura e a validação por grupos de foco.

O grupo de foco de especialistas contou com oito profissionais de Contabilidade, representando variados campos de atuação da área, em equilíbrio de gênero (quatro participantes do gênero masculino e quatro do feminino). A validação se deu em quatro rodadas em ambiente virtual, durante o período de 31 de maio até 03 de junho de 2010. Para cada interação, o desenhista fez as modificações sugeridas nos desenhos pelo grupo até o consenso das versões finais.

Os participantes também validaram coletivamente os desenhos elaborados pelo cartunista, para diminuir os efeitos de má compreensão dos desenhos ao retratarem os pontos salientados durante a sessão. Dessa forma, pretendeu-se alcançar, de forma consensual, imagens que espelhem os estereótipos positivos e negativos para a hipótese levantada. Para validação e ajustes dos desenhos utilizados na pesquisa de campo foi demandado ao grupo de foco que também evocassem palavras

¹ Os autores agradecem mais uma vez o artista Alexandre Ostan por todo seu profissionalismo na construção dos desenhos desta pesquisa.

relacionando-as com o conceito de ética e os profissionais de Contabilidade. As palavras evocadas por esse grupo de foco são expressas abaixo:

Ética	Postivas: cauteloso; código de conduta; coerente; comprometimento; dever; honesto; leis; manter os registros contábeis fidedignos às transações representadas; normas; padrões; profissionalismo; prudente; regras; reservado; e responsabilidade.	Negativas: ambição excessiva; anti-ético; brechas; conflito de agência; corrupção; desonesto; imprudente; interesse próprio; má fé; manipulação; e tributos.
--------------	---	---

Quadro 2 – Detalhamento das palavras evocadas pelo grupo de foco de validação para a categoria ética.

Fonte: Azevedo (2010)

Ainda relativo ao processo de validação dos desenhos utilizados na pesquisa de campo, recorreu-se ao Grupo de Estudos de Tecnologia da Educação na Contabilidade – GETEC, em uma rodada de comentários sobre as imagens. Todas as imagens foram projetadas em um telão e receberam críticas e contribuições de onze participantes, sendo dois docentes e nove discentes (mestrandos e doutorandos) da área de Educação e Pesquisa em Contabilidade, dos quais cinco participantes do gênero feminino e seis participantes do gênero masculino. Para esse processo de validação, os participantes foram dispostos em uma sala ampla, com liberdade de expressão, em cadeiras dispostas em formato de “U” ao redor dos slides apresentados. A sessão teve duração média de 25 minutos, após reunião semanal do GETEC, realizada no dia 1 de junho de 2010. Novamente as contribuições foram encaminhadas ao artista para ajuste e redesenho de algumas das imagens. As versões finais tiveram uma última interação com o grupo de especialistas em Contabilidade por meio eletrônico, e como essas foram aprovadas em unanimidade, foram tidas como finalizadas para uso em campo na pesquisa.

3.3 Organizar e rotular os desenhos

Os desenhos elaborados pelo artista foram organizados para as duas dimensões de gênero, levando em consideração a positividade, neutralidade e negatividade dos estereótipos retratados para categoria ética, conforme o pôster a seguir:

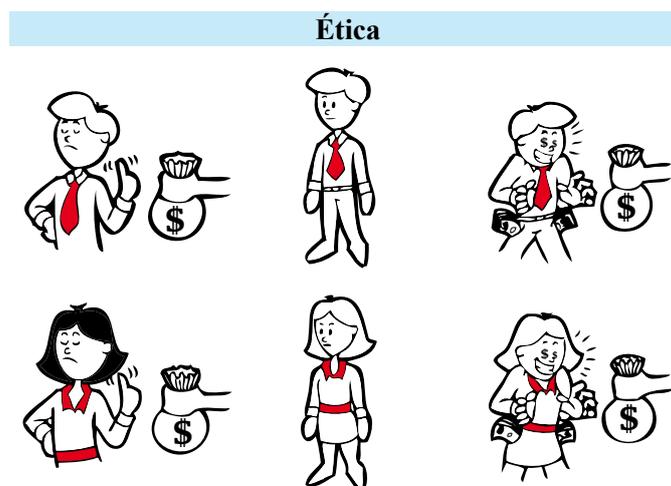


Figura 3 – Representação em pôster da categoria ética utilizada na pesquisa

Fonte: Elaborado pelo autor e pelo artista Alexandre Ostan

Foi adicionado também o nome da categoria de pesquisa para melhor contextualizar o objeto de análise aos respondentes e assim procedeu-se com a preparação do protocolo para aplicação desse material na fase de pesquisa de campo nas ruas.

3.4 Preparar o protocolo

3.4.1 Seleção dos respondentes e caracterização do local de coleta

Para essa finalidade adotou-se o método da amostragem sistemática, que conforme Gall et al. (2007, p.168), “[...] é um procedimento de amostragem randômica simples que pode ser utilizado se a amostra a ser selecionada é muito grande e a população-alvo é acessível.” O primeiro passo para execução desse procedimento de amostragem foi o de obter um número aleatório, que serviu como base para a contagem de intervalos entre os respondentes selecionados nas ruas. O processo foi repetido para a seleção dos próximos respondentes, sendo a contagem reiniciada após o término da entrevista com cada um dos participantes. Para garantir a aleatoriedade do processo de seleção dos sujeitos foi reiniciada a contagem, nos casos em que a pessoa selecionada declina sua participação na pesquisa e para os casos eventuais, em que várias pessoas simultaneamente passavam pelo entrevistador, tornando impossível uma ordenação sem interferências subjetivas do pesquisador no processo de seleção dos sujeitos.

Quanto ao local de coleta, a Avenida Paulista é caracterizada por um fluxo de 1,2 milhão de pessoas que passam a pé diariamente (FOLHA DE SP, 2009). Com mais de um século de história, a Avenida Paulista é considerada um dos logradouros mais importantes de São Paulo e um dos principais centros financeiros da cidade, tendo como principal característica a heterogeneidade dos que por ela transitam (PREFEITURA, 2005). Os seis pontos de coleta de dados na respectiva avenida foram categorizados a seguir, utilizando-se das letras A, B, C, D, E e F e detalhados, como sendo: (A) proximidades do Shopping Center 3; (B) proximidades da Galeria Conjunto Nacional; (C) proximidades do Parque Trianon e Parque Mário Covas; (D) proximidades do vão livre do Banco Real e Museu de Arte de São Paulo (MASP); (E) proximidades da Casa das Rosas; e (F) proximidade do Shopping Paulista. Além do grande fluxo de pessoas e da heterogeneidade do público já descritos como presentes na Avenida Paulista, como vantagens particulares aos pontos selecionados adiciona-se o fato de que todos os pontos estão próximos de grandes vias de circulação de transportes públicos e veículos, de grande variabilidade comercial e de serviços, além da proximidade com importantes atrações culturais da cidade.

3.4.2 Amostra

Considerando a aleatoriedade no processo de seleção dos sujeitos e a heterogeneidade populacional do escolhido local de aplicação, busca-se, conforme recomendações de Gall et al. (2007), atentar para outros fatores determinantes ao contorno da amostra, visando fortalecer ainda mais a representatividade e confiança do processo de coleta de dados. A coleta dos dados foi realizada no intervalo de seis dias, sendo cinco dias de uma mesma semana (de 7 até 11 de junho de 2010), em dias considerados úteis e durante todo o horário comercial (das 08h00min até 18h00min), e um dia adicional da semana consecutiva (14 de junho de 2010), necessário para completar a quantidade amostral desejada. Esse procedimento visou reduzir os vieses de público específico para cada período do dia. Para diminuir alguns vieses e melhor controlar algumas das variáveis de pesquisa também foi realizado um teste piloto nos dias 5 e 6 de junho de 2010, que será melhor descrito no próximo item. Também seriam desconsiderados dias em que fenômenos extraordinários pudessem alterar o comportamento geral dos respondentes, como passeatas, greves ou intempéries da natureza, fatos esses que acabaram por não ocorrer no período da coleta de dados. Desse modo, foram ouvidos 1.034 respondentes no intervalo dos seis dias citados, contando com a seguinte distribuição de respondentes para os seis pontos e dias úteis.

	Piloto I	Piloto II	Dia 1	Dia 2	Dia 3	Dia 4	Dia 5	Dia 6	Total
A		9	43	49	14		53	32	200
B	10		38	47	16		57	44	212
C					42	45	22		109
D					44	48	29		121
E			24	48	34	35	34	18	193
F			30	24	46	37	29	33	199
Total	10	9	135	168	196	165	224	127	1034

Quadro 3 - Distribuição real da coleta de dados em campo

A pesquisa contou para a composição amostral com um tamanho de efeito (*effect size*) de 0.4 SD e um poder estatístico (*power*) de 0.10, resultando em um tamanho de amostra (*n*) mínimo de 110 respondentes para cada subgrupo das análises que serão efetuadas (BICKMAN; ROG, 1998). Tendo em vista o número de respondentes ($n=1034$) e a análise de alguns testes como sendo do tipo direcional, o poder estatístico será melhorado em alguns casos, reduzindo o tamanho do efeito ou aumentando o poder estatístico.

Tabela 1 – Tamanho estimado da amostra

Níveis de Alpha e Beta ($\alpha=\beta$)				
Tamanho do efeito	.20	.10	.05	.01
.10	900	1715	2600	4810
.20	225	430	650	1200
.30	100	190	290	535
.40	60	110	165	300

Fonte: Adaptado de Bickman e Rog (1998).

Outro cuidado relaciona-se com o grau de comprometimento dos respondentes nas ruas para com a pesquisa. Para registrar o nível de respostas controlou-se em separado a porcentagem de pessoas que se negaram a participar (177 respondentes, totalizando 17,1% dos casos), ou que eventualmente desistiram no decorrer da pesquisa (12 respondentes, totalizando 1,2% dos casos), ou ainda, as ocorrências em que várias pessoas simultaneamente passaram pelo pesquisador impossibilitando uma seleção de fato aleatória e, portanto, forçaram o reinício da contagem e a seleção de outro respondente (21 respondentes, totalizando 2,0% dos casos).

3.5 Teste piloto e condução da coleta de dados

Conforme mencionado, a pesquisa contou com aplicação de teste piloto, conduzindo também o treinamento dos pesquisadores auxiliares, para diminuir as diferenças na condução do processo de coleta de dados, orientando o preenchimento e realizando eventuais adaptações necessárias ao formulário de registro de evidências de coleta. O teste piloto foi conduzido nos dias 5 e 6 de junho de 2010, por um período de 1 hora para cada um dos dias, em que o tempo de aplicação e preenchimento médio para cada respondente foi de 6,31 minutos, uma vez ouvidos 19 respondentes, tendo 4 negativas na participação das entrevistas, 1 caso de desistência e nenhuma coincidência que impossibilitou a seleção dos respondentes de forma aleatória. Para a coleta efetiva dos dados, além das questões básicas de gênero, formação e nível de escolaridade, cada respondente nas ruas escolheu dentre seis imagens ao ser questionado: “*Em relação à ética, qual desenho representa melhor a sua percepção sobre os profissionais de Contabilidade?*”

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise foi conduzida realizando também a triangulação com a teoria de suporte e os estereótipos já mencionados em estudos prévios em revisão de literatura. Para responder a pergunta: **“Os profissionais de Contabilidade são estereotipados de maneira negativa pela percepção pública em relação à ética?”**, adotaram-se análises descritivas e os testes t de *student* para diferenças de média, considerando principalmente o volume dos dados a serem coletados e as características de normalidade. Segundo Sampieri et al. (2006), o teste t de *student* “é um teste estatístico para avaliar se dois grupos diferem entre si de maneira significativa com relação as suas médias”, ou ainda se as médias são diferentes de zero. A amostra utilizada nessa pesquisa, conforme exposto anteriormente, foi constituída por 1.034 respondentes. No Gráfico 1, encontra-se a representação dos respondentes em relação ao gênero, em que 581 eram do gênero feminino (56%) enquanto que 453 eram do gênero masculino (44%).

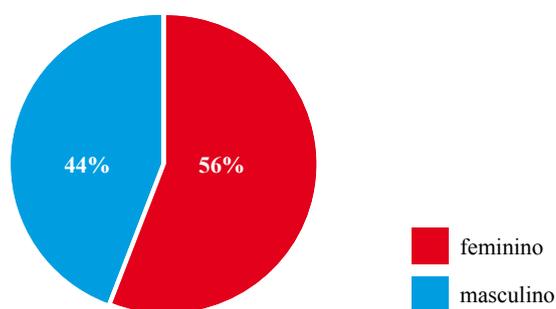


Gráfico 1 – Distribuição dos respondentes por gênero.

Para a variável formação profissional, a amostra apresentou que 3% (27 respondentes) apresentavam formação em Contabilidade, como ilustra o Gráfico 2. Esse número parece bastante razoável considerando as características do local de coleta dos dados e também a relação entre o número de profissionais em Contabilidade registrados no órgão de classe do estado, comparativamente à População Economicamente Ativa (PEA) do estado de São Paulo^{II}, que totaliza em torno de 1% da amostra.

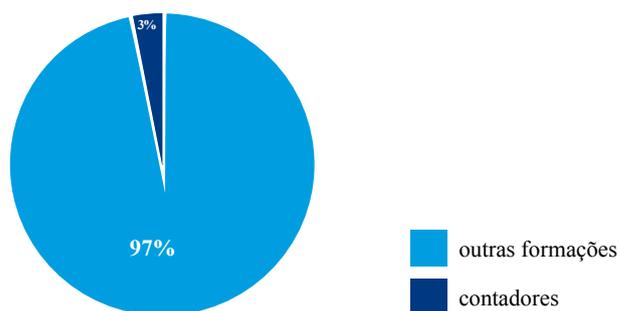


Gráfico 2 – Distribuição dos respondentes por formação

Levando em consideração o nível de escolaridade dos respondentes, elaborou-se o Gráfico 3, em que 79 dos respondentes apresentavam escolaridade em nível fundamental (8%), 314 cursando ou tendo cursado até o ensino médio (30%) e 641 cursando ou tendo cursado uma formação técnica ou de ensino superior (62%).

^{II} Segundo os dados do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, a População Economicamente Ativa (PEA) para Janeiro de 2009 era de 9.851.917 pessoas e segundo dados do CRC-SP – Conselho Regional de Contabilidade – São Paulo, conta-se com estimados 116.000 profissionais da área contábil.

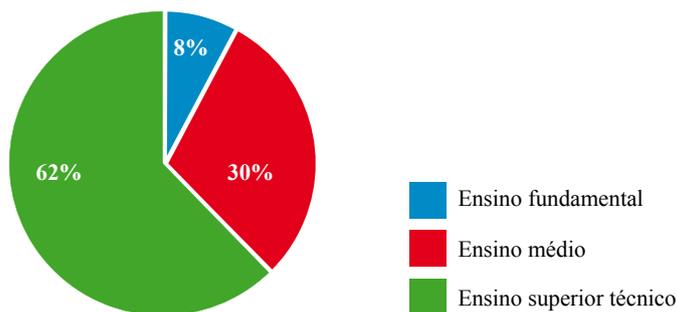


Gráfico 3 – Distribuição dos respondentes por escolaridade.

Os dados foram analisados em sua distribuição de frequência em que se verificou, para as 1.034 observações coletadas, parâmetros de média de 0,40, desvio padrão de 0,78 e curtose equivalente a zero, indicando normalidade dos dados. Adicionalmente, o teste de “Kolmogorov-Smirnov” confirmou a aderência da amostra estudada à curva normal ($D_{\text{máx calc.}} < D_{\text{crítico}}$), nível de significância ($\alpha=0,05$).

Para proceder as análises dos testes-t, os desenhos com características positivas foram identificados com o valor 1, os desenhos neutros com o valor 0 e os desenhos negativos com o valor -1. As médias dos 1.034 respondentes possibilitam uma primeira identificação, moderadamente vista como positiva (0,40), do vetor de tendência da percepção dos respondentes. Essa média foi testada estatisticamente em relação a ser diferente ou não de zero. Conforme análise dos intervalos de confiança (assumindo 95%) e dos testes-t, identificando se existem diferenças significativas estatisticamente, foi rejeitada a hipótese de que os profissionais de Contabilidade sejam percebidos de forma negativa pelo público.

Tabela 2 – Teste-t de diferenças de média para as categorias da análise.

Teste-t bicaudal						
Categoria	n	Estatística t	Sig. (bicaudal)	Diferência de média	Intervalo de confiança: 95%	
					Inferior	Superior
Ética	1034	16,39	0,00 ***	0,40	0,35	0,45

Fonte: Elaborado pelos autores

Dessa forma, ao contrário do que foi defendido pela maioria dos autores, conforme exposto pela revisão de literatura, não é possível afirmar que os profissionais de Contabilidade são estereotipados de maneira negativa em relação à ética pela percepção pública. Mais surpreendente ainda, em relação ao apontado pela revisão de literatura, pode-se afirmar o contrário, em função do intervalo de confiança dos resultados (entre 0,35 e 0,45), de que é moderadamente positiva a percepção pública sobre a ética profissional contábil. Adicionalmente, outros exames foram realizados, separando os respondentes em função do gênero:

Tabela 3 – Teste-t de diferenças de média em função do gênero dos respondentes

Teste-t bicaudal						
Categoria	n	Estatística t	Sig. (bicaudal)	Diferência de média	Intervalo de confiança:	
					Inferior	Superior
Gênero = Feminino	581	11,66	0,00 ***	0,39	0,32	0,45
Gênero = Masculino	453	11,60	0,00 ***	0,42	0,35	0,49

Fonte: Elaborado pelos autores

Os resultados não apresentaram diferenças significativas em função de gênero, tendo sido testado adicionalmente por meio do teste-t de igualdade de médias, em que o nível de significância obtido foi de 0,57 para o comparativo dos gêneros. Também para assegurar maior consistência das hipóteses testadas, realizaram-se os testes separando os respondentes em função de suas respectivas formações profissionais.

Tabela 4 – Teste-t de diferenças de média em função da formação dos respondentes

Teste-t bicaudal						
Categoria	n	Estatística t	Sig. (bicaudal)	Diferência de média	Intervalo de confiança:	
					Inferior	Superior
Formação = Contabilidade	27	2,66	0,01 ***	0,41	0,09	0,72
Formação = Outras profissões	1007	16,17	0,00 ***	0,40	0,35	0,45

Fonte: Elaborado pelos autores

A avaliação dos próprios contadores apresentou variabilidade maior nas percepções, mas não apresentou diferenças significativas em relação aos respondentes de outras formações profissionais. Os mesmos testes foram realizados separando os respondentes em função de sua escolaridade, sendo que os resultados apresentados a seguir também apontam em linhas gerais para a inexistência de diferenças em função da escolaridade dos respondentes.

Tabela 5 – Teste-t de diferenças de média em função da escolaridade dos respondentes

Teste-t bicaudal						
Categoria	n	Estatística t	Sig. (bicaudal)	Diferência de média	Intervalo de confiança:	
					Inferior	Superior
Ensino Fundamental	79	3,91	0,00 ***	0,37	0,18	0,55
Ensino Médio	314	9,72	0,00 ***	0,41	0,33	0,50
Ensino Técnico e Superior	641	12,67	0,00 ***	0,40	0,34	0,46

Fonte: Elaborado pelos autores

Outras análises são permitidas a partir dos dados, porém, após seleção, os testes realizados e demonstrados mostram-se suficientes para apoiar as reflexões e responder o problema de pesquisa fundamentando as conclusões.

5. CONCLUSÃO

Com base na análise dos intervalos de confiança (assumindo 95%) e dos testes-t, a hipótese de que os contadores são percebidos negativamente pelo público em relação à ética profissional foi rejeitada. Para essas hipóteses testou-se também a eventual existência de diferenças em função de gênero, formação e escolaridade, não sendo possível afirmar haver diferenças, segundo as evidências coletadas nesta pesquisa. Dessa forma, esses resultados conferem maior consistência para se rejeitar a tese de que os profissionais de Contabilidade sejam para o caso brasileiro percebidos de forma negativa pelo público geral em relação à ética profissional.

Mais surpreendentemente, ao contrário do que é apontado pela revisão de literatura e características culturais atribuídas ao Brasil em relação ao baixo nível de *enforcement* legal, elevado nível de fraudes e justiça morosa, segundo as evidências coletadas, os profissionais de Contabilidade são

percebidos positivamente pelo público em relação à ética profissional, conforme análise do intervalo de confiança dos resultados. Uma primeira implicação à academia é de natureza metodológica, pois a adoção do método em fotoquestionário adaptado, a adoção de uma amostra ampliada de respondentes em pesquisa de campo nas ruas da cidade e a escala que dá opção de respostas em neutralidade, conferem outras variantes que não só as textuais e limitadas ao ambiente universitário.

Ainda que talvez de fato existam diferenças sociais na reputação e em características dessas profissões, tais estudos desconsideram possível rivalidade profissional da maioria dessas áreas comparadas, que competem por um mesmo mercado de trabalho com os profissionais de Contabilidade. Ao ampliar a análise das percepções para um público geral de respondentes notou-se que a percepção negativa em relação à ética profissional dos profissionais de Contabilidade não é significativa, ao contrário do exposto pela literatura. No entanto, ainda que não se tenha podido afirmar a presença de estereótipos negativos para as características pesquisadas, conclui-se que o esforço em promover a área para a população ainda se faz necessário. Como exemplo, durante todo o processo de entrevistas em campo, notou-se que a população em grande parte vincula o curso de Contabilidade como um curso das ciências exatas, o que não reflete as características de uma ciência social aplicada, e, por conseguinte as implicações sociais da profissão.

Salienta-se que este trabalho possui como limitação a aplicação dessa pesquisa na cidade de São Paulo, que apesar das características apresentadas em torno da variabilidade de espaço e heterogeneidade dos respondentes, apresenta as limitações oriundas de um grande centro urbano, e talvez não representativo de outras variantes regionais e de outros centros do país. Generalizações nesse sentido não são estimuladas e devem ser encaradas com cautela, recomendando-se ao contrário, aprofundamentos com estudos comparativos, para que melhor entendimento da percepção pública no país possa ser desenvolvido.

Outras pesquisas são também sugeridas para compreender em que nível a sociedade entende o curso de Contabilidade como sendo um curso das ciências sociais aplicadas. Esse entendimento deve ter implicações para o melhor posicionamento da área e de seus profissionais, tanto do ponto de vista acadêmico como profissional, frente às mudanças desejadas em torno de competências mais voltadas para os aspectos humanos e sociais da carreira contábil.

REFERÊNCIAS

ALBRECHT, W. S.; SACK, R. J. Accounting education: charting the course through a perilous future. **American Accounting Association**, Sarasota, v. 16, 2000.

ALLEN, C. L. Business Students' perception of the image of accounting. **Managerial Auditing Journal**, v. 19, n. 2, p. 235-258, 2004.

ARANYA, N.; MEIR, E. I.; BAR-ILAN, A. An empirical examination of the stereotype accountant based on Holland's theory. **Journal of Occupational Psychology**, v. 51, n. 2, p. 139-145, 1978.

ARONSON, E.; WILSON, T. D.; AKERT, A. M. **Social psychology**. 5. ed. New Jersey: Prentice Hall, 2005.

ATKINSON, R. C.; ATKINSON, R. L.; HILGRARD, E. **Introduction to Psychology**. 8. ed. New York: Hancourt Brace Jovanovich Inc, 1983.

AZEVEDO, R. F. L.; CORNACHIONE JUNIOR, E. B; CASA NOVA, S. P. de C.; Mirror, Mirror, on the wall: perceptions and stereotypes linked to accounting career in Brazil. In: EUROPEAN ACCOUNTING ASSOCIATION (EAA) ANNUAL CONGRESS, 33, 2010, Istanbul. **Anais...**, Istanbul, Turkey: EAA, 2010.

AZEVEDO, R.F.L. **A percepção pública sobre os contadores: "bem ou mal na foto"?** 2010. 113 f. Dissertação - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade - Universidade de São Paulo (FEA-USP), São Paulo, 2010.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BECKER, H. S. Do photographs tell the truth? **Afterimage**, v. 5, p. 9-13, 1978.

BELSKI, W. H.; RICHMOND, K.A.; BROZOVSKY, J. A. A few bad apples in the bunch? A post-Enron examination of the business student's perception of the prestige of the accounting profession. **New Accountant**, 718, p.12-15. 2004

BICKMAN, L.; ROG, D. J. (Eds). **Handbook of applied social research methods**. Thousand Oaks, CA: Sage, 1998.

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

BYRNE, M.; WILLIS, P. Irish secondary students' perceptions of the work of an accountant and the accounting profession. **Accounting Education, Taylor and Francis Journals**, v. 14, n. 4, p. 367-381, 2005.

CARNEGIE, G.; NAPIER, C. Traditional accountants and business professionals: portraying the accounting profession after Enron. **Accounting, Organization and Society**. v. 35, n. 3, p. 360-376, 2010.

CASTRO, C. de M. **A prática da pesquisa**. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1978.

COLLIER, J.; COLLIER, M. **Visual Anthropology**. Albuquerque: University of New Mexico Press, 1986.

CORY, S. N. Quality and quantity of accounting students and the stereotypical accountant: is there a relationship? **Journal of Accounting Education**, v. 10, p. 1-24, 1992.

DECOSTER, D. T. Mirror, mirror on the wall, the CPA in the world of psychology. **Journal of Accountancy**, v.2, p.40-45, 1971.

DEMPSEY, J.V.; TUCKER, S.A. (1991, February). Using photo-interviewing as tool for research and evaluation. Paper presented at the annual meeting of the Association for Educational Communications and Technology, Orlando, 168-189.

_____. Using photo-interviewing as tool for research and evaluation. **Educational Technology** (Research Section), v. 34, n. 4, p. 55-62, 1994.

DIMNIK, T.; FELTON, S. M. Accounting Stereotypes in Popular Cinema of the Twentieth Century . In: CAAA CONFERENCE, 2000, Halifax. **Anais...** Halifax: CAAA CONFERENCE , 2000.

_____. Accountant stereotypes in movies distributed in North America in the twentieth century. **Accounting Organizations and Society**, v. 31, n.2, p. 129-155, 2006.

ENGLISH, F. The utility of the camera in qualitative inquiry. **Educational Researcher**, v. 17, n. 4, p. 8-15, 1988.

ENSARI, N.; MILLER, N. The out-group must not be so bad after all: the effects of disclosure, typicality, and salience on intergroup bias. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 83, p. 313-329, 2002.

EWING, M. T.; PITT, L. F.; MURGOLO-POORE, M. E. Bean couture: Using photographs and publicity to re-position the accounting profession. **Public Relations Quarterly**, v. 46, p. 23-29, 2001.

FANG, W. L. The use of photography as a qualitative evaluation technique. In: ANNUAL MEETING OF THE EVALUATION NETWORK AND THE EVALUATION RESEARCH SOCIETY, 1985, Toronto. **Anais...** Toronto: THE EVALUATION NETWORK AND THE EVALUATION RESEARCH SOCIETY, 1985.

FELTON, S.; DIMNIK, T.; BAY, D. Perceptions of accountants' ethics: evidence from their portrayal in cinema. **Journal of Business Ethics**, v. 83, n. 2, p. 217-232, 2007.

FELTON, S.; DIMNIK, T.; NORTHEY, M. A Theory of Reasoned Action Model of the Chartered Accountant Career Choice. **Journal of Accounting Education**, v. 13, n. 1, p. 1-19, 1995.

FLUXO de pedestres na Paulista cresce 15%. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 25 nov. 2009. Caderno Cotidiano, Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u494202.shtml>> Acesso em: 11 nov. 2009.

FRANCISCO, W. H.; NOLAND, T. G.; KELLY, J. A. Why don't students major in accounting? **Southern Business Review**, v. 29, n. 1, p. 37-40, 2003.

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

GALL, M. D.; GALL, J. P.; BORG, W. R. **Educational research: an introduction**. 8. ed. Boston: Allyn and Bacon, 2007.

GARFINKEL, H. **Studies in ethnomethodology**. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1967.

HOFFJAN, A. Do controllers have an image problem? Content analysis regarding the role of the controller in advertisements. **Accounting and The Public Interest**, v. 4, p. 62-89, 2004.

HOFSTEDE, G. **Cultures and organizations: Software of the mind**. New York: McGraw-Hill, 1997.

HOLT, P. E. Stereotypes of the accounting professional as reflected in popular movies, accounting students and society. **New Accountant**, v. 9, n.7, p. 24-25, 1994.

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

INTERNATIONAL FEDERATION OF ACCOUNTANTS. **Proposed International Education Guideline (to replace current International Education Guideline 9). Prequalification education, assessment of professional competence and experience requirements of professional accountants**. New York: IFAC, 1995.

JACKLING, B. Are negative perceptions of the accounting profession perpetuated by the introductory accounting course? **Asian Review of Accounting**, v. 10, n.2, p.62-80, 2002.

JEACLE, I. Beyond the Boring Grey: the construction of the colorful accountant. **Critical Perspectives on Accounting**, v. 19, n. 8, p. 1296-1320, 2008.

KUCHINKE, K. P.; CORNACHIONE, E. B. The meaning of work and performance focused work attitudes among mid-level managers in the United States of America and Brazil. **Performance Improvement Quarterly**, v.23, n.3, p. 57-78, 2010.

LEEDS, E., Serving states and serving citizens: halting steps toward police reform in Brazil and implications for donor intervention. **Policing and Society**, v. 17, n. 1, p. 21-37, 2007.

LIPPMANN, W. **Public opinion**. New York: Harcourt, Brace, 1922.

MARSHALL, R. Calling tomorrow's professionals. **Chartered Accountants Journal**, v. 82, n. 1, p.4-9, 2003.

MICHAEL, D.; CHEN, S. **Serious games: games that educate, train, and inform**. Boston, MA.: Thomson Course Technology, 2006.

PREFEITURA DA CIDADE DE SÃO PAULO. **Avenida Paulista: De região residencial luxuosa a centro financeiro da cidade**. 2005. Disponível em: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/portal/a_cidade/historia/fatos_historicos/index.php?p=5302> Acesso: 11 nov. 2009.

ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SAEMANN, G. P.; CROOKER, K. J. Student perceptions of the profession and its effect on decisions to major in accounting. **Journal of Accounting Education**, v. 17, n. 1, p. 1-22, 1999.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodologia de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

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

SMITH, M.; BRIGGS, S. From bean-counter to action hero: changing the image of the accountant. **Management Accounting**, v. 77, p. 28-30, 1999.

STEELE, C. M.; ARONSON, J. Stereotype threat and the intellectual test performance of African Americans. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 69, n. 5, p. 797-811, 1995.

STEELE, C. M.; SPENCER, S.; ARONSON, J. Contending with group image: the psychology of stereotype and social identity threat. In: ZANNA, M.(Ed.). **Advances in Experimental Social Psychology**, v. 37. Ontario: Academic Press, 2002.

SUGAHARA, S.; BOLAND, G. Perceptions of the certified public accountants by accounting and non-accounting tertiary students in Japan. **Asian Review of Accounting**, v. 14, n.1-2, p.149-67, 2006.

SUGAHARA, S.; KURIHARA, O; BOLAND, G. Japanese secondary school teachers' perceptions of the accounting profession. **Accounting Education: an international journal**, v. 15, n. 4, p. 405-418, 2006.

WATTS, R., ZIMMERMAN, J. Positive accounting theory: a ten year perspective. **The Accounting Review**, v. 65, p. 131–156, 1990

WORD, C. O.; ZANNA, M. P.; COOPER, J. The nonverbal mediation of self-fulfilling prophecies in interracial interaction. **Journal of Experimental Social Psychology**, v. 10, p. 109-120, 1974.