



Impacto da Mídia na Confiança dos Contadores em Relação aos Trabalhos Desenvolvidos Pelos Auditores Diante de Escândalos Contábeis

Impact of the Media on Accountants' Trust in the Work Developed by Auditors in the Face of Accounting Scandals

Ariellen Silva Muniz^{*1} – ariellensilva13@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-3222-0120>

Naiara Leite dos Santos Sant'Ana^{*1} – naiarasantana@ufc.br ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6529-3284>

Thicia Stela Lima Sampaio^{*1} – thiciasampaio@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7105-9825>

Maria Layane Silva Gomes^{*1} – layane.silva97@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7690-9873>

Nélida Astezia Castro Cervante^{*1} – nelidacervantes@hotmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0614-9300>

1 – Universidade Federal do Ceará (UFC)

Resumo

Em meio ao contexto de fortalecimento do mercado de capitais brasileiro e sua crescente internacionalização, destaca-se o papel de asseguração promovido pelos auditores. Escândalos contábeis podem impactar na confiança para com os auditores. Esta pesquisa teve como objetivo investigar o impacto dos escândalos contábeis na percepção da confiança dos trabalhos desenvolvidos pelos auditores contábeis. Além disso, esse estudo relacionou temas como auditoria, comunicação empresarial, ética, psicologia e jornalismo. A metodologia é quantitativa com uso de questionário misto com 28 perguntas divididas em dois blocos. A amostra foi de 82 indivíduos respondentes ao questionário. As perguntas visaram caracterizar a amostra e entender as opiniões dos respondentes acerca do auditor e a percepção da confiança dos respondentes após expô-los a notícias de escândalos contábeis que envolvessem diretamente ou indiretamente os profissionais de auditoria. O questionário foi aplicado via Google Forms. As respostas de múltipla escolha tiveram como base de mensuração a escala Likert, e houve respostas abertas para caracterização. A coleta foi realizada remotamente no período de 15 de setembro a 16 de dezembro de 2023. Os resultados indicam que a confiança do mercado (clientes e sociedade) é perdida à medida que empresas de auditoria se envolvem em escândalos econômicos de empresas. Os resultados apontam, ainda, a necessidade de meios para evitar o comportamento oportunista empresarial e, assim, evitar desgastar a confiabilidade do auditor enquanto profissional capacitado, qualificado, cético e independente.

Palavras-chave: Escândalos contábeis. Auditoria. Opinião pública.

Abstract

In the context of strengthening the Brazilian capital market and its growing internationalization, the assurance role promoted by auditors stands out. Accounting scandals can impact trust in auditors. This research aimed to investigate the impact of accounting scandals on the perception of trust of the work carried out by accounting auditors. Furthermore, this study related topics such as auditing, business communication, ethics, psychology, and journalism. The methodology is quantitative using a mixed questionnaire with 28 questions divided into two blocks. The sample consisted of 82 individuals who responded to the questionnaire. The questions aimed to characterize the sample and understand the respondent's opinions about the auditor and their perception of their trust after exposing them to news of accounting scandals that directly or indirectly involved audit professionals. The questionnaire was administered via Google Forms, featuring multiple-choice responses based on a Likert scale and open-ended questions for characterization. The data was collected remotely from September 15 to December 16, 2023. The results indicate that market trust (clients and society) declines as auditing firms become involved in corporate economic scandals. The results also point to the need to avoid opportunistic corporate behavior and thus avoid undermining the auditor's reliability as a capable, qualified, skeptical, and independent professional.

Keywords: Accounting scandals. Audit. Public opinion.

Submissão: 11/12/2024 | **Aceite:** 19/08/2025

Editor responsável aprovação: Dra. Luciana Klein

Editor responsável edição: Dra. Luciana Klein

DOI: <http://doi.org/10.5380/rcc.17.97856>

1 Introdução

Ao analisar a influência da mídia como o meio de divulgação de notícias sobre escândalos contábeis são observadas a rapidez com que as informações se dispersam, ganham significados e conotações distintas com o objetivo macro de alcançarem as grandes massas. Durante esse ciclo, o contexto e as estruturas frasais utilizadas para anunciar e gerar o interesse pela notícia são fatores iniciais de influência na propagação e criação de interesse pela notícia em si, mas também conduz a afirmações e conclusões prévias, como estudado por Fonseca (2011). Neste contexto, as preocupações do mundo corporativo contemplam a criação de estruturas capazes de responder rapidamente à disseminação de notícias falsas sobre empresas, algo muito comum na era digital são as fakes news corporativas (Blikstein, Fernandes & Coutinho, 2018). Assim, na era da tecnologia, a maior dificuldade de uma empresa é sempre tentar se manter longe de conflitos e escândalos de grandes repercussões.

Alguns dos recentes escândalos contábeis nacionais, como o caso das Americanas (Araujo et al., 2024), levaram a questionamentos sobre a atuação dos auditores independentes. A existência deste tipo de notícia advinda do mundo corporativo não é uma novidade, o caso da empresa Enron, em 2001, é considerado o mais emblemático do início do século XXI (Araujo et al., 2024), sendo ele de grande influência e capaz de modificar até mesmo regras regulatórias em países como os Estados Unidos, o que culminou na aprovação da Lei Sarbanes-Oxley, também conhecida como SOX. Além disso, organismos como o *International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) com apoio da *International Federation of Accountants* (IFAC), em resposta ao episódio da Enron, iniciaram o projeto *Clarity* em 2004 (Carvalho & Pinho, 2004).

De acordo com Carvalho e Pinho (2004), o projeto *Clarity* busca estabelecer que as normas que garantem a qualidade dos trabalhos de asseguração definam claramente as responsabilidades dos auditores independentes. Tais ações visam também resguardar a imagem e opinião pública sobre a auditoria e seus auditores. De modo a evitar que sua reputação seja preservada quando sazonalmente vem a público escândalos contábeis, resguardando, por exemplo, fatores que podem vir a influenciar a percepção ou criação de imagem de uma certa categoria (Carvalho & Pinho, 2004).

A mídia também pode desempenhar o papel de investigar e evidenciar supostos erros e fraudes em ambientes corporativos (Campa & Laguecir, 2025). Estudos recentes têm focado em diversas perspectivas que abordam a relação entre escândalos e auditores (Cooper, Dacin e Palmer, 2013); o papel ativo da mídia na exposição de escândalos corporativos (Clemente e Gabbioneta, 2017); como os casos de escândalos são construídos e combatidos (Detzen, 2024); e as respostas ou ausência de respostas do acusado (Campa & Laguecir, 2025).

O modo que os escândalos eclodem na mídia possui uma tendência muito forte de direcionar a opinião acerca de uma classe profissional, criando rótulos indesejáveis. Nesse sentido, este estudo tenta responder a seguinte questão de pesquisa: Como as notícias sobre escândalos contábeis brasileiros impactam a visão dos contadores a respeito da auditoria? O objetivo geral desta pesquisa é investigar o impacto dos escândalos contábeis brasileiros na visão dos contadores a respeito da auditoria.

O presente estudo toma como base a Teoria da Comunicação e a Teoria Agenda-Setting. A Teoria da Comunicação é apontada como capaz de explicar os sistemas a partir de sua definição, processo e método, elemento, resultado e saída e a influência entre remetentes e receptores (Suttipun, 2021). De forma complementar, a Teoria Agenda-Setting supõe que a mídia é um importante mecanismo institucional capaz de moldar como uma empresa é vista pela sociedade (Zaman et al. 2025). Nesse sentido, o presente estudo vale-se da observação do impacto de escândalos contábeis para analisar como esses eventos influenciam a confiança dos contadores, considerando a atuação dos sistemas informacionais nas divulgações desses escândalos.

Nesse sentido, esta pesquisa parte de um pressuposto de que a forma como os escândalos contábeis são divulgados para as pessoas podem vir a criar um viés de opinião na maneira como as empresas e os auditores serão julgados pela sociedade (Clemente e Gabbioneta, 2017; Detzen, 2024). Assim, o estudo se

diferencia dos demais por investigar a relação entre os profissionais de contabilidade e auditoria, duas profissões que têm o papel de supervisionar a qualidade de relatórios financeiros e a conformidade regulatória das empresas e demais instituições, a partir de uma análise detalhada e com atenção aos sinais de alerta e fraude (Braset et al., 2019; Kassem, 2023).

As empresas buscam manter suas atividades demonstrando que se preocupam em atuar com credibilidade e transparência, o que pode facilitar a obtenção de recursos com instituições financeiras e possíveis planos de abertura para negociação em mercado de capitais, buscando, assim, gerar confiança para a economia local e nacional (Zanan et al., 2018). Nesse sentido, a pesquisa se justifica devido a relevância informacional e de credibilidade das opiniões e demais reportes feitos pelos auditores nos relatórios de auditoria sobre as demonstrações financeiras das empresas.

Dessa forma, a contribuição acadêmica desta pesquisa se dá na construção e avanço na identificação de fatores capazes de alterar a percepção da confiabilidade dos trabalhos do auditor e sua imagem (Cohen, Dalton & Harp, 2017). A auditoria, como técnica e campo de estudo da ciência contábil possui traços de interdisciplinaridade com inúmeros ramos do conhecimento, como administração, economia, ética, psicologia, jornalismo e, por isso, ainda apresenta espaços a serem explorados em pesquisa científica, principalmente no que diz respeito ao aspecto comportamental humano (Yen & Hung, 2025). A pesquisa realizada qualifica-se quanto ao objetivo como descriptiva e de natureza quantitativa. A natureza quantitativa se deu pela aplicação de um questionário misto, de forma on-line, com a participação de 82 respondentes, sendo essas respostas coletadas por meio de plataformas sociais digitais.

2 Fundamentação Teórica

2.1 O Papel da Auditoria no Mercado de Capitais

Auditoria independente é uma técnica contábil que tem como objeto, entre outros procedimentos, o exame das atividades, livros e documentos de uma entidade por um auditor independente, conforme a finalidade estabelecida no contrato de prestação de serviços de auditoria (Ferreira, 2009). Além disso, a auditoria se conceitua como uma atividade profissional que envolve a revisão e análise sistemática das demonstrações financeiras de uma organização, bem como dos processos e controles internos relacionados (Ferreira, 2009). Conforme a NBC TA 200 emitida pelo Conselho Federal de Contabilidade [CFC] (2016), o objetivo da auditoria é aumentar o grau de confiança nas demonstrações contábeis por parte dos usuários, por meio do relatório de auditoria emitido pelos auditores.

O relatório emitido ao final dos trabalhos de auditoria independente expressa a opinião do auditor acerca da fidedignidade e confiabilidade das informações financeiras da empresa, devendo essa opinião ser independente e sem viés pessoal do profissional que a emitiu (Campa, Quagli & Ramassa, 2023). A opinião do auditor é como um selo de qualidade para o mercado, tornando-se parte essencial dentro do escopo de informações produzidas internamente e publicadas ao mercado (Ferreira, 2009; Santos & Bezerra, 2023).

Segundo o CFC (2015), o trabalho de asseguração desenvolvido pelo auditor pode ser conceituado como uma atividade que visa obter evidências apropriadas e suficientes para expressar sua conclusão, de forma a aumentar o grau de confiança dos usuários previstos sobre o resultado da mensuração ou avaliação do objeto, de acordo com os critérios que sejam aplicáveis.

Na contabilidade financeira houve a harmonização das normas de contabilidade internacional, anteriormente as empresas apresentavam maneiras distintas de contabilizar seus ativos, passivos, receitas e despesas a depender do país no qual seriam divulgados os dados das demonstrações (Ghio & Verona, 2015). No Brasil, o marco legal para a harmonização e convergência se deu com a Lei 11.638/2007 e, posteriormente, com a Lei 11.949/2009. Como resultado, desde 2009, o Brasil é signatário da harmonização das normas contábeis.

De acordo com Castro, Vasconcelos & Dantas (2017) quando foi feita a harmonização contábil brasileira, também foi realizada a harmonização no ramo de auditoria contábil, visto a necessidade de adaptação concomitante e constante de ambos os ramos do conhecimento. No que tange a auditoria, o processo de harmonização teve início com a adequação global as normas impostas pela SEC (Comissão de Valores Mobiliários dos Estados Unidos da América) e pelas bolsas de valores internacionais, além das atualizações nas normas de auditoria promovidas pelo Projeto Clarity (Carvalho & Pinho, 2004). Esses eventos representam o marco inicial para o processo de globalização das normas e dos procedimentos contábeis e de auditoria (Castro, Vasconcelos & Dantas (2017). Entretanto, a eficácia e eficiência do conjunto de normas acerca da condução dos trabalhos de auditoria ficam sujeito a fatores como a natureza dos indivíduos e as fragilidades dos contratos (Jensen & Meckling, 1994).

Existem as normas formais (organismos reguladores de classe) e as informais (cultura organizacional) (Chiavenato, 2015). As normas formais e informais ocorrem concomitantemente aos fatores da natureza dos indivíduos e fragilidade contratual, o que pode levar a comportamentos oportunistas. A ocorrência desse comportamento nas organizações pode conduzir a prejuízos aos acionistas e às demais partes interessadas, como destacado por Brown, Beekes e Verhoeven (2010).

Nesse sentido, a auditoria é uma técnica de asseguração acerca da influência desses fatores sobre as demonstrações financeiras, sendo o objetivo da auditoria proporcionar uma opinião independente e objetiva sobre as demonstrações financeiras da empresa. Isso envolve avaliar se as demonstrações financeiras estão livres de distorções relevantes e se estão em conformidade com os princípios contábeis aplicáveis e às normas contábeis (Ferreira, 2009). Além disso, a auditoria também busca avaliar a eficácia dos controles internos da organização, identificar riscos financeiros e recomendar melhorias. No entanto, muitos escândalos contábeis são divulgados e tornam-se de conhecimento do público, principalmente pela mídia, que atua na disseminação desses casos (Detzen, 2024). Esse processo de atuação da mídia tem a capacidade de afetar a imagem das empresas, assim como dos profissionais envolvidos, o que impacta a confiança da sociedade acerca do exercício das atividades das companhias e de uma classe de profissionais (Cooper, Dacin & Palmer, 2013).

2.2 O papel da mídia para a divulgação de escândalos contábeis e seu impacto na confiança e opinião pública

O termo “mídia” refere-se ao conjunto de meios de comunicação utilizados para transmitir informações, notícias, entretenimentos e mensagens publicitárias para o público em geral. De acordo com Miranda (2007), a mídia é um conjunto de ferramentas de comunicação, composto pela televisão, rádio, jornais, revistas, internet, redes sociais e outros veículos de comunicação. A palavra mídia também pode se referir ao conteúdo veiculado por esses meios, desempenhando um papel crucial na disseminação de informações e na formação de opiniões na sociedade (Campa & Laguecir, 2025).

A mídia desempenha um papel fundamental na divulgação de escândalos contábeis e tem um impacto significativo na formação da opinião pública, além disso, é um veículo importante para informar o público sobre as fraudes contábeis e as irregularidades financeiras que podem estar ocorrendo em empresas ou instituições (Clemente & Gabbioneta, 2017). Assim como estudado por Jung (2016), os meios de comunicação têm uma grande relevância na criação e na disseminação de informação. Sua pesquisa destaca a importância dos meios de comunicação e revistas para a manipulação dos leitores em relação à política. No mundo dos negócios, pode-se perceber um paralelo aplicável.

Muitas vezes a mídia faz uso da Teoria da Agenda-Setting, a qual foi desenvolvida por Maxwell McCombs e Donald Shaw, no início da década de 1970, e sugere que a mídia tem o poder de definir a agenda de assuntos que o público possa vir a considerar importante. De acordo com Silva (2014), essa teoria parece focar exclusivamente no nível das conclusões gerais, deixando de lado considerações sobre a enunciação, tais como as diferentes abordagens metodológicas, as perspectivas de análise e as variáveis contingentes. Por exemplo, quando a mídia intensivamente aborda um escândalo contábil, ela direciona a atenção pública e molda a percepção do que é relevante e digno de discussão.

Lopes (2003) aponta que o modo como o jornalismo muitas vezes divulga suas notícias raramente perpassa uma reflexão crítica dos pressupostos que acarretaram a situação noticiada. Tal comportamento faz uso de um conjunto de consensos compartilhados por grupos extensos, os quais aderem aos discursos sem que existam questionamentos, e que passam a ser repetidos sem que aparentemente haja dúvida ou oposição ao que está sendo noticiado. Sendo assim, segundo esse autor, é comum que as notícias se tornem superficiais, e até enviesadas para que haja um maior consenso, e não necessariamente a verdade.

Reportagens investigativas, análises especializadas e reportagens detalhadas fornecem informações essenciais que o público muitas vezes não teria acesso de outra forma. Bazalgette, Bévort e Savino (1992) definem a mídia-educação como um processo que visa permitir aos membros de uma comunidade participar, de modo criativo e crítico, da produção, distribuição, apresentação e utilização de mídias tecnológicas e tradicionais, destinadas a desenvolver, libertar e a democratizar a comunicação.

Dada a relevância da mídia na construção do senso comum, o qual pode vir a se tornar conhecimento científico, é importante citar a Teoria da Comunicação desenvolvida por Lee Thayer (1968). Essa teoria propõe que a comunicação é um processo dinâmico subjacente ao indivíduo, ao desenvolvimento, à mudança e ao comportamento de todos os sistemas vivos, sejam eles interpessoal ou ao nível organizacional, através da qual se estabelecerá um relacionamento com o meio ambiente, com os outros e com suas próprias particularidades. Sua teoria se divide em quatro aspectos, sendo eles: intrapessoal, interpessoal, organizacional e tecnológico. Esses aspectos são interdependentes e sempre se iniciam dentro do ser, após esse processo passam para as demais pessoas, depois para a organização e, por fim, para a tecnologia Thayer (1973).

A partir desse argumento é possível perceber que a mídia poder ser fator relevante para o comportamento e o processo de entendimento de escândalos e da formação de opinião pública, reduzindo ou aumentando a confiança em instituições. Para que se possa observar a confiança é necessário, primeiro, entender o que ela é. Segundo Fukuyama (1996) e Cunha e Melo (2004) a confiança é um fenômeno social que contempla a forma como as interações são realizadas e o modo como são estabelecidas as expectativas entre os diferentes atores sociais. Bachmann (2001) destaca ainda que sem que haja um grau de confiança nas relações é quase impossível o estabelecimento e a manutenção de relações organizacionais com sucesso por um longo período, pois para que seja feita uma relação duradoura é preciso que exista confiança entre os atores, de modo a existir a necessidade de alinhamento entre expectativa e interações realizadas.

Dessa maneira é possível entender a confiança como um fenômeno social do ser humano, o qual se faz necessário nas interações sociais e empresariais, seja por trocas de informações ou de recursos. A partir do entendimento do que é confiança torna-se possível entender em que consiste o princípio da confiança e no que ele se baseia para conseguir compor as expectativas de como as outras pessoas venham a agir, seja de um modo já esperado ou alinhado a um comportamento ético, comprometido, transparente e leal. Conforme Cavalieri Filho (2011), o princípio da confiança está interligado ao princípio da transparência, já que a confiança é a credibilidade que o consumidor deposita no produto ou no vínculo contratual como instrumento adequado para alcançar os fins que razoavelmente deles se esperam.

No que tange a pressão midiática, a opinião pública é a responsável por fazer mudanças no ambiente político, social e financeiro. Segundo Penna (1997), a opinião pública é fruto da Revolução Francesa de origem jacobina, a qual consiste no pensamento de mudança, de supressão dos males existentes, de “redenção” e “libertação” da situação de opressão ou até mesmo de insatisfação da população. Dessa forma, os escândalos contábeis notórios, apesar de muitas vezes estarem atrelados a uma elaborada rede de governança corporativa, de uma regulamentação forte e órgãos fiscalizadores presentes, casos como o da Enron, nos Estados Unidos, levaram a reformas significativas na regulamentação das empresas devido à redução da confiança dos investidores nas informações das demonstrações financeiras (Healy & Palepu, 2003).

No entanto, as coberturas midiáticas, muitas vezes, pressionam as autoridades a tomarem medidas adequadas para investigar e punir os responsáveis. Sendo assim, a ocorrência de escândalos demonstra um ponto fraco no mercado de capitais, em que os problemas de governança corporativa poderiam emergir em muitas outras empresas, afetando, potencialmente, o mercado inteiro (Healy & Palepu, 2003).

Impacto da Mídia na Confiança dos Contadores em Relação aos Trabalhos Desenvolvidos Pelos Auditores Diante de Escândalos Contábeis

Nesse cenário, de acordo com a visão de Mendonça et al. (2010), a promulgação da Lei Sarbanes-Oxley (SOx) em 2002 foi um marco para restaurar a confiança da sociedade e do mercado nas informações produzidas pela contabilidade. A SOx trouxe em seu texto legal medidas que elevam os custos do litígio, além de estabelecer um rigor mínimo a ser observado na implementação dos sistemas de governança corporativa, tornando-os mais rigorosos (Mendonça et al., 2010). Dessa forma, a mídia teve um desfecho positivo no caso Enron culminando na edição da Sox, a qual tem como missão a salvaguarda dos interesses dos investidores e a revitalização da confiabilidade nas demonstrações financeiras das empresas, promovendo uma maior precisão nas divulgações contábeis.

3 Procedimento metodológicos

A pesquisa se classifica como descritiva quanto aos objetivos e adotou uma abordagem quantitativa no que diz respeito à natureza. Estudos que adotam a abordagem quantitativa podem ser realizados através da aplicação de questionário e a coleta de dados é feita de forma amostral. Essa etapa envolveu a utilização da quantificação, tanto na coleta quanto no tratamento das informações, fazendo uso de técnicas estatísticas com o objetivo de obter resultados que minimizem possíveis distorções na análise e interpretação, proporcionando assim uma maior margem de segurança.

Esta pesquisa fez uso do questionário como instrumento de coleta de dados, no qual se buscou entender a percepção dos respondentes sobre o trabalho de auditoria e do auditor, além de caracterizar a base informacional. O questionário foi adaptado do modelo elaborado por Carvalho e Pinho (2004). No instrumento foram feitas 28 perguntas divididas em 2 blocos, cujo conteúdo está disponível no link: <https://forms.gle/xyJtU2fcBxM1bbaEA>. O questionário-teste está apresentado na Tabela 1, após a realização de um teste de aplicação, houve a retirada de 1 questão para melhor se adequar a abordagem do estudo.

No bloco 1 estão as perguntas que buscaram caracterizar a amostra para que se pudesse compreender o perfil dos respondentes. Entre as perguntas estão gênero, profissão, tempo de atuação, região, perfil socioeconômico e idade, assim foram utilizadas respostas de múltipla escolha. No segundo bloco o objetivo foi mapear o nível de conhecimento dos participantes a respeito da área de auditoria e identificar as fontes principais de busca de informações a respeito de investimentos, assim como verificar se a amostra se caracteriza pelo perfil de stakeholders e as principais percepções a respeito da profissão. Nesse bloco foi utilizada a escala Likert, de 1 a 5, sendo o grau de concordância ou discordância, é quanto a respostas em relação a se existia confiança ou não foi realizado respostas binárias de sim ou não. O questionário está devidamente apresentado na Tabela 1.

Tabela 1
Instrumento de coleta aplicado na pesquisa

| | | Perguntas | Tipo/Opções de resposta | | | | |
|---------|----|---|---|----------------------|------------------|-----------------------|-------------------|
| BLOCO 1 | 1 | Idade | Aberta a digitação | | | | |
| | 2 | Em conformidade com a classificação do IBGE, abaixo transcrita, me declaro: | Branco(a) | Indígena | Pardo(a) | Preto(a) | Prefiro não dizer |
| | 3 | Formação | De Ensino médio incompleto a Pós-graduação | | | | |
| | 4 | Profissão | Administrador | Auditor | Contador | Economista | Outros |
| | 5 | Caso tenha marcado "Outros", por favor citar | Aberta a digitação | | | | |
| | 6 | Caso seja auditor, contador, administrador, economista e outros, citar o tempo de profissão | 0 anos | Menos de 1 ano | Entre 1 e 5 anos | 6 anos | 10 anos |
| | 7 | Apenas para auditores | Assistente | Trainee | | Sênior | |
| | 8 | Gênero | Homem cis | Mulher cis | | Prefiro não responder | |
| | 9 | Perfil socioeconômico | Até 1 salário | Entre 2 e 5 salários | | Acima de 10 salários | |
| | 10 | Qual estado onde mora? | Opções referentes a todos os estados e Distrito Federal | | | | |

| | | | | | | |
|----------------|----|--|---|-----------------|----------------|--------------|
| BLOCO 2 | 11 | Você já ouviu falar em auditoria? | Sim ou Não | | | |
| | 12 | Você confia na figura do auditor? | Sim ou Não | | | |
| | 13 | Já soube de escândalos onde a auditoria foi exposta? | Sim ou Não | | | |
| | 14 | Caso afirmativo a resposta anterior, cite-o. | Aberta a digitação | | | |
| | 15 | Nos últimos 24 meses, qual seu principal meio de comunicação sobre notícias? | Redes Sociais | Revistas | Telejornais | Outros meios |
| | 16 | Caso tenha respondido "Outros" na resposta anterior, cite-o. | Aberta a digitação | | | |
| | 17 | Você investe em bolsa de valores? | Sim ou Não | | | |
| | 18 | Se investe, ou é alguém curioso, onde você pesquisa sobre as empresas? | Google | Site da empresa | Sites B3 e CVM | Não pesquiso |
| | 19 | Qual o seu índice de confiança sobre o que escuta sobre o mercado de compra e venda de ações de empresas? | Escala de 1 a 5, onde 1 representa quase nenhuma confiança e 5 representam confiança quase total ao elemento abordado | | | |
| | 20 | Quando você escuta sobre a notícia de quebra de uma empresa, você busca saber os motivos do escândalo? Pesquisa sobre? | Escala de 1 a 5, onde 1 representa quase nenhuma confiança e 5 representam confiança quase total ao elemento abordado | | | |
| | 21 | Quando surge um novo escândalo que cita uma auditoria, desconfia que ela era conivente com a suposta fraude investigada? | Escala de 1 a 5, onde 1 representa que não acredita no envolvimento do auditor e 5 representa que tem certeza de sua participação | | | |
| | 22 | Quando sai um novo relatório de empresas, leio a opinião do auditor para poder investir. | Escala de 1 a 5, onde 1 representa não invisto e 5 representa que busca por todos os detalhes da fala do auditor | | | |
| | 23 | Já ouviu falar do caso Lava-Jato, sabia que a Petrobras é uma empresa de capital aberto na época e, por esse motivo, era obrigada a ser auditada não apenas pelo governo? | Escala de 1 a 5, onde 1 representa que não tinha conhecimento da informação e 5 que estava ciente de todos os detalhes envolvidos | | | |
| | 24 | Após os últimos escândalos noticiados no Brasil, percebo a necessidade de uma revisão legislativa sobre o papel do auditor e a contabilidade criativa | Escala de 1 a 5, onde 1 representa discordância total e 5 concordâncias total | | | |
| | 25 | Após a leitura das notícias acima sua confiança aumentou ou reduziu? | Resposta apenas com a indicação de aumento ou redução | | | |
| | 26 | Em relação a resposta anterior aumentou? | Escala de 1 a 5, onde 1 representa redução e 5 o aumento | | | |
| | 27 | Acredita que em casos de fraudes que seja aprovada a conivência dos auditores, os mesmos devem ser punidos, como pessoa física e responder a processos contra o mercado, como nos EUA? | Escala de 1 a 5, onde 1 representa discordância total e 5 concordâncias total | | | |
| | 28 | Com a mudança na implantação do relatório de auditoria ESG, percebo uma visão voltada a aumentar a confiança do mercado nas empresas e em suas publicações. | Escala de 1 a 5, onde 1 representa discordância total e 5 concordâncias total | | | |

Fonte: Adaptado de Carvalho e Pinho (2024).

O questionário foi aplicado de forma remota através do WhatsApp, Instagram, LinkedIn e Gmail, sendo as respostas coletadas por meio do Google Forms. Ressalte-se que o questionário continha, ainda, informações sobre episódios de escândalos contábeis (casos Parmalat e Petrobras), cujos textos foram extraídos em sua íntegra da forma que foi noticiado nos diferentes canais de mídia.

O período de coleta foi de 15 de setembro a 16 de dezembro de 2023. Após esse período foram identificadas 82 respostas. A seleção da amostra foi realizada por meio de filtros de profissionais contábeis ou não, sendo eles envolvidos com o ambiente acadêmico, tendo sua maioria iniciado a graduação, e incluiu pessoas das mais variadas profissões que não necessariamente possuíam informação sobre auditoria contábil. Conforme destacado por Beuren (2006) nesse método de amostragem o pesquisador opta por obter elementos aos quais tem acesso mais fácil, pressupondo que esses elementos possam representar de maneira efetiva a população em questão.

4 Análise dos Resultados

4.1 Caracterização da Amostra

A caracterização da base informacional dos respondentes se concentrou principalmente no Ceará, mas também houve respostas de Rio de Janeiro e São Paulo. Na Tabela 2 é apresentada a diversidade de profissões que compuseram a amostra. No que tange a ocupação dos respondentes foi obtido que os contadores representaram 20% da amostra total e os auditores 8,5%. Além disso, 7% da amostra é composta por administradores e 1% por economistas. Dessa forma, a amostra possui cerca de 37% de profissionais que tiveram ou que têm contato direto ou indireto com auditoria devida a profissão exercida, conforme evidencia-se na Tabela 2. A amostra estudada pode ser considerada diversa, aferindo a pesquisa uma visão ampla pelos diversos perfis questionados, o que traz um aspecto mais consistente de diversidade amostral quanto ao campo de conhecimento.

Tabela 2
Quantidade de respondentes distribuído por profissão

| Profissão | Número de respondentes |
|------------------|-------------------------------|
| Contador | 17 |
| Auditor | 7 |
| Administrador | 6 |
| Economista | 1 |
| Outros | 51 |
| Total | 82 |

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Na sequência buscou-se caracterizar e entender a complexidade dos conhecimentos dos respondentes de acordo com a profissão exercida e seu curso de graduação. Sendo também entrevistados respondentes que se enquadram como estudantes de ciências exatas, biológicas, e outros ramos do conhecimento, o que representa uma tentativa ainda mais forte de trazer uma visão macro, que independe do ramo de atuação, mas é dependente da exposição à mídia.

Ao ser analisado o grau de escolaridade dos respondentes foram obtidos resultados diversos. A amostra retratou uma amostra majoritariamente acadêmica, composta por estudantes de nível superior em formação, sendo cerca de $\frac{3}{4}$ da porção amostral, o que indica uma quantidade relevante para análise. A quantidade de respondentes com pós-graduação se concentra em apenas 1,2% da amostra, o que indica um grupo mais seletivo para se obter informações sobre, e a dificuldade de alcançá-los até entre acadêmicos.

Quanto ao aspecto socioeconômico, 4,9% dos respondentes afirmaram ter uma renda superior a 10 salários-mínimos. Quanto a esse aspecto destaca-se ainda a disparidade encontrada, haja visto que somente homens formam o grupo de 4,9% dos respondentes com mais de 10 salários-mínimos. Por outro lado, a maioria dos respondentes receberam entre menos de 1 salário e 5 salários-mínimos, o que representa 95,1% da amostra.

4.2 Análise dos Dados Por Grau de Concordância

Ao se analisar o grau de concordância através do uso da escala de Likert, a qual contempla distintos graus de concordância ou discordância, pode-se estabelecer uma visão holística em relação à confiabilidade a partir das respostas dos indivíduos.

Essa etapa da pesquisa iniciou-se com o questionamento sobre as fontes de informação buscadas pelos respondentes, no qual pode-se perceber se o respondente possui perfil questionador, se tem interesse em aprofundar seus conhecimentos via uso de fontes confiáveis, se confia na mídia, nas redes sociais ou

outros. A Tabela 3 apresenta a distribuição das fontes de pesquisa que os respondentes utilizam para se atualizar sobre a matéria de investimentos.

Tabela 3
Quantidade de respondentes por fontes de pesquisa sobre investimentos

| Fonte de pesquisa | Número de respondentes |
|-------------------|------------------------|
| Não pesquisa | 31 |
| Sites B3 e CVM | 24 |
| Google | 22 |
| Site da empresa | 5 |
| Total | 82 |

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

A Tabela 3 apresenta a distribuição das fontes de pesquisa referentes a investimentos, em que é observada que as buscas superficiais, caracterizadas por aqueles que não realizam pesquisa ou apenas buscam informações via Google, representam 64,63% da amostra. Essa atitude pode vir a gerar um comportamento de replicação do que se ouve, o que demonstra uma maior suscetibilidade a ter uma opinião mais influenciada pelo meio. Esse resultado se mostra interessante, pois aponta para a influência da mídia na tomada de decisões sobre investimento, o que se assemelha ao resultado de Gao, Xu e Li (2025). No extremo oposto, têm-se os respondentes que realizam pesquisas mais aprofundadas através da busca por informações no site da B3, CVM ou da própria empresa, totalizando apenas 35,37%. Esse dado demonstra que esses 29 respondentes buscam entender os fatos e relacioná-los de forma a questionar sua veracidade, optando por acessar a informação em sua fonte.

Ainda tendo como objetivo entender o viés pela busca da informação, tem-se, também, o grau de concordância, segregado em “busca informação” e “não busca informação”. A partir dessa análise identificou-se que 62,20% dos respondentes buscam algum tipo de informação, porém, como visto na análise anterior, é possível que essa busca não seja realizada de forma assertiva, com alto grau de confiabilidade, não possuam fontes robustas, seja em credibilidade ou isenção de viés tendencioso na apresentação da informação. Esse dado implica que os respondentes podem vivenciar dificuldades no julgamento reflexivo, crítico e com menor risco de viés dos fatos por terem acesso a informações com problemas de construção e de veracidade. Esses achados se alinham com os de Carvalho e Pinho (2004) no qual observou-se que após um período é possível que o principal ponto a ser analisado na tomada de decisão acerca da empresa de auditoria a ser escolhida é a qualidade dos trabalhos realizados anteriormente.

No que tange a figura dos auditores, os respondentes demonstraram, conforme as normas contábeis vigentes, principalmente a NBC TA 200, que têm dificuldade em saber quem é o auditor, avaliar o que esse profissional deve desempenhar, ou seja, entender o real objetivo dessa profissão, e qual a sua contribuição de forma efetiva para o mercado financeiro e econômico do país e, às vezes, até mesmo internacional. Os resultados sinalizam que 43% dos respondentes não conhecem as atribuições e funções de um auditor, o que são dados preocupantes, visto que esse entendimento base de suas principais atribuições podem fazer com que eles venham a desempenhar suas atividades com maior excelência e organização, trazendo uma qualidade técnica de maior valor agregado para o negócio de seus clientes.

Além disso, o desconhecimento dos respondentes mostrou-se presente, pois ao ser levantado quem dos respondentes realiza investimentos e como estes analisam os relatórios de auditoria e os utilizam como critério para realizar suas aplicações, foi observado que 37,80% dos respondentes sequer olham os relatórios de auditoria. Esse achado constata que o trabalho empenhado pelo auditor muitas vezes não chega ao conhecimento do público usuário da informação contábil, o qual é o principal aspecto pelo qual se é reproduzido o relatório de auditoria, para trazer confiança para investidores e demais stakeholders das companhias auditadas.

Impacto da Mídia na Confiança dos Contadores em Relação aos Trabalhos Desenvolvidos Pelos Auditores Diante de Escândalos Contábeis

Tais achados sinalizam que esses respondentes podem desconhecer que os trabalhos dos auditores são realizados mediante amostragens, e não dados absolutos. Além disso, pode indicar que o uso da amostragem conduz a uma percepção de confiança razoável. Portanto, sua opinião ao mercado é uma opinião acerca de confiança razoável, a qual busca mitigar riscos (Ferreira, 2009). Desconhecer aspectos como esses permitem que exista espaço para viés no seu julgamento público acerca da opinião e da qualidade do trabalho exercido pelos auditores. No entanto, ao observar o alto grau de desconfiança expresso na Tabela 4, é possível perceber a influência que desconhecer a figura do auditor pode exercer, visto que 46% dos respondentes deixaram a pergunta em branco por não conhecer a figura do auditor, o que pode indicar que o respondente não se sentiu confortável em informar se confiaria ou não no profissional.

Tabela 4

Grau de desconfiança dos respondentes no auditor

| Grau de desconfiança | Número de respondentes |
|-----------------------------|-------------------------------|
| 1 | 2 |
| 2 | 6 |
| 3 | 48 |
| 4 | 16 |
| 5 | 10 |
| Total | 82 |

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Quanto à desconfiança em si, os resultados da Tabela 3 demonstram que 58,54% da amostra está concentrada em uma percepção moderada sobre o envolvimento dos auditores em escândalos contábeis, podendo ou não ocorrer sua conivência. Contudo, uma quantidade significativa, 31,71%, aponta para o envolvimento quase certo dos profissionais, contra apenas 9,76% que possuem mais confiança quanto a imparcialidade da auditoria frente às fraudes. Por fim, realizou-se uma análise com o objetivo de retratar a percepção dos respondentes após terem sido expostos a notícias sobre o campo da auditoria contidas no próprio questionário (casos Parmalat e Petrobras).

Tabela 5

Confiança dos respondentes após a leitura das notícias sobre escândalos em auditoria

| Grau de confiança | Percentual de respondentes |
|--------------------------|-----------------------------------|
| Aumentou | 25,71% |
| Diminuiu | 74,29% |
| Total | 100% |

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

A partir da Tabela 5 é possível observar que parte considerável dos respondentes teve sua percepção de confiança sobre o profissional de auditoria alterada para menos, ou seja, redução da confiança anteriormente atribuída. Tornando possível perceber que a confiança das pessoas em relação ao auditor reduziu para 74,29% dos respondentes, demonstrando que a forma como a população respondente foi exposta a notícia demonstra haver indícios de uma relação com o nível de confiança atribuído ou não ao profissional de auditoria.

Os dados da pesquisa indicam que a falta de conhecimento sobre a profissão e sobre os papéis a serem desenvolvidos pelo auditor, somados a forma como a mídia retrata este profissional e o grau de desconfiança influenciam e sugestionam diretamente a percepção dos respondentes sobre a profissão do auditor. Nesse sentido, os dados demonstram a existência de julgamentos gerados mentalmente pelos respondentes, e a geração desse imaginário pode se tornar coletivo à medida que há exposição pública de informações passíveis de conduzir o julgamento. Além disso, as informações dispostas na mídia para que os respondentes obtenham informações sobre um determinado assunto podem se sujeitar ao grau de conhecimento prévio da pessoa que está buscando a informação.

Dessa forma, os dados da pesquisa sugerem que a forma como os escândalos contábeis são divulgados para as pessoas podem vir a criar um viés de opinião na maneira em que as empresas e os auditores serão julgados pela sociedade, o que indica a aceitação do pressuposto desta pesquisa, conforme propaga a Teoria da Agenda-Setting que sugere que a mídia tem o poder de definir os assuntos que o público pode vir a considerar relevante. Os resultados também estão alinhados com a Teoria da Comunicação que entende que a mídia poder ser um fator importante para o comportamento e o processo de entendimento de escândalos e da formação de opinião pública, contribuindo para reduzir ou aumentar a confiança nas organizações.

5 Conclusões

A pesquisa conseguiu alcançar o objetivo geral proposto de investigar o impacto dos escândalos contábeis na percepção da confiança dos trabalhos desenvolvidos pelos auditores contábeis. Os resultados mostraram que há indícios de que existe um pré-julgamento pessoal em relação aos profissionais de auditoria, sendo esse pré-julgamento originário da forma em que são citados, e a proporção da fraude ou erro. Após a exposição dos respondentes a algumas notícias de grandes escândalos nacionais e internacionais - casos da Parmalat e Petrobras – houve uma mudança de perspectiva sobre a sua confiança nos auditores. Nesse sentido, a pesquisa obteve um resultado muito expressivo, com uma redução da confiança dos respondentes no auditor e nos papéis que desempenha na ordem de 74,29% após a exposição das manchetes.

Assim, foi possível perceber que a forma que a mídia retrata os escândalos contábeis influencia a opinião das pessoas, e quando se fala em auditoria existe um dilema maior ainda, pois é perceptível que a falta de conhecimento sobre o que é auditoria e o papel do auditor, traz para a profissão um imaginário de que o auditor é mais responsável e possui mais influência sobre a organização auditada do que realmente ele possui.

Os dados indicam que pode haver conexão entre a fonte e o nível de conhecimento prévio dos respondentes acerca do assunto no julgamento de valor da categoria quando emerge um escândalo corporativo, podendo o conhecimento prévio ser um amortecedor no julgamento das informações fornecidas pela mídia. Os dados também indicam que apesar do conhecimento prévio, as pessoas se mostram sensíveis a reconsiderar seus valores acerca de uma categoria de profissionais após o conhecimento de eventos que possam desabonar ou pôr em questionamento as condutas dos veículos midiáticos.

Entretanto, mediante a falta de conhecimento acerca da auditoria e do profissional auditor, sinaliza-se o isolamento do ramo de auditoria do seu público principal, ou seja, os usuários de suas informações. A pesquisa sugere que a atuação, deveres e responsabilidades do auditor, é de conhecimento de poucos, e que devem ser melhor demonstrados para a sociedade. O exercício da auditoria torna-se desafiador quando se observa os dados no contexto do crescente uso da tecnologia e da inteligência artificial na geração de informações a serem dissipadas e consumidas pelo cliente ou potencial cliente do auditor.

Os resultados indicam a necessidade de meios (formais e informais), criados por organismos de classe, de controles internos das empresas e de demais instituições, como o governo, para evitar a ocorrência do comportamento oportunista empresarial e, assim, evitar desgastar a confiabilidade do auditor enquanto profissional capacitado, qualificado, cético e independente. Assim como Jung (2016) obteve na sua pesquisa uma percepção de que o processo de comunicação defendido por Trayer (1968; 1973) continua existindo, essa pesquisa mantém um posicionamento semelhante visto que foi possível perceber que a comunicação ainda é o produto instalado na cultura urbana e industrial, que durante o processo de comunicação a clareza da mensagem a ser transmitida influencia na perspectiva do receptor de forma brutal, podendo validar ou contrariar o pensamento do emissor.

Por fim, a pesquisa realizada contém aspectos que podem ser aprimorados, por exemplo, a expansão da amostra e a captura de todas as regiões brasileiras, haja vista que a amostra do presente contemplou apenas quatro estados, sendo eles Ceará, Bahia, Rio de Janeiro e São Paulo. Essas limitações indicam caminhos de desenvolvimento para pesquisas futuras que visem atingir um recorte demográfico específico do segmento de negócios e de grau de escolaridade. Assim, seria de grande valor para estudos futuros a aplicação do

questionário em diferentes recortes demográficos, com a expectativa de obter uma noção mais aprofundada da percepção populacional sobre a figura do auditor, da auditoria e do impacto da mídia na visão do segmento.

Referências

- Araujo, D. de S., Bazet, M. P. T., Soares, G. F., & Miranda, G. J. (2024). O caso Americanas: análise da fraude sob a ótica da teoria da agência. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ*, 29(1), 79–100. <https://www.e-publicacoes.uerj.br/rccmccuerj/article/view/81571>
- Bachmann, R. (2001). Trust, Power and Control in Trans-Organizational Relations. *Organization Studies*, 22(2), 337–365. <https://doi.org/10.1177/0170840601222007>
- Bazalgette, C., Bévort, E., & Savino, J. (1992). L'Education aux medias dans le monde: Nouvelles orientations. BFI/CLEMI/UNESCO.
- Beuren, I. M., & Longaray, A. A. (2006). Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática. Atlas.
- Blikstein, I., Fernandes, M., & Coutinho, M. (2018). Fake news no mundo corporativo. *GV-Executivo*, 17(5), 22-25. <https://periodicos.fgv.br/gvexecutivo/article/view/77337/74184>
- Brasel, K.R., Hatfield, R.C., Nickell, E.B. & Parsons, L.M. (2019). The effect of fraud risk assessment frequency and fraud inquiry timing on auditors' skeptical judgments and actions. *Accounting Horizons*, 33(1), 1-15. <https://doi.org/10.2308/acch-52349>
- Brasil. (2007). Lei n. 11.638, de 28 de dezembro de 2007. Altera e revoga dispositivos da Lei no 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e da Lei no 6.385, de 7 de dezembro de 1976, e estende às sociedades de grande porte disposições relativas à elaboração e divulgação de demonstrações financeiras em Brasília, Diário Oficial da União. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/l11638.htm
- Brasil. (2009). Lei nº 11.949, de 17 de junho de 2009. Dá nova redação à Lei no 10.304, de 5 de novembro de 2001, que transfere ao domínio dos Estados de Roraima e do Amapá as terras pertencentes à União e dá outras providências. Diário Oficial da União. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l11949.htm
- Brown, P., Beekes, W., & Verhoeven, P. (2010). Corporate governance, accounting and finance: A review. *Accounting & Finance*, 51(1), 96–172. <https://doi.org/10.1111/j.1467-629x.2010.00385.x>
- Campa, D., & Laguecir, A. (2025). The auditors and the media as central actors in accounting fraud and scandal. *Critical Perspectives on Accounting*, 102787. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2024.102787>
- Campa, D., Quagli, A., & Ramassa, P. (2023). The roles and interplay of enforcers and auditors in the context of accounting fraud: a review of the accounting literature. *Journal of Accounting Literature*, 47(5), 151-183. <https://doi.org/10.1108/JAL-07-2023-0134>
- Carvalho, L. N., & Pinho, R. C. de S. (2004). Auditoria: independência, estratégias mercadológicas e satisfação do cliente - um estudo exploratório sobre a região Nordeste. *Revista Contabilidade & Finanças*, 15(34), 23–33. <https://doi.org/10.1590/s1519-70772004000100002>
- Castro, R. L. C., Vasconcelos, J. P. B., & Dantas, J. A. (2017). Impactos das normas internacionais de auditoria nos relatórios dos auditores sobre as demonstrações financeiras dos bancos brasileiros. *Revista Ambiente Contábil*, 9(1), 1–20. <https://doi.org/10.21680/2176-9036.2017v9n1id7827>
- Cavalieri Filho, S. (2011). No Limiar do Século XXI. https://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/163550/direito_consumidor_limiar_cavalieri.pdf
- Chiavenato, I. (2015). Gerenciando com as Pessoas: Transformando o Executivo em um Excelente Gestor de Pessoas, (5^a ed.). Manole.
- Clemente, M., & Gabbioneta, C. (2017). How does the media frame corporate scandals? The case of German newspapers and the Volkswagen diesel scandal. *Journal of Management Inquiry*, 26(3), 287-302. <https://doi.org/10.1177/105649261668930>
- Cohen, J. R., Dalton, D. W., & Harp, N. L. (2017). Neutral and presumptive doubt perspectives of professional skepticism and auditor job outcomes. *Accounting, Organizations and Society*, 62(1), 1-20. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2017.08.003>
- Cooper, D. J., Dacin, T., & Palmer, D. (2013). Fraud in accounting, organizations and society: Extending the boundaries of research. *Accounting, Organizations and Society*, 38(6-7), 440-457. <http://dx.doi.org/10.1016/j.aos.2013.11.001>
- Conselho Federal de Contabilidade. (2015). NBC TA Estrutura Conceitual para Trabalhos de Asseguração. https://www2.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx
- Conselho Federal de Contabilidade (2016). NBC TA 200: Objetivos Gerais do Auditor Independente e a Condução da Auditoria em Conformidade com Normas de Auditoria. https://www2.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx

DADOS DOS AUTORES

Ariellen Silva Muniz

Titulação: Bacharela em Ciências Contábeis.
Vínculo: Universidade Federal do Ceará (UFC).
Endereço: Avenida da Universidade, 2431 - Benfica, Fortaleza - CE, 60020-180.
E-mail: ariellensilva13@gmail.com
Telefone: (85) 3366-7790
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-3222-0120>

Naiara Leite dos Santos Sant'Ana

Titulação: Doutora em Administração.
Vínculo: Universidade Federal do Ceará (UFC).
Endereço: Avenida da Universidade, 2431 - Benfica, Fortaleza - CE, 60020-180.
E-mail: naiarasantana@ufc.br
Telefone: (85) 3366-7790
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6529-3284>

Thicia Stela Lima Sampaio

Titulação: Doutoranda em Administração e Controladoria.
Vínculo: Universidade Federal do Ceará (UFC).
Endereço: Avenida da Universidade, 2431 - Benfica, Fortaleza - CE, 60020-180.
E-mail: thiciasampaio@gmail.com
Telefone: (85) 3366-7790
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7105-9825>

Maria Layane Silva Gomes

Titulação: Doutoranda em Administração e Controladoria
Vínculo: Universidade Federal do Ceará (UFC).
Endereço: Avenida da Universidade, 2431 - Benfica, Fortaleza - CE, 60020-180.
E-mail: layane.silva97@gmail.com
Telefone: (85) 3366-7790
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7690-9873>

Nélida Astezia Castro Cervante

Titulação: Doutora em Ciências Sociais
Vínculo: Universidade Federal do Ceará (UFC).
Endereço: Rua Paulino Nogueira, 315 - Benfica, Fortaleza - CE, 60020-270.
E-mail: nelidacervantes@hotmail.com
Telefone: (85) 3366-7390
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0614-9300>

Contribuição dos Autores:

| Contribuição | Autor 1 | Autor 2 | Autor 3 | Autor 4 | Autor 5 |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 1. Concepção do assunto e tema da pesquisa | x | | | | |
| 2. Definição do problema de pesquisa | x | x | | x | |
| 3. Desenvolvimento das hipóteses e constructos da pesquisa (trabalhos teórico-empíricos) | x | x | x | x | |
| 4. Desenvolvimento das proposições teóricas (trabalhos teóricos os ensaios teóricos) | x | x | x | x | |
| 5. Desenvolvimento da plataforma teórica | x | x | x | x | |
| 6. Delineamento dos procedimentos metodológicos | x | x | x | x | |
| 7. Processo de coleta de dados | x | x | x | x | |
| 8. Análises estatísticas | x | x | x | x | |
| 9. Análises e interpretações dos dados coletados | x | x | x | x | |
| 10. Considerações finais ou conclusões da pesquisa | x | x | x | x | |
| 11. Revisão crítica do manuscrito | | x | | | x |
| 12. Redação do manuscrito | x | x | x | x | |