UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE E ATUÁRIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

A PERCEPÇÃO PÚBLICA SOBRE OS CONTADORES:
“BEM OU MAL NA FOTO”?

Renato Ferreira Leitão Azevedo

Orientador: Prof. Dr. Edgard Bruno Cornachione Jr.

SÃO PAULO

2010

Prof. Dr. João Grandino Rodas
Reitor da Universidade de São Paulo

Prof. Dr. Reinaldo Guerreiro
Diretor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Prof. Dr. Edgard Bruno Cornachione Júnior
Chefe do Departamento de Contabilidade e Atuária

Prof. Dr. Luís Eduardo Afonso
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis

RENATO FERREIRA LEITÃO AZEVEDO

**A PERCEPÇÃO PÚBLICA SOBRE OS CONTADORES:
“BEM OU MAL NA FOTO”?**

Dissertação apresentada ao Departamento de Contabilidade e Atuária da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo como requisito para a obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Dr. Edgard Bruno Cornachione Jr.

SÃO PAULO

2010

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Seção de Processamento Técnico do SBD/FEA/USP

Azevedo, Renato Ferreira Leitão

A percepção pública sobre os contadores : “bem ou mal na foto” ?
/ Renato Ferreira leitão Azevedo. -- São Paulo, 2010.
113 p.

Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, 2010.
Orientador: Edgard Bruno Cornachione Junior.

1. Percepção 2. Contadores 3. Contabilidade – Estudo e ensino 4.
Estereótipos(Psicologia) I. Universidade de São Paulo. Faculdade de
Economia, Administração e Contabilidade II. Título.

CDD – 153.7

*Uma certeza: dedicar essa obra para quem
literalmente me apóia do início ao fim,
minha mãe.*

AGRADECIMENTOS

O programa de mestrado me ensinou muito mais do que o conteúdo das disciplinas e da pesquisa realizada. Serve como ensinamento para reconhecer e ser grato com as pessoas que me apoiaram durante esse processo, com as quais compartilhei diversos momentos. O desenvolvimento desta pesquisa somente foi possível com o apoio institucional das seguintes entidades: USP, CAPES e FIPÉCAFI.

Ao melhor orientador, professor e amigo, Prof. Dr. Edgard B. Cornachione Jr., que é, sem sombra de dúvidas, exemplar academicamente e um ser humano fantástico. Aqui registro o meu apreço intelectual e a admiração pelo seu caráter, dedicação, postura e exemplo de vida. O meu mais sincero obrigado!

Aos membros da minha banca, Prof. Dr. Alan Sangster (Middlesex University Business School) e a Prof^{ra}. Dra. Graziella Maria Comini, pelas valiosas contribuições de ambos no exame de qualificação, que certamente fizeram deste trabalho uma pesquisa melhor. Desejo externar também meus agradecimentos à amiga Prof^{ra}. Dra. Silvia Pereira de Castro Casa Nova e ao Prof. Dr. Satoshi Sugahara pelas contribuições para com esta pesquisa e momentos emblemáticos.

Registro agradecimento ao Prof. Dr. Iran Siqueira Lima, na condição de presidente da FIPÉCAFI e ao Prof. Dr. Eric Spears, por viabilizarem o período de meus estudos como visitante na Mercer University em Atlanta e aos Prof. Gary N. McLean, Prof^{ra}. Dra. Kimberly S. McDonald e aos dois revisores anônimos do Academy of Human Resource Development, pelas críticas e contribuições, para com algumas das idéias presentes nessa dissertação, apresentadas na conferência do Academy of Human Resource Development. Agradeço a colaboração de Mônica He Sun Lee, Alexandre Ostan, Daniel Rodrigues, Eloane Fernandes, Aline Okidoi, aos membros do GETEC, do grupo de validação e aos mais de mil respondentes que participaram dessa pesquisa, na contribuição direta com etapas importantes desse trabalho.

Agradeço especialmente à amiga e colega de mestrado Sarah Chinarelli Teixeira, fundamental por me aturar nos momentos críticos, pela legítima amizade e por todo o suporte na leitura, revisão e formatação desse trabalho. Agradeço também a dedicada revisão e companheirismo do sócio, amigo e colega Pedro Henrique de Barros, certo de que dividimos muitas histórias e parcerias para contar. Evidentemente, como não poderia deixar de ser, é de minha total responsabilidade os erros aqui incorridos.

Registro também minha consideração e agradecimento aos funcionários administrativos da FEA/USP, da Assistência Acadêmica, Pós-graduação e da Biblioteca pela qualidade de seu apoio. Em particular, destaco minha gratidão a amiga Belinda Ludovici, que em inúmeros momentos me ofereceu palavras de otimismo e foi capaz de resolver ou encaminhar a resolução correta da maioria dos desafios burocráticos encontrados.

Agradeço também aos meus familiares, amigos e pessoas que direta ou indiretamente me ajudaram nessa trajetória e mais uma vez para a USP e todas as pessoas que se comprometem de fato com o espírito dessa universidade.

“Somos todos escritores. Só que uns escrevem, outros não.”
(José Saramago)

RESUMO

Nas últimas duas décadas o declínio no número e na 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 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. Para Carnegie e Napier (2010), uma compreensão das imagens externas da contabilidade e dos contadores é importante para a apreciação dos papéis desses profissionais 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 e competentes. É sabido há décadas que os estudantes consideram estereótipos sobre as diferentes carreiras ao decidir pela formação acadêmica que pretendem trilhar (DECOSTER, 1971). Para contribuir no entendimento desse fenômeno, o objetivo desta pesquisa é identificar e analisar se os profissionais de contabilidade são estereotipados de maneira negativa pela percepção pública, para as características: criatividade, dedicação aos estudos, trabalho em equipe, comunicação, liderança, propensão ao risco e ética. Outras hipóteses contempladas se referem à análise da percepção sobre os contadores em relação ao gênero, formação acadêmica e nível de escolaridade. Por meio de uma pesquisa de campo envolvendo 1034 respondentes selecionados aleatoriamente, com a utilização de um fotoquestionário 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 para as características de criatividade, dedicação aos estudos, trabalho em equipe, comunicação, liderança, propensão ao risco e ética. Verificou-se adicionalmente aceitação da hipótese de que os profissionais de contabilidade são mais percebidos como sendo do gênero masculino, confirmando o estereótipo de gênero para a profissão. Relativa à percepção dos profissionais de contabilidade em torno de sua formação profissional rejeitou-se a hipótese que a percepção externa em relação aos profissionais de contabilidade é mais negativa do que a percepção interna dos indivíduos com formação em contabilidade. Não foram encontradas diferenças significativas para os níveis de escolaridade, exceto para o nível fundamental relativo ao fator criatividade, que resultou em percepção positiva. Limitações e recomendações para trabalhos futuros estão ambos presentes na última seção desse estudo.

ABSTRACT

In the last two decades, the decline in both number and quality of students choosing accounting programs has been a worldwide source of concern to academicians and practitioners. According to Albrecht and Sack (2000), that decline is a consequence of several factors such as changes in business environment, decrease in salary levels, development of alternatives careers perceived as more attractive to students and lack information and/or misunderstanding related to accounting career. For Carnegie and Napier (2010), comprehension of such external images related to accounting career and accountants is important for assessing the roles of these professionals in a wider social context. Accounting profession needs to project an image of confidence, respectability and to offer challenges, rewards and prospects in order to attract and retain the most talented, professional and competent students. It is well known for decades that students consider stereotypes about different careers when deciding among majors and careers (DECOSTER, 1971). To support a better understanding related to this phenomenon, the objective of this research is to identify and analyze whether the accounting profession is negatively stereotyped by public perception according to characteristics such as creativity, dedication to study, teamwork, communication, leadership, risk taking and ethics. Other analyses refer to accountant's stereotypes in relation to gender, academic background and educational level. Based on an adapted photo-survey, with 1,034 randomly selected respondents, and tests of differences between means, the central hypothesis of this study was rejected: it is not possible to state that accounting professionals are negatively stereotyped assuming the characteristics of creativity, dedication studies, teamwork, communication, leadership, risk taking and ethics. There was further acceptance of the hypothesis that accounting professionals are perceived as being male, supporting the gender stereotype for the profession. On the perception of accounting professionals across different academic backgrounds, this study rejected the hypothesis that the external perception in relation to the accounting profession is more negative than the internal perception (individuals with accounting background). Also, there were no significant differences in education levels, but for the elementary level when focusing on the creativity factor, which resulted in positive perception. Implications for practice and recommendations for future studies are both present in the last section of this study.

SUMÁRIO

<u>LISTA DE TABELAS</u>	<u>3</u>
<u>LISTA DE FIGURAS.....</u>	<u>4</u>
<u>1 INTRODUÇÃO.....</u>	<u>5</u>
1.1 OBJETIVO E PROBLEMA DE PESQUISA	9
1.2 JUSTIFICATIVA.....	12
1.3 CONTRIBUIÇÕES	14
<u>2 REVISÃO DA LITERATURA.....</u>	<u>17</u>
2.1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	18
2.2 CATEGORIAS DE ANÁLISE.....	28
2.2.1 CRIATIVIDADE	29
2.2.2 DEDICAÇÃO AOS ESTUDOS.....	32
2.2.3 TRABALHO EM EQUIPE	33
2.2.4 COMUNICAÇÃO	36
2.2.5 LIDERANÇA	38
2.2.6 PROPENSÃO AO RISCO.....	40
2.2.7 ÉTICA	42
<u>3 MÉTODO.....</u>	<u>47</u>
3.1 IDENTIFICAR AS QUESTÕES DE SUPORTE E A PERSPECTIVA DE PESQUISA	49
3.2 PREPARAR A ABORDAGEM DE COLETA DE DADOS	49
3.3 MAPA COGNITIVO	50
3.4 ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	52
3.5 ELABORAÇÃO E VALIDAÇÃO DOS DESENHOS.....	54
3.6 ORGANIZAR E ROTULAR OS DESENHOS	60
3.7 PREPARAR O PROTOCOLO.....	62
3.7.1 SELEÇÃO DOS RESPONDENTES.....	62
3.7.2 CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DE COLETA.....	63
3.7.3 AMOSTRA.....	64
3.8 TESTE PILOTO	67
3.9 CONDUÇÃO DA COLETA DE DADOS	67
<u>4 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....</u>	<u>69</u>
4.1 CONDUÇÃO DA COLETA DE DADOS	69
<u>5 CONCLUSÃO</u>	<u>83</u>
5.1 CONCLUSÕES APOIADAS PELA PESQUISA E RECOMENDAÇÕES.....	83

5.2	LIMITAÇÕES	87
5.3	SUGESTÕES PARA NOVAS INVESTIGAÇÕES	88
<u>REFERÊNCIAS</u>		<u>91</u>
<u>APÊNDICES.....</u>		<u>99</u>

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Tamanho estimado da amostra.....	66
Tabela 2 – Estatística descritiva geral.	73
Tabela 3 – Teste para verificação de viés de posicionamento das imagens	74
Tabela 4 – Teste-t de diferenças de média para as categorias da análise.	74
Tabela 5 – Teste-t de diferenças de média em função do gênero dos respondentes	75
Tabela 6 – Teste-t de igualdade de médias em função do gênero dos respondentes	76
Tabela 7 – Homogeneidade de variâncias - gêneros	76
Tabela 8 – Teste-t de diferenças de média em função da formação dos respondentes	77
Tabela 9 – Teste-t de diferenças de média em função da escolaridade dos respondentes	78
Tabela 10 – Teste de χ^2 para a percepção por gênero.....	79
Tabela 11 – Teste-t de igualdade de média em função da formação dos respondentes.	80
Tabela 12 – Homogeneidade de variâncias - formação.....	81
Tabela 13 – Teste ANOVA para escolaridades	82
Tabela 14 – Teste de Tukey para diferenças entre os grupos de escolaridades	82

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Revisão da Literatura	17
Figura 2 – Objetivos educacionais propostos pelo IFAC em torno das variáveis de análise ...	28
Figura 3 – Estereótipos relacionados com a variável “criatividade”	32
Figura 4 – Estereótipos relacionados com a variável “dedicação aos estudos”	33
Figura 5 – Estereótipos relacionados com a variável “trabalho em equipe”	35
Figura 6 – Estereótipos relacionados com a variável “comunicação”	38
Figura 7 – Estereótipos relacionados com a variável “liderança”	40
Figura 8 – Estereótipos relacionados com a variável “propensão ao risco”	42
Figura 9 – <i>Trade-off</i> entre criatividade e ética contábil nas visões tradicionais e moderna	45
Figura 10 – Estereótipos relacionados com a variável “ética”	46
Figura 11 – Mapa cognitivo da revisão da literatura	52
Figura 12 – Método e inter-relacionamento entre os capítulos iniciais	54
Figura 13 – Ilustrações definitivas utilizadas na pesquisa	60
Figura 14 – Exemplo do pôster para a categoria liderança	61
Figura 15 – Disposição dos desenhos e pôsteres	61
Figura 16 – Caracterização do local de coleta	64
Figura 17 – Exemplo do posicionamento de dois pôsteres para a categoria liderança.	73

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas duas décadas o declínio no número e na 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 em quantidade e qualidade dos estudantes de contabilidade 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 a educação 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 como *American Accounting Association* (AAA), *American Institute of Certified Public Accountants* (AICPA), *Canadian Institute of Chartered Accountants* (CICA), *European Accounting Association* (EAA), *Institute of Chartered Accountants in England and Wales* (ICAEW), *Institute of Management Accountants* (IMA), *Japanese Institute of Certified Public Accountants* (JICPA) e as quatro maiores empresas de auditoria (*PricewaterhouseCoopers*, *Deloitte Touche Tohmatsu*, *KPMG* e *Ernst & Young*), dentre outros organismos profissionais e da 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 acontece de forma equivocada e estereotipada. Hunt *et al.* (2004) mencionaram uma diminuição de 4% em 1990 para 1% em 2000, no nível de interesse dos alunos egressos do ensino médio que pretendem cursar contabilidade nos Estados Unidos. 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; SUGAHARA *et al.*, 2008), Reino Unido (MARSHALL, 2003; CARNEGIE; NAPIER, 2010), Alemanha (HOFFJAN, 2004), Irlanda (BYRNE; WILLIS, 2005), Japão (SUGAHARA; BOLAND, 2006) e Brasil (AZEVEDO *et al.*, 2008; AZEVEDO *et al.*, 2010).

Sugahara e Boland (2006) retratam também o fenômeno conhecido como a “questão dos melhores e mais brilhantes¹,” em que ambos, academia e entidades profissionais, têm enfrentado o seguinte dilema: “Por que é que a profissão contábil permanece tão impopular particularmente entre os estudantes mais notáveis da área de negócios?”. As análises realizadas por Cohen e Hanno (1993), Albrecht e Sack (2000), Francisco *et al.* (2003) e Hunt *et al.* (2004) indicam que os estudantes não escolhem os cursos de contabilidade pelos seguintes motivos: (a) ser muito chato, quantitativo e maçante; (b) ter diferenças em relação ao salário inicial comparativamente com outras carreiras correlatas; e (c) pela falta de informação ou percepção equivocada sobre o que é contabilidade e o que fazem os profissionais da área. Sugahara *et al.* (2006) concordam com esta falta de informação e também acreditam que este fato tem gerado dificuldades para as entidades profissionais no desenvolvimento de estratégias de promoção e de atividades de recrutamento. Segundo Albrecht e Sack (2000), o número e a qualidade dos estudantes de contabilidade também diminuíram por causa de maior pressão por educação continuada pelas entidades reguladoras da profissão. Francisco *et al.* (2003) rejeitaram a justificativa de salários diferenciados e exigências de formação superior, mas também concluíram que existem diferenças consideráveis na percepção entre os estudantes de contabilidade e os estudantes de outros cursos na área de negócios. O estudo desses autores registrou que 33% dos estudantes de outros cursos percebem o curso de contabilidade como sendo chato e desanimador. São vários os autores que defendem que há anos os profissionais de contabilidade têm agonizado com uma imagem monótona e pouco atrativa, em que os estereótipos dos contadores são usualmente caracterizados como chatos, desinteressantes, monótonos, sem criatividade, sombrios e sem expressão (CORY, 1992; BEARD, 1994; BOUGEN, 1994; SMITH; BRIGGS, 1999, FRIEDMAN; LYNE, 2001, FRANCISCO *et al.*, 2003, NOEL *et al.* 2003), HUNT *et al.*, 2004; DIMNIK; FELTON, 2006). Para Vaivio e Kokko (2006) essa imagem se associa à percepção dos profissionais de contabilidade possuírem mente estreita e inexpressiva, limitando-se à instrumentação técnica e ao trabalho de forma independente, como um mero coletor e processador de informações que enfatizam o passado. Os profissionais contábeis, para os autores, ficam reduzidos ao chato, metódico, formal e conservador, sendo limitados em responsabilidade funcional dentro das organizações, uma vez que não se espera deles um conhecimento profundo da atividade empresarial em si e da estratégia da organização. Ao mesmo tempo, os profissionais de contabilidade ainda são

¹ *Best and brightest issue*

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).

Na vida profissional, a percepção do público sobre a contabilidade é fonte de preocupação, por ser considerada equivocada e estereotipada negativamente. Todos os anos, a Harris Interactive® promove um censo nos Estados Unidos para verificar as profissões que são consideradas de alto e baixo prestígio no país, sendo que recorrentemente a profissão de contabilidade é apontada com uma das carreiras de pior prestígio. Segundo a Harris Interactive (2009), em pesquisa conduzida nacionalmente por telefone para 1.010 entrevistados entre 07 de julho e 14 de julho de 2009, as profissões mais prestigiosas são: bombeiros (em que 62% dos respondentes consideram a profissão como sendo de prestígio bastante elevado), cientistas (57%), médicos (56%), enfermeiros (54%), professores (51%) e militares (51%). Por outro lado, na lista a profissão de contabilidade é considerada como de grande prestígio por apenas 11% dos entrevistados, estando próxima de outras profissões, tais como: agentes e corretores imobiliários (5%), corretores da bolsa de valores (13%) e atores (15%), como as carreiras com pior reputação.

Embora muitas áreas profissionais se preocupem com sua imagem pública, talvez nenhuma delas tenha dedicado tanta atenção à questão nos últimos anos quanto à contabilidade (DIMNIK; FELTON, 2006). No entanto, Carnegie e Napier (2010) advogam o contrário, em que muito tem sido escrito sobre a percepção popular em outras áreas, como por exemplo, a percepção de advogados e juristas, mas relativamente pouca atenção acadêmica tem sido dada à questão dos contadores.

As análises feitas por Cohen e Hanno (1993) reforçam a idéia de que a percepção dos estudantes sobre um curso específico é fator preponderante na escolha de suas carreiras profissionais. Se esta visão é estereotipada negativamente pelos estudantes, pode acarretar na decisão precipitada de cursar outra formação em carreiras relacionadas, ao desconsiderar simplesmente a possibilidade de cursar contabilidade. De acordo com Michaels e Levas (2003), o estereótipo popular do contador entre os estudantes dos outros cursos na área de negócios envolve ser conservador, retraído, porém consciente e com um bom controle de seu comportamento pessoal. Entretanto, os autores apontam para evidências significativas de que os demais estudantes das áreas de negócios percebem os estudantes de contabilidade como despreocupados com as questões sociais da atualidade. Michaels e Levas (2003) também

concluem em seus estudos comparativos que os estudantes de contabilidade são percebidos pelos demais estudantes da área de negócios como tendo maiores dificuldades nos trabalhos em grupo.

Já Schlee *et al.* (2009) salientam ainda que a existência de estereótipos baseados nos cursos dos estudantes traz implicações importantes para a percepção dos próprios estudantes em relação ao posicionamento na sociedade como futuros profissionais. Azevedo *et al.* (2008) sustentaram a hipótese que os estudantes de contabilidade são negativamente estereotipados pelos seus pares, estudantes de administração, atuária, economia e relações internacionais, no Brasil, para as características de: ambição, propensão ao risco, independência, orientação a pessoas, nível de estudo, trabalho em equipe, flexibilidade, liderança e benefícios a sociedade.

Michaels e Levas (2003) destacaram que conhecer mais sobre os motivos que levam os estudantes a escolher seus cursos pode ajudar os educadores no desenvolvimento de futuras ou no aprimoramento de presentes estratégias de aprendizagem. Os autores também mencionam que um programa de educação que considera as diferenças dos cursos e das percepções dos estudantes, abordando as inconsistências, pode ajudar os estudantes a se tornarem mais bem sucedidos em suas carreiras. De acordo com 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 e de estratégia. Saemann e Crooker (1999) advogam que mudanças no ambiente de negócios criam uma percebida necessidade de indivíduos mais criativos, com habilidades interpessoais, organizacionais, de comunicação e de estratégia.

Em mais de uma década, o *International Federation of Accountants* (1995)², elaborou proposta para um guia internacional e práticas educacionais em Contabilidade, apresentando a idéia de que o mercado de trabalho exige que os profissionais de contabilidade sejam capazes de: (a) trabalhar em grupos; (b) 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) conhecimento das organizações e do ambiente de negócios; (e) conhecimentos em tecnologia de informação; (f) conhecimentos contábeis; (g) habilidades intelectuais; (h) habilidades interpessoais; (i) habilidades de comunicação; (j) comprometimento em agir de

² *International Federation of Accountants (IFAC)*: Federação Internacional de Contabilidade, em tradução livre do autor.

acordo com a integridade e objetividade, bem como independência profissional; (l) atitude ética; (m) preocupação com o interesse público, cidadania e responsabilidade social; (n) atitude e comprometimento com aprendizado e atualização contínua; e (o) experiência em realizar julgamentos.

Myers (2002) entrevistou contadores que assumiram o cargo de *Chief Financial Officer* (CFO) e encontrou que estes são realmente cobrados em serem criativos, motivadores, energéticos, indivíduos versáteis e com elevadas habilidades de comunicação e gestão. Na mesma direção, Bougen (1994), Smith e Briggs (1999) e Jeacle (2008) mencionam que as empresas de auditoria também enfatizam a necessidade de profissionais em contabilidade que possuam habilidades de criatividade, pensamento crítico e clareza na articulação das idéias. No entanto, Parker (2000) aponta que o estereótipo comum ao contador é o oposto dessa imagem desejada, uma vez que se relaciona com a manutenção metódica e sistemática da forma de se trabalhar.

1.1 Objetivo e problema de pesquisa

As pesquisas científicas iniciam-se com a escolha de um assunto-tema-problema e para esta missão não possuem uma regra básica de definição. No entanto, o tema deve obedecer concomitantemente aos princípios da importância, da originalidade e da viabilidade, para que seja categorizado como pesquisa científica. 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 com 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, as condições de prazo, custo e competências dos pesquisadores (viabilidade).

Resgatando a pergunta lançada por Sugahara e Boland (2006): “Por que é que a profissão contábil permanece tão impopular particularmente entre os estudantes mais notáveis da área de negócios?”, a chamada “questão dos melhores e mais brilhantes”, o objetivo desta pesquisa é identificar e analisar a percepção que parte da sociedade brasileira tem acerca dos contadores para as seguintes características: criatividade, dedicação aos estudos, trabalho em equipe, comunicação, liderança, propensão ao risco e ética.

Estas características foram escolhidas com base em estudos anteriores que identificaram diferenças significativas em relação às percepções sobre a carreira de contabilidade, destacando que a percepção externa de estudantes de outros cursos é significativamente mais negativa do que as percepções próprias dos estudantes de contabilidade (ALBRECHT; SACK, 2000; MARSHALL, 2003; WELLS; FIEGER, 2005; SUGAHARA; BOLAND, 2006; SCHLEE *et al.*, 2007, AZEVEDO *et al.*, 2008).

Tendo em vista a limitação destes estudos anteriores, 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?”*

Para Castro (1978) a tese é a teoria preliminar que será desenvolvida para responder o problema. Nesse sentido, encontra-se em Larousse (1969) que o termo tese pode ser definido como afirmação teórica — apresenta-se, em geral, como uma verdade parcial, cujo contrário é também verdadeiro (antítese) e que forma uma nova verdade provisória, que se destaca consequentemente por meio de uma síntese das duas afirmações, no movimento dialético do pensamento que se forma e se desenvolve. Nessa pesquisa, com base em evidências teóricas e análises estatísticas, a tese que será verificada é a seguinte: *“Os contadores são negativamente estereotipados pela percepção pública.”*

Segundo Kerlinger (1980), uma hipótese é um enunciado conjectural das relações entre duas ou mais variáveis, ou seja, são sentenças declarativas que relacionam de alguma forma variáveis. A diferença entre problemas e hipóteses é que geralmente as últimas são mais específicas do que os primeiros. As hipóteses, dessa forma, estão mais próximas das operações de teste e pesquisa. É na formulação apropriada e no seu uso que as hipóteses capacitam o homem a testar aspectos da realidade com um mínimo de distorção causada pelas predileções. Dessa forma, as hipóteses constituem-se como parte da metodologia da ciência associada ao critério de objetividade. É uma ferramenta poderosa para o avanço do conhecimento porque, embora formuladas pelo homem, podem ser testadas e mostradas como provavelmente corretas e ou incorretas à parte dos valores e crenças destes homens. As hipóteses ainda apresentam a virtude de poderem ser frequentemente deduzidas de uma teoria.

Para Vergara (2000), hipóteses ou suposições são antecipações da resposta ao problema. Se este é formulado sob a forma de pergunta, a hipótese ou a suposição são geralmente sob a forma de afirmação. A investigação é realizada de modo que se possa confirmar ou, ao contrário, refutar as hipóteses e suposições. De acordo com Kerlinger (1980), para serem consideradas cientificamente úteis, as hipóteses precisam ser testáveis ou, no mínimo, conter implicações para teste.

Dessa forma, as hipóteses, enquanto verdades provisórias, estabelecem relações entre variáveis na busca de explicações para a realidade investigada. A hipótese geral estabelecida neste trabalho é: *Os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública.*

A tese principal desta dissertação, expressa na hipótese geral, pode ser desdobrada em 7 hipóteses de pesquisa, cada uma relacionando-se às categorias objetos desta pesquisa.

H₁ – Os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública em relação à criatividade.

H₂ – Os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública em relação à dedicação aos estudos.

H₃ – Os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública em relação ao trabalho em equipe.

H₄ – Os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública em relação à comunicação.

H₅ – Os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública em relação à liderança.

H₆ – Os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública em relação à propensão ao risco.

H₇ – Os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública em relação à ética.

Outras hipóteses contempladas neste estudo serão a análise da percepção sobre os contadores em relação ao gênero e a análise da percepção subdividida em formação acadêmica e nível de escolaridade, comparando a percepção dos contadores com a percepção de não contadores, conforme exemplificado a seguir:

H₈ – Os profissionais de contabilidade são mais percebidos como sendo do gênero masculino.

H₉ – A percepção externa em relação aos profissionais de contabilidade é mais negativa do que a percepção interna dos indivíduos com formação em contabilidade.

H₁₀ – Os profissionais de contabilidade são percebidos de forma diferente de acordo com o nível de escolaridade dos respondentes.

1.2 Justificativa

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 desses 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 e competentes.

Steele e Aronson (1995) mostraram que as consequências da ameaça do estereótipo se estendem além do insucesso nas tarefas acadêmicas. Pensando no desenvolvimento de carreira, os estereótipos podem implicar que os estudantes optem por não exercer esta área de conhecimento e, conseqüentemente, limitar o leque de profissões que podem seguir. Portanto, os efeitos em longo prazo da ameaça dos estereótipos podem contribuir para a desigualdade educacional e social (SCHMADER *et al.*, 2004).

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). Michaels e Levas (2003) destacam que saber mais sobre os motivos que levam os estudantes a escolher suas formações acadêmicas e profissionais pode ajudar os educadores a desenvolver estratégias de aprendizagem. Eles também mencionam que cursos e programas educacionais que consideram as diferenças sobre as percepções dos estudantes, abordando as inconsistências, ajudam os próprios estudantes a se tornarem mais bem sucedidos em suas carreiras.

Se as pessoas não percebem a área de contabilidade como uma área que proporciona desafios para o desenvolvimento de habilidades e aprendizados, estas muito provavelmente evitarão obter esse tipo de formação. Dois aspectos relacionados com o sucesso e desenvolvimento de carreira são apontados por McDonald e Hite (2008), a saber: (a) critérios auto-referentes, que sugerem que as pessoas avaliam o seu sucesso com base em seus objetivos de carreira; e (b) critérios externos, que indicam uma avaliação com base em comparação com as carreiras profissionais de outras pessoas. Fornes *et al.* (2008) sugerem que o comprometimento com a carreira e o envolvimento profissional afetam a satisfação dos profissionais, produtividade e a migração de empregos. Na presença de estereótipos negativos, os indivíduos ao avaliar sua carreira futura com base em comparações com outras carreiras podem ser influenciados a não optar por uma formação nessa área ou ainda desejarem mudar de atuação profissional. Também a satisfação dos contadores pode ser afetada por causa do reforço oriundo dos estereótipos sociais. Albrecht e Sack (2000) examinaram 783 profissionais e acadêmicos na área da contabilidade, tendo encontrado que apenas 12,3% declararam intenção de escolher cursos de graduação ou pós-graduação em contabilidade se pudessem novamente tomar essa decisão. Segundo os autores, profissionais e acadêmicos na área de contabilidade não escolheriam uma formação acadêmica em contabilidade novamente, principalmente por dois motivos: (a) o mundo dos negócios alterou-se drasticamente enquanto que a educação em contabilidade não. E a educação em contabilidade é percebida como muito estreita e retrógrada, com mais custos do que os benefícios recebidos; e (b) a idéia de que a carreira em contabilidade perdeu espaço frente às mudanças tecnológicas e competitivas. Os executivos que desejam uma carreira interessante e recompensadora estão buscando outras áreas. Albrecht e Sack (2000) salientam que o currículo e o conteúdo dos cursos de contabilidade são vistos como estreitos e desatualizados, que a metodologia de ensino enfatiza regras, memorização, avaliações que são atreladas ao mero cumprimento de uma certificação profissional, sendo débil em promover faculdades críticas e criativas nos alunos, no

envolvimento de leitura e interpretação de fenômenos e textos e no desenvolvimento de habilidades e atitudes, como o trabalho em equipe, liderança e comunicação. No que concerne a tecnologia, os autores apontam que a forma como a contabilidade é ensinada nas universidades ainda assume uma falsa premissa de que a informação é cara para ser processada e difundida, fato que com o advento da informática e dos sistemas de informações não é mais uma premissa verdadeira. Soma-se ainda o problema de que muitos dos professores de contabilidade ficam isolados de seus pares de outros departamentos dentro da faculdade, e com a falta de liderança desses decorre menor montante de recursos aos programas de contabilidade.

Ainda que outros possam ser os motivos deste 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 este 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 entender e combatê-los.

1.3 Contribuições

Como diferencial esta pesquisa busca explorar a imagem do profissional de contabilidade, em um estudo empírico que verifique a existência dos estereótipos mencionados ou sirva de contraponto ao senso comum e à literatura específica de educação em contabilidade, de que os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados para algumas de suas competências fundamentais pelo público em geral. Visa também situar o Brasil na discussão internacional, mapeada em literatura, sobre o perfil do profissional de ciências contábeis e os estereótipos presentes na área, 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. Ademais, esta pesquisa diferencia-se também pelo procedimento de coleta de dados e seleção dos sujeitos da amostra, ao considerar a percepção do público em geral sobre os contadores, por meio de uma pesquisa de campo em grupo amplo de respondentes. Os estudos anteriores possuem grupos restritos e segmentados de análise, que em geral ficam limitados aos contornos da academia e não observam diretamente a variedade

de percepções. A vantagem dessa pesquisa em considerar um público amplo de respondentes, como pessoas comuns nas ruas, se dá tanto do ponto de vista quantitativo, uma vez que grande parte das pesquisas anteriores apresenta uma amostra bem reduzida quando comparada ao dessa dissertação, como também do ponto de vista qualitativo, uma vez que os estudos anteriores limitam-se fortemente aos comparativos entre a percepção de estudantes (ALBRECHT; SACK, 2000; ALLEN, 2004; ARANYA *et al.*, 1978; AZEVEDO *et al.*, 2008; AZEVEDO *et al.*, 2010; BAKER, 1976; BALDVINSDDOTTIR *et al.*, 2009; BEDEIAN *et al.*, 1986; BOOTH; WINZAR, 1993; BYRNE; WILLIS, 2005; CHAN; HO, 2000; COATE *et al.*, 2003; COHEN; HANNO, 1993; DIPTIANA; DJUWARI, 2007; ENGLAND, 1988; FRANCISCO *et al.*, 2003; FRIEDMAN; LYNE, 2001; HUNT *et al.*, 2004; IMADA *et al.*, 1980; MCPHERSON, 1999; MICHAELS; LEVAS, 2003; MYBURGH, 2005; NOEL *et al.*, 2003; PAOLILLO *et al.*, 1983; SAEMANN; CROOKER, 1999; SCHLEE *et al.*, 2007; SCHLOEMER; SCHLOEMER, 1997; SUGAHARA; BOLAND, 2006; SUGAHARA *et al.*, 2008) ou professores (HARDIN *et al.*, 2000; SUGAHARA *et al.*, 2006; WELLS; FIEGER, 2006), *controllers* (HOFFJAN, 2004; VAIVIO; KOKKO, 2006), clientes (HOOPER *et al.*, 2009), ou ainda indiretamente por meio das artes, na representação dos profissionais de contabilidade no cinema (CORY, 1992; BEARD, 1994; BOUGEN, 1994; DIMNIK; FELTON, 2000; DIMNIK; FELTON, 2006; FELTON *et al.*, 1995; FELTON *et al.*, 2007; HOLT, 1994; JEACLE, 2009; SMITH; BRIGGS, 1999), na literatura (ROBERT, 1957; STACEY, 1958; CORY, 1992; SMITH; BRIGGS, 1999), em gêneros cômicos (BOUGEN, 1994; SMITH; BRIGGS, 1999), em jornais e livros (CARNEGIE; NAPIER, 2010; COBB, 1976, DECOSTER; RHODE, 1971; DECOSTER, 1971; EWING *et al.*, 2001) ou em materiais de publicidade das firmas de auditoria (JEACLE, 2008). Sendo assim, esse estudo apresenta também crítica a essa limitação, pois o universo acadêmico pode não corresponder com a variedade de percepções do público em relação aos contadores, que sabidamente em grande parte desses mesmos estudos supracitados revela que estudantes podem ser influenciados direta ou indiretamente pelos pais e outros familiares, amigos e colegas, professores, dentre outros agentes da sociedade não contemplados nesses estudos anteriores³.

Enquanto abordagem metodológica, contribui na adoção do fotoquestionário, ainda pouco explorado mundialmente em pesquisas na área de contabilidade. Conforme Dempsey e Tucker (1991) explicam, tal abordagem é capaz de capturar dados mais ricos do que os

³ Como exemplo, ver Sugahara (2006, p.159).

obtidos apenas com procedimentos verbais e, portanto, podem trazer novas perspectivas para a questão da percepção e estereótipos do contador.

Em relação à 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, a reverem as suas políticas, atitudes e ações, tendo em vista modificar os eventuais estereótipos.

Todas as evidências acima discutidas ensejam uma questão pragmática em relação à profissão contábil, que é a da eventual preferência do mercado pela contratação de profissionais de outras áreas, percebidos como melhores líderes, com melhores habilidades de comunicação, mais criativos e que trabalham melhor em equipes. Defende-se que é fundamental, como primeiro passo, entender melhor a percepção pública em relação aos profissionais de contabilidade, para posteriormente ter melhores condições de redesenhar programas acadêmicos e profissionais, bem como promover campanhas de mídia e marketing profissional que fortaleçam as competências que socialmente não são percebidas sobre os contadores, promovendo mudanças mais efetivas.

2 REVISÃO DA LITERATURA

De acordo com Gall *et al.* (2003), a revisão de literatura atende várias propostas, a saber: (a) delimitar o problema de pesquisa; (b) buscar novas linhas e perspectivas de pesquisa; (c) evitar abordagens já saturadas; (d) obter entendimento metodológico; (e) identificar recomendações para pesquisas posteriores; e (f) buscar base para a chamada *grounded theory*.

Seguindo as recomendações de Gall *et al.* (2003), uma vez formulado o problema de pesquisa, procedeu-se em quatro passos interdependentes a revisão da literatura: (a) pesquisa de fontes primárias; (b) pesquisa de fontes secundárias; (c) leitura das fontes de pesquisa; e (d) síntese da literatura. A síntese da literatura teve como fundamento a combinação da teoria de fundamentação, elaboração de mapas cognitivos e análise de conteúdo das fontes de pesquisa constituintes da plataforma teórica específica sobre estereótipos e percepções na área de contabilidade. Cada um destes elementos de formação da revisão de literatura será explorado a seguir, na Figura 1:

Figura 1 – Revisão da Literatura

Em seguida são apresentadas as bases teóricas dessa dissertação e os conceitos fundamentais sobre percepção e estereótipos, bem como tentativa de síntese da literatura específica sobre estereotipagem em contabilidade.

2.1 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; MAISONNNEUVE, 1971; 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, na visão de satisfazer as necessidades de perceber o mundo em uma forma mais compreensível do que realmente é.

De acordo com Myers (2000), os estereótipos podem ser definidos como crenças e percepções sobre atributos de um grupo, que contêm informações não apenas desses atributos, mas também sobre a extensão com que são compartilhados, podendo ser acertos ou excessivamente generalizados. 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). Encarado dessa forma, para Atkinson *et al.* (1983) os estereótipos são um conjunto de conhecimentos acerca de traços de personalidade ou atributos físicos que se assume serem verdadeiros para toda uma classe de pessoas.

Hinton (2000) sugere que um grupo de pessoas pode ser distinguido de outros pela atribuição de características de identificação. Nesse sentido, um grupo de contadores pode ser diferenciado de todos os outros grupos com profissionais formados em outras carreiras que não a de contabilidade, por conta de algumas características atribuídas e relacionadas com a profissão e formação. Nacionalidade, etnia, gênero, idade, profissão, formação e aparência são outros exemplos comuns na identificação de características para a formação de estereótipos. Em concordância, Oakes *et al.* (1994) mencionam que os estereótipos são características atribuídas para as pessoas com base no fato delas serem parte de um grupo, em categorias sociais, físicas ou comportamentais.

Como consequência, Hinton (2000) menciona que, outras características são também associadas aos indivíduos que são percebidos como membros do grupo, em virtude das características previamente identificadas ao grupo. Se assumirmos que os contadores são, por exemplo, percebidos como profissionais chatos, todas as vezes que identificarmos alguém como pertencente ao grupo de contadores, também será atribuído a este alguém a característica estereotipada (e.g. ser chato).

Este exemplo é também mencionado por Carnegie e Napier (2010, p. 4):

[...] se nós identificarmos alguém como sendo contador (a), nós assumiremos que ele ou ela é chato (a). Por isso, o estereótipo é construído por um conjunto de características que nós automaticamente associamos com os membros de um grupo social identificado.

O fenômeno da estereotipagem pode ser compreendido também como uma das consequências do princípio de economia cognitiva (ROSCH, 1977), que postula que as representações do conhecimento no sujeito organizam-se de tal forma a permitir que uma grande quantidade de informações possa ser acedida com um mínimo de esforço cognitivo (HAMILTON; SHERMAN, 1994). Dito de outra forma, para England (1992), os estereótipos são resultado dos mesmos processos dinâmicos que os percipientes usam para organizar, interpretar e compreender as informações sociais do ambiente.

Se é verdade que os estereótipos permitem que as pessoas simplifiquem e compreendam grande parte dos dados sociais, permitindo inferências sobre as demais pessoas e indo além da informação disponível, no entanto, estereótipos e percepções incorretas e inapropriadas resultam em avaliações e expectativas inconsistentes e equivocadas (SCHLEE *et al.*, 2007).

Robbins (2005) alerta, ainda, para o perigo dos estereótipos, quando estes incluem elementos de preconceito. Como são populares, independentes de conter ou não qualquer sinal de verdade, mesmo quando irrelevantes, os estereótipos são comumente aceitos e fazem com que um número crescente de pessoas tenha percepções equivocadas sobre um grupo quando baseado em falsas premissas.

Steele e Aronson (1995) sugerem que os estereótipos negativos, culturalmente compartilhados na sociedade em atribuição a certos grupos, também afetam o desempenho de um indivíduo que se identifica com esse grupo. A teoria que fundamenta esse argumento é conhecida como teoria da ameaça dos estereótipos⁴ (ATKINSON *et al.*, 1983; STEELE; ARONSON, 1995; ARONSON *et al.*, 1999; STEELE *et al.*, 2002; SACKETT *et al.* 2004; ARONSON *et al.*, 2005). Com base nesses estudos mencionados pode-se organizar a lógica da teoria da ameaça dos estereótipos da seguinte maneira:

- I. Um indivíduo acredita que pertence ao grupo X.
- II. O indivíduo sabe que o grupo X é alvo do estereótipo negativo (EN);
- III. Nas circunstâncias em que o indivíduo realizar uma tarefa T, relacionada com EN, seu desempenho sofrerá uma redução detectável;

Ocorre que, conseqüentemente, os indivíduos ativam um mecanismo de proteção à ameaça do estereótipo, conhecido como desidentificação:

- IV. Para se defender da ameaça do estereótipo (EN), o indivíduo se convence de que não deve se preocupar com a tarefa T, desvalorizando a importância dessa;
- V. O indivíduo não aceita o estereótipo negativo (EN), se obrigando a não despendar esforços para melhorar o desempenho na tarefa T e tampouco reconhecendo a necessidade de trabalhar suas competências para reverter o estereótipo.
- VI. Nessa situação, o estereótipo negativo (EN) é confirmado sobre o grupo X, em um processo de profecia auto-realizável.

Em relação à profecia auto-realizável, Word *et al.* (1974) já salientavam na década de 70 que os estereótipos possuem naturalmente uma dinâmica de autojustificação e autopropetuação,

⁴ *Stereotype threat theory*

que faz com que os indivíduos alvos da estereotipagem comportem-se da forma correspondente à imagem estereotipada que deles se tem. England (1992) menciona, em mesma direção, que os estereótipos são profecias que se autoconfirmam em uma relação circular entre percepções de papéis e da participação dos sujeitos sociais nesses papéis.

Com base nessa perspectiva teórica espera-se compreender melhor se os profissionais de contabilidade são estereotipados de maneira negativa pela percepção pública, onde inicialmente com as análises realizadas em síntese da revisão de literatura formulou-se o Quadro 1⁵, com as citações diretas, os estereótipos encontrados na literatura do tema e a fundamentação utilizada, que podem ser afirmativas dos próprios autores, citações indiretas ou baseadas em algum tipo de estudo empírico.

Quadro 1 – Análise de conteúdo dos estereótipos mapeados em revisão de literatura

Autor	Estereótipos Encontrados⁶	Fundamentação
Robert (1957)	firme; cauteloso; competente; nunca fora do trabalho constante; cuidadoso e proficiente em aritmética.	literatura
Stacey (1958)	pouco entusiasmo; talentoso com cálculo; homem preso ao computador; pouco ambicioso; patético.	literatura
Maslow (1965)	precisos; detalhistas, nem um pouco criativos; desprovidos de iniciativa; e despreparados.	do respectivo autor
DeCoster e Rhode (1971)	frio; distante; impessoal; cauteloso; metódico; quieto; cooperativo; reservado; esforçado; ambicioso; prestativo; calmo; equilibrado; indiferente; não sociável; submisso; superficial; passivo; fraco; e sem sensibilidade.	do respectivo autor / jornais
	Sobre os CPAs: profissionais eficientes, altamente respeitados por suas competências técnicas, por sua integridade pessoal e pelo seu genuíno interesse em promover o sucesso financeiro de seus clientes.	AICPA (1957)
	realizam trabalhos tediosos e desmotivantes; obsessivo; interessado em pequenos detalhes; preso ao tradicional; não criativo; baixo status; que busca conformidade; sem habilidades sociais e sensibilidades estéticas; passivo; fraco; superficial; frio; submisso; e evasivo.	Maslow (1961) e O'Dowd e Beardslee (1960)
Aranya et al. (1989)	precisos; detalhistas, nem um pouco criativos; desprovidos de iniciativa; e despreparados.	dos respectivos autores / Maslow (1965)

⁵ Tradução livre do autor, adotando procedimento de tradução reversa (*back translation*).

⁶ Os estereótipos encontrados na literatura, formadores do Quadro 1, seguem a ordem com que esses termos aparecem nos textos citados.

Cory (1992)	guarda-livros vitoriano, preso a cadeira e aos livros contábeis, sem nenhuma inclinação ao contato com os outros seres humanos.	Beardslee e O'Dowd (1961)
	desinteressante; monótono; chato; triste e inexpressivo; completamente estúpido; em ritmo de trabalho desenfreado; fraudulento; tedioso; monótono; em trabalho individual e obtuso; repetitivo; enfadonho; realizando tarefas que levariam uma pessoa normal à loucura.	novelas e contos
	excepcionalmente tímidos ou extremamente desagradável; homem de meia idade de óculos, de baixa estatura, com pouco cabelo, com uma cara de preocupação e sem ânimo.	filmes
Beard (1994)	rígidos socialmente; desprovidos de auto-conhecimento; obsessivamente preocupados com precisão e forma em detrimento do conteúdo; rigidez; automatismo; anti-social; tradicionais e conservadores; respeitosos às leis; profunda falta de imaginação; com vida sem eventos; sentimento de carreira frustrada; árduo trabalho de contabilização; demitidos ao acaso e substituídos por uma máquina; carreira associada com algo desfuncional; profissional do gênero masculino incapaz de ter relações de intimidade com mulheres; um chato; desprovido de iniciativa; obsessivamente organizado; desprovidos da capacidade de dialogar; se comunicam com baixa autoridade; subordinados; que em geral vivem solitários ou sem ânimo.	filmes de uma primeira geração (1957-1971)
	começam a retratar o contador com um pouco mais de complexidade emocional e maturidade.	filmes de uma segunda geração (1978-1987)
	retratados como homem ou mulher comum que subitamente tornam-se profissionais de contabilidade.	filmes de uma terceira geração (1988-1989)
Bougen (1994)	sem ânimo; com óculos; nervoso, portando caneta ou lápis, sem graça; tedioso; conservador; desinteressante; maçante; chato; sem imaginação; geralmente homem; metódico; imparcial; realiza trabalhos meticulosos; com olho para o detalhe; passivo; guardiões da finanças da empresa; inspetor independente; honesto; íntegro; e comprometido com a confidencialidade.	do respectivo autor
	pessoa estúpida; companheiro de trabalho maçante; sem imaginação; tímido; sem iniciativa; fraco; e facilmente dominados.	série de televisão: Monty Python (1960's)

	mortalmente maçante; chato; enfadonho; e tedioso.	Management Accounting (1979) Accountancy Ireland (1975)
	contadores são homens que falharam em qualquer outra coisa e por isso escolheram essa profissão.	Cooper (1921)
	possuidor da virtude de trabalhar arduamente, de ser prudente, honesto e visar o progresso.	Jones (1981)
Holt (1994)	percebido como desprovido de habilidade de comunicação; com falta de postura ética.	filmes
Saemann e Crooker (1999)	a ação criativa em contabilidade está presa a repetição e a precisão.	dos respectivos autores
	maçante, chato; contador de feijões e preso aos números.	Larkin (1991)
Smith e Briggs (1999)	desprovidos de habilidades de comunicação, ética e flexibilidade.	filmes (baseando-se principalmente em 24 filmes elaborados entre 1954 e 1997).
Albrecht e Sack (2000)	criatividade é percebida como insignificante para a carreira.	dos respectivos autores (baseado em estudo empírico com 783 respondentes, profissionais e acadêmicos)
Parker (2000)	oposto a percepção de criatividade; manutenção metódica; e sistemático ao trabalhar.	do respectivo autor
Friedman e Lyne (2001)	concentrado e preocupado com precisão e forma; metódico e conservador; com um tedioso humor e caráter; honesto; confiável; pessoa que não entende o mundo dos negócios e pensa apenas no curto prazo; mente limitada; franco; trabalhador; contador de feijões; concentra apenas nos custos; de baixa hierarquia na organização.	dos respectivos autores
	poderoso grupo nas organizações que é capaz de controlar e gerir as operações.	Friedman e Lyne (1995)
	chatos; precisos; irrelevantes; que não entendem o negócio; sua iniciativa é sufocada por outros grupos.	Friedman e Lyne (1997)
	diligente; chato, porém honesto; preciso e confiável.	Bougen (1994)
	não um contador de feijões, mas um líder com visão, coragem, moral e honestidade.	Foreign Affairs (1993)

Francisco <i>et al.</i> (2003)	o trabalho do contador é chato, desinteressante e não é o tipo de carreira que fornece realização pessoal.	dos respectivos autores (principalmente com base em estudo empírico com estudantes)
Noel <i>et al.</i> (2003)	conservador; contido; consciente; controla seu comportamento pessoal, mas não é ativo socialmente; individual; pensamento concreto; afetado pelos sentimentos, reprimido; tímido; e conformado.	dos respectivos autores
	muito quantitativo e chato.	Cohen e Hanno (1993)
Hunt <i>et al.</i> (2004)	rotineiro; trituradores de números; nerds; inflexíveis; desinteressantes; orientados ao detalhe; desprovidos do potencial de liderança. habilidoso com matemática e com impostos; atento aos detalhes; não é admirado; desconsiderado como líder; passivo; inflexível e destrinchador de números.	dos respectivos autores (estudo empírico com estudantes)
	contadores de feijões; e guardas das corporações.	Siegel (2000)
	homem; introvertido; cauteloso; metódico; sistemático; anti-social; e acima de tudo chato.	Parker (2000)
	impessoal; quantitativo; inflexível; velho; e introvertido.	DeCoster (1971)
	desprovido de habilidades de comunicação e ética; flexível; usa a flexibilidade para a prática do ilegal e propósitos anti-éticos.	Holt (1994)
	desprovido de habilidades de comunicação; ético; tímido; e incompetente.	Smith e Briggs (1999)
	inapto socialmente, mas especialista em seu campo de atuação.	Beard (1994)
Sugahara e Boland (2006)	percebido com uma carreira dominada por homens; elevado nível de estudo; certificação profissional demanda bastante tempo e esforço nos estudos.; e pouco criativos.	dos respectivos autores (estudo empírico com estudantes)
Dimnik e Felton (2006)	maçantes; portadores de uma imagem sem apelo; temerosos; irrelevantes ou presos ao interesse próprio; se esforça para manter sua reputação de competente e íntegro; chato; não é uma carreira que proporciona satisfação e realização pessoal; honesto, ético; metódicos; precisos; visão de curto prazo; rígidos; criatividade reprimida; “aquele que não fica com a garota no final”; “o segundo melhor em carisma”; nerd; “banana”; alguém que não se interessa por outra coisa além de debulhar números; com nenhuma ou poucas amizades; e personalidade limitada.	dos respectivos autores (baseia-se principalmente na análise de 121 filmes distribuídos na América do Norte no século XX)
	preocupados somente com a exatidão, o	Maslow (1964)

	controle e a ordem.	
	o mais obsessivo profissional de qualquer grupo, preso aos números, preso à tradição, o oposto a qualquer tipo de personalidade criativa.	Beardslee e O'Dowd (1961)
	anti-herói do mundo profissional; baixo em status; conformista; com o mínimo de habilidades sociais; inteligência limitada; inadequada sensibilidades pessoal e estética; passivo; fraco; raso; com uma vida fria, submisso, inseguro de si mesmo; e evasivo na vida.	estudo empírico realizado com estudantes.
	contadores de feijões com falta de visão estratégica.	Berton e Schiff (1990)
	honestos; eficientes; profissionais; inteligentes; e competentes.	Roper (1963)
	honestos, com objetividade profissional; integridade; competência; confiança; primeiro profissional em integridade.	Pinnacle Group (1989)
	"cordeiros"; conservadores; tímidos; interessados nos detalhes das empresas; trabalho que requer baixo nível de esforço.	Hakel <i>et al.</i> (1970), Imada <i>et al.</i> (1980)
	maçantes; metódicos; rígidos; autoritários; e afastados.	Taylor e Dixon (1979)
	inflexíveis; desestimulantes; e orientados aos detalhes.	Hunt <i>et al.</i> (2004)
	homem pequeno; fraco; sem graça; franzindo a testa; de meia idade; calvo; avarento; inseguro; e socialmente retrógrado.	Cory (1992)
	rígidos, autômatos; não sociáveis; desprovidos de auto conhecimento; e desfuncionais.	Beard (1994)
	papel negativo e desagradável; desonesto; tímido; hesitante; deselegante; nerd; anti-social; incompetente; nos últimos anos a imagem tem passado de chato para a de "pouco profissional" e criminoso.	Smith e Briggs (1999) (baseando-se principalmente em 24 filmes elaborados entre 1954 e 1997).
	introvertidos e pouco sociáveis.	DeCoster and Rhode (1971) e Amernic <i>et al.</i> (1979)
	subserviente; tedioso; e inadequado socialmente.	Cory (1992), Holt (1994), Smith e Briggs (1999)
Vaivio e Kokko (2006)	estrito e inexpressivo; medíocre, técnicos independentes; coletor e transformador de informações simples, que enfatiza o passado; formal; suas responsabilidades são muito estreitas; não tem um conhecimento mais profundo do próprio negócio;	dos respectivos autores

	surpreendentemente chato; metódico; e conservador.	
	formais; acurados; e limitados na comunicação no que diz respeito ao mundo da contabilidade, se concentram na comunicação com o mundo externo por meio de relatórios.	Granlund e Lukka (1997)
	marcadores de pontos; contadores de feijões; segurança das organizações; e historiadores das organizações.	Siegel (1999)
	típico contador de feijões que se foca no próprio departamento em que atua e possui baixo conhecimento do negócio da empresa.	Järvenpää (2001)
	inflexíveis, passivos, não criativos; sem humor; invejosos; em muitos casos desmotivando os demais.	Hoffjan (2004)
Sugahara <i>et al.</i> (2006)	imagem de que não são bons em interagir ou comunicar com as pessoas; trabalhador rotineiro que pode ir para casa mais cedo; monótono; enfadonho; menores desafios; requer menor habilidade em resolução de problemas; percebido como de menor contribuição social e como tendo status social baixo; baixo padrão ético; trabalhando em uma posição menos poderosa nas organizações e com rendimentos inferiores aos profissionais de direito e medicina.	dos respectivos autores (baseado em estudo empírico que avalia a percepção de professores de ensino médio)
Diptyana e Djuwari (2007)	personalidade rígida; baixa capacidade de comunicação; nenhuma iniciativa, tímido; passivo; chato; não adequados para serem líderes; difícil para se socializar; dissimulados; cuidadosos, diligentes, metódicos, eficientes, fazem as coisas com cuidado; talentosos com matemática; detalhistas.	dos respectivos autores (baseado principalmente em estudo empírico com estudantes).
	homem; introvertido; cauteloso; metódico; sistemático; anti-social; e chato.	Parker (2000)
	preciso no detalhes; sem criatividade; não consegue encontrar novas idéias.	Maslow (1965), Aranya <i>et al.</i> (1989)
Schlee <i>et al.</i> (2007)	orientados aos detalhes e introvertidos; talentosos em matemática; não são percebidos como criativos, propensos em assumir riscos, mas são considerados organizados; mal avaliados em habilidades sociais, tais como orientação a pessoas; flexibilidade; comunicação e trabalho em equipe.	dos respectivos autores (baseado principalmente em estudo empírico com estudantes).

Felton <i>et al.</i> (2007)	pessoa mediana com um trabalho chato que leva uma vida pacata, tediosa, maçante; sóbrios; honestos; confiáveis; e íntegros.	dos respectivos autores (baseado principalmente na análise fatorial e longitudinal de 110 filmes, para 22 características pessoais e cinco fatores)
	covarde; maçante; inseguro; e socialmente retrógrados.	Cory (1992)
	dedicados e melhor educados que a média, porém usualmente subordinados.	Holt (1994)
	deselegante; nerd; anti-social; incompetente; e tortuoso.	Smith e Briggs (1999)
	estúpidos ou corruptos.	Australian CPA (2002)
	inflexíveis; passivos; não criativos; sem humor; invejosos; desassociado com a empresa.	Hoffjan (2004)
Azevedo <i>et al.</i> (2008)	não são percebidos como criativos, menos propensos a assumir riscos; menos ambiciosos; baixa orientação às pessoas; baixa dedicação aos estudos, dificuldade no trabalho em equipe, menos flexíveis, baixa liderança; organizados; e hábeis numericamente.	dos respectivos autores (baseado principalmente em estudo empírico com estudantes).
Baldvinsdottir <i>et al.</i> (2009)	objetivos; distantes emocionalmente; atenção aos detalhes; chato; desinteressante; e maçante.	dos respectivos autores
Hooper <i>et al.</i> (2009)	maçantes; chatos; introvertidos; tediosos; monótonos; estruturados; precisos; criam as pedras da estrada, mas não conseguem ver a grande perspectiva; mergulham nos números, mas não fornecem conselhos adequados; obsessivos controladores; e focado em controle de custos e medidas de desempenho.	dos respectivos autores
	mansos; impessoais; chatos; desinteressantes; independentes; conservadores; meticulosos; e sem imaginação.	Shakleton (1980)
	estruturado; preciso; maçante; e orientado pela conformidade às regras.	Byrne e Willis (2005)
Jeacle (2009)	maçante; aborrecedor; fiador dos ativos da empresa; companheiro de trabalho chato; e obsessivo por controles.	do respectivo autor
Carnegie e Napier (2010)	“tradeoff” entre a visão tradicional de serem chatos, não criativos e não comerciais, porém honestos, confiáveis e íntegros, contra a visão moderna de orientados para a eficiência empresarial, emocionantes e criativos, porém bajuladores, oportunistas e com desvios de caráter.	livros e jornais

Com base na análise de conteúdo das categorias criatividade, dedicação aos estudos, trabalho em equipe, comunicação, liderança, propensão ao risco e ética, procedeu-se a revisão de literatura mais específica dos estereótipos para esses conceitos.

2.2 Categorias de Análise

Em contraponto aos estereótipos levantados, tomando por base o pronunciamento do IFAC (1995), elaborou-se uma reordenação das orientações dessa prestigiosa federação em relação ao que demanda o mercado de trabalho e os objetivos educacionais desejados, em torno das sete categorias que são objetos dessa dissertação. Na Figura 2, para cada uma das sete variáveis elencou-se itens da proposta apresentada em IFAC (1995) evidenciando os objetivos educacionais propostos por essa entidade:

Figura 2 – Objetivos educacionais propostos pelo IFAC em torno das variáveis de análise

Em seguida, em torno das sete categorias que são objetos dessa dissertação, em contraponto ao que evidenciado como objetivos educacionais desejados pela academia e mercado (IFAC, 1995), detalharam-se os estereótipos comumente associados na literatura sobre o tema.

2.2.1 Criatividade

Maslow (1965) e Aranya *et al.* (1978) apontam para a idéia de que os contadores são percebidos como sendo precisos quando se tratam de detalhes, porém nem um pouco criativos e desprovidos da iniciativa de encontrar novas idéias e de estarem preparados para quando estas surgem no ambiente dos negócios. DeCoster e Rhode (1971) já evidenciavam que Abraham Maslow em 1961 rotulava os contadores como obcecados por pequenos detalhes, voltados para a tradição e sem qualquer criatividade. Para os autores, a imagem pública dos contadores é geralmente associada à limitada visão da contabilização, do contador como um guarda-livros que realiza um trabalho tedioso e desestimulante.

Para Bougen (1994), a imagem do contador como não criativo surge da junção de dois elementos. De um lado, o tipo de pessoa que é o contador e sua formação mecanicista, por outro lado, as tarefas de contabilidade com a redução da profissão no entendimento apenas das tarefas de contabilização e registro. Parker (2000) também aponta que o estereótipo comum ao contador é oposto à percepção de criatividade, uma vez que se relaciona com a manutenção metódica, conservadora e sistemática da forma de se trabalhar. Para Friedman e Lyne (2001) os contadores são ainda vistos como possuidores de uma mente limitada, que se concentram apenas nos custos e em visões de curto prazo, acabando por não compreender dessa forma o mundo dos negócios de forma mais ampla e não considerando alternativas para resoluções de problemas.

Hooper *et al.* (2009) afirmam que nos últimos 20 anos o contador é percebido como não imaginativo. Nas artes, Beard (1994) reforça essa percepção ao constatar que o cinema retrata os contadores como profundamente incapazes em imaginação. Nesse sentido, no cinema, de acordo com Dminik e Felton (2006), também é frequente a representação do contador como tudo aquilo que é oposto à personalidade criativa. Cory (1992) também comenta que os estereótipos dos contadores em romances e contos são usualmente caracterizados como chatos, desinteressantes, monótonos, sem criatividade, sombrios e sem expressão. Friedman e Lyne (2001) e Dminik e Felton (2006) apontam também para a possibilidade dos estereótipos negativos e a própria estrutura organizacional atuarem como repressores ao desenvolvimento

das habilidades de criatividade pelos contadores, em que o meio funcionaria como opressor ao desenvolvimento desses profissionais.

Para Saemann e Crooker (1999), os estereótipos do contador como sendo um chato e enfadonho contador de feijões desencoraja o interesse de indivíduos criativos antes que eles possam perceber a existência de outros elementos e características no ambiente da contabilidade que possam atraí-los para a profissão. Os autores conduziram dois estudos empíricos com estudantes, evidenciando que a percepção da contabilidade em termos de repetição e precisão desencoraja os alunos que atribuem maior importância para a criatividade.

De acordo com Sugahara e Boland (2006), enquanto os estudantes de contabilidade percebem a importância de habilidades de criatividade para a carreira contábil, os estudantes com outras formações percebem essa habilidade como relativamente insignificante para a carreira contábil. Nesse mesmo sentido, Albrecht e Sack (2000) alertaram para a existência de um desentendimento público e equivocado, em que as pessoas tendem a perceber as habilidades de criatividade como insignificantes para a carreira contábil.

Schlee *et al.* (2007) encontraram resultados similares em que estudantes de outros cursos nas áreas de negócios também percebem os estudantes de contabilidade como menos criativos. Em estudo comparado, realizado no Brasil, Azevedo *et al.* (2008) também confirmaram os achados, de estereótipos negativos para o fator criatividade por parte dos estudantes de outros cursos nas áreas de negócios.

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 tais professores percebem os contadores como possuindo menores desafios e requerendo menores habilidades para resolução de problemas, comparativamente com advogados, médicos e engenheiros. Estes professores apontam ainda que a contabilidade é vista como a profissão que menos contribui para a sociedade.

Saemann e Crooker (1999) advogam que mudanças no ambiente de negócios criam uma percebida necessidade de indivíduos mais criativos para a profissão de contabilidade. Como já citado, Myers (2002) entrevistou contadores que assumiram o cargo de *Chief Financial Officer* (CFO) e encontrou em estudo empírico com contadores que assumiram posições como altos executivos da área financeira que estes são cobrados em ser criativos e com elevadas

habilidades de comunicação, versatilidade e gestão. Esse argumento é reforçado por Bougen (1994), Smith e Briggs (1999) e Jeacle (2008) que mencionam a necessidade de profissionais com habilidades de criatividade, pensamento crítico e articulação das idéias para a atuação em empresas de auditoria.

No entanto, Saemann e Crooker (1999) evidenciam que estudantes de contabilidade e administração tendem a serem menos criativos dos que o geral da população de estudantes universitários. Albrecht e Sack (2000) salientam que os cursos de contabilidade geralmente voltam-se muito mais para a memorização de conteúdos e técnicas, tornando-se desinteressantes do ponto de vista criativo. Os autores dizem que a prática profissional tem sido muito inovadora, todavia a educação contábil não. Saemann e Crooker (1999) argumentam que enquanto mudanças na pedagogia podem ajudar os estudantes a desenvolverem pensamentos mais críticos e habilidades de criatividade, existe uma segunda tensão operando entre as necessidades dos estudantes e suas preferências de aprendizagem. Ocorre, na visão dos autores, que se a carreira não atrai estudantes com preferências de aprendizagem que se voltam para o pensamento crítico e o desenvolvimento de ações criativas, entra-se em um ciclo vicioso.

Em resumo, é proposta na Figura 3 uma tentativa de síntese dos estereótipos levantados na análise da literatura em torno das características de criatividade:

Figura 3 – Estereótipos relacionados com a variável “criatividade”

Salienta-se que a literatura específica sobre estereotipagem e percepção sobre os profissionais de contabilidade, no que se refere ao aspecto criatividade é bastante negativa e oposta aos ideais desejados por IFAC (1995).

2.2.2 Dedicção aos estudos

Hunt *et al.* (2004) apontam para o fato de que os estudantes de contabilidade nos Estados Unidos são amplamente reconhecidos como competentes em suas funções técnicas e em relação à dedicação aos estudos, todavia não são vistos como seres particularmente apresentáveis em suas funções sociais e humanas. Em outro estudo realizado nos Estados Unidos, Schlee *et al.* (2007) concluem que houve um consenso geral entre os estudantes de outras áreas em perceber os estudantes de contabilidade como muito estudiosos, confirmando o que também fora apontado por Hunt *et al.* (2004). No Japão, Sugahara e Boland (2006) apontam também para o consenso de que a percepção dos estudantes sobre os profissionais de contabilidade é a de elevado nível de estudo, principalmente levado em consideração que a

certificação profissional na área é percebida como um processo que demanda muito tempo, dedicação e esforço. Todavia, os autores apontam que os estudantes de outras áreas percebem a contabilidade, como um curso que requer uma menor qualificação e enfrenta maiores dificuldade nos processos de admissão no mercado de trabalho.

Ao contrário das evidências reportadas por Hunt *et al.* (2004), Schlee *et al.* (2007) e Sugahara e Boland (2006), em estudo realizado no Brasil, Azevedo *et al.* (2008) encontraram diferenças significativas entre as percepções dos estudantes de contabilidade e de estudantes de outros cursos na área de negócios, confirmando a existência de percepção externa negativa, em que os estudantes de contabilidade não são vistos como estudiosos pelos seus pares, estudantes de outros cursos relacionados a área de negócios. Na Figura 4, relacionam-se os estudos da revisão de literatura, referentes à variável “dedicação aos estudos” e as respectivas percepções associadas.

Figura 4 – Estereótipos relacionados com a variável “dedicação aos estudos”

Em resumo, referente às percepções sobre dedicação aos estudos, nota-se que a literatura internacional tende a caracterizar os profissionais de contabilidade de forma positiva, com exceção ao trabalho nacional realizado por Azevedo *et al.* (2008), em que os estudantes de contabilidade foram retratados como menos dedicados comparativamente com outros estudantes da área de negócios.

2.2.3 Trabalho em Equipe

DeCoster e Rhode (1971) apresentam a idéia de que os contadores são profissionais cooperativos na medida em que são, pela própria atividade que desempenham nas

organizações, forçados a interagir com outras áreas e departamentos das organizações, no entanto os mesmos autores e Hunt *et al.* (2003) apontam que os profissionais de contabilidade são no geral mais isolados e pouco sociáveis.

Diptyana e Djuwari (2007) reportam diferenças significativas entre alunos de contabilidade e de administração em relação à percepção de auditores, indicando que os alunos de administração percebem os auditores como possuidores de maiores dificuldades de socialização. Schlee *et al.* (2007) encontraram resultados similares em que estudantes de outros cursos nas áreas de negócios também percebem os estudantes de contabilidade como menos orientados a pessoas, como menos flexíveis e como piores em trabalhos em equipe. Em concordância, Azevedo *et al.* (2008) confirmaram esses achados no Brasil.

Noel *et al.* (2003) concluíram que os formados em contabilidade necessitam aprender a interagir com os colegas e clientes e desenvolver requisitos em habilidades sociais, para trabalhar em ambientes de trabalho em grupos e equipes. Os autores também evidenciaram que os estudantes de contabilidade indicaram possuir maiores dificuldades em avaliações e projetos em grupos e equipes. Sugahara e Bolland (2006) evidenciam em seu estudo empírico que os estudantes com outras formações que não em contabilidade percebem essa área como desfavorável para o desenvolvimento de habilidades de trabalho em equipe e deficiente em habilidades sociais. Na visão de 251 professores de colégios nos Estados Unidos, Japão e Nova Zelândia, em pesquisa realizada por Sugahara *et al.* (2006), a contabilidade é também percebida como uma profissão que requer menores habilidades de interação entre pessoas e trabalho em equipe, comparativamente com advogados e médicos, no entanto, melhor posicionada em relação aos engenheiros.

Cory (1992) também comenta que os estereótipos dos contadores na literatura, cinema e televisão são usualmente caracterizados como pobres em disposição, excessivamente conservadores e que se comportam socialmente de maneira retrógrada. A autora comenta ainda que os contadores em geral são retratados como indivíduos que não são convidados para eventos sociais, tampouco para atividades que necessitam de interações agradáveis e exibições de personalidades cativantes.

Para Beard (1994), no cinema não só é enfatizada a dificuldade de interação dos contadores com as demais pessoas, como também é frequente em matéria de relacionamentos, que o

contador seja percebido e retratado como um homem que é incapaz de formar relações de intimidade com mulheres.

Jeacle (2008) menciona que em trabalhos em grupo são frequentes os estereótipos para os contadores, quer seja como uma companhia enfadonha, ou de forma mais séria como desadaptado socialmente, ou ainda como um maníaco obsessivo por controles. A autora, analisando campanhas publicitárias de firmas de auditoria, constatou que é frequente observar temas em que os contadores são expostos ao trabalho em equipe e situações em que são vistos fora do ambiente de trabalho fazendo novos amigos, quer seja por imagens ou por depoimentos, em uma tentativa de atrair profissionais que valorizem de forma diferenciada a importância do convívio social e da interação e trabalho em equipes e grupos.

Na Figura 5, relacionam-se, em caráter de síntese alguns dos estudos da revisão de literatura, referentes à variável “trabalho em equipe” e as respectivas percepções associadas:

Figura 5– Estereótipos relacionados com a variável “trabalho em equipe”

Salienta-se que a literatura específica sobre estereotipagem e percepção sobre os profissionais de contabilidade, no que se refere ao aspecto trabalho em equipe, no geral é também bastante negativa e oposta aos ideais desejados por IFAC (1995), exceção feita ao trabalho de

DeCoster e Rhode (1971), que aponta para algumas situações em que o profissional de contabilidade desempenha papel cooperativo.

2.2.4 Comunicação

Por meio da análise de filmes, Holt (1994) também encontrou que a imagem dos contadores é geralmente percebida e expressa nessas mídias, como a de profissionais com falta de habilidades em comunicação. De modo similar, relatam Smith e Briggs (1999) que os contadores em geral são retratados no cinema e na ficção como desprovidos de habilidades de comunicação, ética e flexibilidade.

Na visão de 251 professores de colégios nos Estados Unidos, Japão e Nova Zelândia, em pesquisa realizada por Sugahara *et al.* (2006), a contabilidade é percebida, por esses profissionais do ensino, como uma profissão que requer menores habilidades de comunicação, comparativamente com advogados e médicos, no entanto, melhor posicionada em relação aos engenheiros.

De acordo com Sugahara e Boland (2006), enquanto os estudantes de contabilidade percebem a importância de habilidades de comunicação para a carreira contábil, os estudantes de outros cursos percebem essa habilidade como relativamente insignificante para a carreira contábil. Diptyana e Djuwari (2007) também reportam diferenças significativas entre alunos de contabilidade e de administração em relação à percepção de auditores, indicando que os alunos de administração percebem os auditores como possuidores de baixa habilidade de comunicação.

Schlee *et al.* (2007) encontraram resultados similares em que estudantes de outros cursos nas áreas de negócios também percebem os estudantes de contabilidade como menos habilidosos em comunicação nos Estados Unidos. Em estudo comparado, Azevedo *et al.* (2008) também confirmaram os achados no Brasil, de que a percepção externa dos estudantes de outros cursos na área de negócios é significativamente negativa para a habilidade de comunicação, em comparação a percepção dos próprios estudantes de contabilidade.

Sugahara e Boland (2006) expressam que os estudantes que possuem características e habilidades de comunicação, tais como as de apresentar, discutir e defender pontos de vista, sabendo ouvir e se expressar de forma efetiva, podem não se identificar com a carreira e

trabalhos próprios de um Contador Público Certificado⁷, em virtude das habilidades percebidas sobre os profissionais de contabilidade de forma geral. No entanto, os autores salientam que justamente a habilidade de comunicação é das mais importantes para a formação e atuação deste profissional. Bougen (1994), IFAC (1995), Smith e Briggs (1999) e Jeacle (2008) mencionam que as empresas, tais como as de auditoria necessitam de profissionais em contabilidade que possuam habilidades relacionadas com o desenvolvimento de pensamento crítico e clareza na articulação das idéias, do ponto de vista oral e escrito. Como já mencionado anteriormente, Myers (2002) aponta para o fato de que contadores que assumiram o cargo de *Chief Financial Officers* (CFO) são cobrados ao desenvolvimento de habilidades elevadas de comunicação. No entanto, Vaivio e Kokko (2006) comentam que os contadores são ainda percebidos como tendo limitadas capacidades de comunicação, em que a atividade de se comunicar com outras áreas e profissionais se concentra em relatórios escritos e em diálogos meramente técnico-funcionais.

A Figura 6 ilustra alguns dos estudos da revisão de literatura referentes à variável “comunicação” e os respectivos estereótipos associados:

⁷ CPA – *Certified Public Accountant*

Figura 6 – Estereótipos relacionados com a variável “comunicação”

Salienta-se que a literatura específica sobre estereotipagem e percepção sobre os profissionais de contabilidade, no que se refere ao aspecto comunicação é também bastante negativa e oposta aos ideais desejados por IFAC (1995).

2.2.5 Liderança

Hunt *et al.* (2004), em estudo empírico envolvendo 474 estudantes, sendo 71 de contabilidade, 43 em finanças, 78 em marketing, 76 em administração, 66 em sistemas de informações e 99 em outras formações não relacionadas com a área de negócios (como agricultura, direito, dentre outros), evidenciaram que os alunos de contabilidade não são percebidos como sendo admiráveis, emocionantes, versáteis ou fortes em suas capacidades de liderança. Particularmente para os atributos de liderança, os autores evidenciam que os alunos cursando habilitações em contabilidade possuem uma imagem própria muito distinta do que as demais áreas percebem este aluno em função de sua formação. Nesse sentido, Hunt *et al.* (2004) sugerem que se dê atenção especial para melhorar a imagem profissional dos

contadores, uma vez que, se estes são percebidos como desprovidos de capacidades de liderança, dificilmente conseguirão atrair estudantes com essas características para a área.

Schlee *et al.* (2007) e Azevedo *et al.* (2008) encontraram resultados similares em que estudantes de outros cursos nas áreas de negócios também percebem os estudantes de contabilidade como menos líderes. Analogamente, Diptyana e Djuwari (2007) também reportam diferenças significativas entre alunos de contabilidade e de administração em relação à percepção de auditores, indicando que os alunos de administração percebem os auditores como menos capacitados para atuarem como líderes.

No cinema, de acordo com Beard (1994), Bougen (1994) e Dminik e Felton (2006) também é frequente a representação do contador como tudo aquilo que é oposto à personalidade de um líder, em que na maioria das vezes o contador é representado como um ser submisso, fraco, passivo, incerto de si mesmo e evasivo em encontrar a vida, ou como “mansos cordeiros”, ou no outro extremo como autoritários.

Vaivio e Kokko (2006) comentam que os contadores são percebidos como profissionais que possuem limitadas capacidades de liderança, principalmente pelos estereótipos de que possuem visão muito estreita, limitadas noções da realidade para além do seu departamento, não sendo esperado que este conheça profundamente sobre atividade empresarial e a estratégia em si. Para Friedman e Lyne (2001), os estereótipos do “guarda-livros” e do “contador de feijões”, atribuído aos contadores e a área de contabilidade, faz com que esses profissionais sejam percebidos como insignificantes, sendo até mesmo alvo de risos e com baixa hierarquia organizacional.

Jeacle (2008), analisando campanhas publicitárias de firmas de auditoria, constatou que é frequente observar depoimentos de que os contadores antigamente eram vistos como profissionais desconsiderados como líderes, mas que atualmente são percebidos de forma positiva, como pessoas desbravadoras do negócio e das empresas, que estão no coração da atividade e ação empresarial. Friedman e Lyne (1995) salientam que a contabilidade passa por um processo recente de valorização, como linguagem do mundo dos negócios, em que o contador é visto como um executivo mais respeitado, profissional empreendedor, pró-ativo e capaz de controlar e gerenciar as diversas operações das empresas.

Na Figura 7, relacionam-se, em caráter de síntese, alguns dos estudos da revisão de literatura, referentes à variável “liderança” e as respectivas percepções associadas:

Figura 7 – Estereótipos relacionados com a variável “liderança”

Salienta-se que a literatura específica sobre estereotipagem e percepção sobre os profissionais de contabilidade, no que se refere ao aspecto liderança é também, no geral, bastante negativa e oposta aos ideais desejados por IFAC (1995). As visões positivas para esse atributo foram descritas por Friedman e Lyne (2001) e Jeacle (2009) associadas principalmente com a ideia de executivo empreendedor e de visão, capaz de controlar e gerir as operações das organizações.

2.2.6 Propensão ao Risco

Hunt *et al.* (2004), em estudo empírico envolvendo 474 estudantes, já mencionado, encontraram também as piores percepções em relação à propensão ao risco para alunos de contabilidade e finanças. Schlee *et al.* (2007) e Azevedo *et al.* (2008) encontraram resultados

similares em que estudantes de outros cursos nas áreas de negócios também percebem os estudantes de contabilidade como menos propensos a riscos.

Smith e Briggs (1999) analisaram um conjunto de propagandas e campanhas publicitárias em torno dos profissionais de contabilidade, com mudanças na projeção da imagem da carreira ao longo do tempo. Os autores dividiram as propagandas em períodos, encontrando que nas décadas de 70 e 80 a imagem dos contadores era construída de forma a expressar um indivíduo racional, responsável e avesso ao risco. Já na década de 90, os contadores eram apresentados como sujeitos instruídos para a ação, comedidos, assumindo riscos controlados, em campanhas que enfatizavam mudanças associadas principalmente com a adoção de sistemas de informações. Atualmente, na análise conduzida por Smith e Briggs (1999), os contadores são retratados nas campanhas publicitárias como seres hedonistas, evidenciando uma mudança geral em aspectos sociais em um hiper modernismo, onde os profissionais de contabilidade são retratados fora do ambiente empresarial, se comportando de forma bastante ousada e progressista.

Friedman e Lyne (2001) apontam para um dilema interessante, em que a percepção dos contadores como humildes e tediosos guarda-livros ou tesoureiros tem sido agraciada com características gerenciais e executivas, contando com visões mais empreendedoras e características de pró-atividade, propensão ao risco e criatividade. No entanto, parece na visão dos autores que esta mudança de imagem vem também associada com a perda na confiança, em que a criatividade implica em decepção e na visão de manipulação das informações e demonstrativos contábeis. Essa questão também é abordada por Bougen (1994) quando salienta que a contabilidade lida com tarefas muito sensíveis em termos de acumulação e alocação de custos, além de mensurar o desempenho e salários dos indivíduos. Como salientam Smith e Briggs (1999), pode ser perigoso para os contadores em subitamente serem reconhecidos como extravagantes e propensos ao risco, uma vez que esta percepção pode conflitar diretamente com a idéia de que estes são prudentes e conservadores. Nessa perspectiva, o contador pode preferir ser visto como rotineiro, conservador, enfadonho e avesso ao risco, ao contrário de um profissional que assume riscos desproporcionais e de forma irresponsável. No entanto, os mesmos autores reconhecem que sem ação não existem heróis e que se a contabilidade fugir das situações de risco acabará relegada a uma segunda classe de profissões.

Apresenta-se na Figura 8, a síntese de alguns dos estudos da revisão de literatura, referentes à variável “propensão ao risco” e as respectivas percepções associadas:

Figura 8 – Estereótipos relacionados com a variável “propensão ao risco”

Salienta-se que para o aspecto propensão ao risco, a percepção é bastante variada, talvez até por carência de uma melhor definição do conceito, em que a idéia de conformismo e conservadorismo pode justificar uma percepção de profissional que arrisca menos, sendo mais avesso ao risco, em contraponto com a idéia de um executivo que assume posições de liderança e riscos, na medida em que possui características de empreendedorismo. Para IFAC (1995), de toda forma o profissional deve assumir riscos na profissão e exercer julgamentos, para que de fato seja ativo em sua carreira e profissão, bem como valorizado pelo mercado de trabalho. Parte dessa análise de risco deve ser feita em conjunto com a percepção das responsabilidades frente aos riscos assumidos e uma análise da percepção sobre ética profissional, o que foi reservado debate para o item a seguir.

2.2.7 Ética

Holt (1994) e Smith e Briggs (1999) também 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 volta 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 e Rhode (1971), Bougen (1994), Friedman e Lyne (2001), Dminik e Felton (2006) e Felton *et al.* (2007). Para Bougen (1994) os profissionais de contabilidade em vários filmes são retratados como bastante comprometidos com a confidencialidade dentro do ambiente empresarial.

Felton *et al.* (2007) realizaram uma pesquisa envolvendo a análise fatorial de 110 filmes em que contadores eram retratados, analisando a base ética dos personagens, o comportamento ético e seus valores. Estes 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 retratados como atraentes e aventureiros em espaços externos, tais como encontros de confraternização, campo e outras situações em ambientes externos e de lazer, corroborando com o evidenciado por Smith e Briggs (1999) em uma visão do contador hedonista. Jeacle (2008) também relata similaridades ao analisar

campanhas publicitárias de firmas de auditoria, constatando que as propagandas adotam temas que envolvam fazer novos amigos no ambiente de trabalho e fora dele, realizar atividades divertidas e o uso de cenários e ambientes exóticos que não remetem as visões tradicionais de empresa.

Para Felton *et al.* (2007) após os eventos relacionados com o escândalo da Arthur Andersen, os contadores estão especialmente preocupados com comportamentos antiéticos e o impacto da ação de alguns indivíduos neste sentido, em relação à imagem da profissão como um todo. O trabalho de Belski *et al.* (2003) foi provavelmente o pioneiro a avaliar o impacto de escândalos como o caso Enron na percepção pública sobre os profissionais de contabilidade. Os autores em seu estudo exploratório sugerem que a percepção pública sobre os profissionais de contabilidade não se alterou significativamente no pós-Enron, uma vez que o prestígio da profissão já era baixo antes mesmo dos escândalos. Para os autores, independente desses eventos, os educadores e os profissionais enfrentam o desafio de reposicionar a profissão de uma forma mais positiva, com a finalidade de recuperar a confiança do público em relação à profissão. Os resultados de Belski *et al.* (2003) contradizem grande parte da literatura sobre o assunto, pois apontam para evidências de os alunos da área de negócios classificam o prestígio da profissão significativamente pior do que o público em geral atribui, surpreendendo também pelo fato que os próprios estudantes de contabilidade atribuem baixo prestígio a profissão. Na visão de Francisco *et al.* (2003), dado que os estereótipos negativos oriundos dos noticiários e jornais também envolvem a percepção de uma carreira que se volta para práticas antiéticas, a área pode contar com uma barreira adicional para a seleção de estudantes comprometidos com valores éticos e com o fortalecimento da classe profissional.

Bougen (1994) diz que a criatividade do contador em geral passou a ser associada e percebida como uma maleabilidade, que é testada ao limite para aumentar os lucros das demonstrações contábeis da companhia que necessitam de uma “cirurgia e cosméticos”. Friedman e Lyne (2001) também apontam para uma mudança que pode ser nociva aos contadores, que passam a ter seu estereótipo melhorado em relação à criatividade, mas com possível detrimento para um empreendedorismo desonesto. Carnegie e Napier (2010) apontam também para esse “*trade-off*”, em que na visão tradicional os contadores sofrem do estereótipo de serem chatos, não criativos e não comerciais, no entanto gozam dos privilégios dos estereótipos positivos de serem confiáveis, honestos e íntegros. Já na visão moderna, os contadores são vistos como orientados e focados para os negócios, mais emocionantes e criativos, no entanto sofrem com os estereótipos de atuarem como bajuladores dos clientes e flexíveis demais, oportunistas e

com desvios de caráter. A Figura 9 evidencia esse dilema, em representação gráfica própria ao meio contábil, em que também é enfatizada a diferença entre o atendimento dos objetivos de servir ao interesse público, como sendo uma proposta primária do contador dito tradicional, em contraposição ao estereótipo do profissional moderno da área de negócios, que visa primariamente adicionar valor aos clientes.

Figura 9 – Trade-off entre criatividade e ética contábil nas visões tradicionais e moderna

FONTE: Adaptado de Carnegie e Napier (2010)

Seguindo a apresentação dos outros temas, a Figura 10 propõe a síntese de alguns dos estudos da revisão de literatura, referentes à variável “ética” e os respectivos estereótipos associados:

Figura 10 – Estereótipos relacionados com a variável “ética”

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. 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.* (2003). Para estudar este fenômeno realizou-se uma abordagem de entrevista por meio de fotoquestionário, com protocolo adaptado da proposta de Dempsey e Tucker (1991). Esse procedimento permite identificar fatores que afetam a percepção sobre os profissionais de contabilidade e debater algumas implicações para a área de educação em contabilidade e de desenvolvimento de carreira.

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 em separado. Este 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. Para Hurworth (2003), a foto-entrevista é uma técnica que pode ser utilizada em qualquer estágio de pesquisa, proporcionando um meio para a aproximação ao contexto de um problema e servindo de ponte entre realidades físicas e realidades psicológicas.

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. Ocorre, explicam os autores, que 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. Assim sendo, as imagens despertam tanto as diferenças quanto as semelhanças das percepções individuais que podem ser validadas e analisadas por meio de grupos de especialistas.

Em consonância, Hurworth (2003) menciona que a foto-entrevista, nas suas diversas modalidades, pode ser uma ferramenta particularmente poderosa para o pesquisador. Ela pode desafiar os participantes, proporcionando nuances, acionando memórias, conduzindo a novas

perspectivas e explicações, e ajudando a evitar interpretações equivocadas por parte do pesquisador.

Considerando a limitação dos estudos feitos até então sobre estereotipagem e percepção sobre os contadores, nos quais não foram encontrados estudos anteriores na área de contabilidade que se utilizassem da técnica de fotoquestionário como uma abordagem metodológica, adota-se no presente estudo uma adaptação do procedimento metodológico sugerido por Dempsey e Tucker (1991) para contribuir também com esta finalidade. Dessa forma, objetiva-se também vincular a forma com a essência do estudo, em que a primeira serve de ponte no entendimento da percepção da sociedade em relação aos profissionais de contabilidade, podendo ser observada e capturada não somente com aspectos verbais, mas também por meio de imagens.

Para Hurworth (2003), a técnica de foto-entrevista proporciona entrevistas mais detalhadas do que as entrevistas verbais. Essas promovem a extensão e formam um núcleo para melhorar a colaboração, sendo uma abordagem característica de pesquisas mais participativas e que se tornam preferível para muitos respondentes quando comparadas com as entrevistas convencionais.

Segundo Dempsey e Tucker (1991), é importante notar ainda que a utilização de imagens é bastante versátil para a realização de triangulações metodológicas. Hurworth (2003) salienta que a técnica de foto-entrevista permite a combinação de linguagens visual e verbal, fornecendo um componente de triangulação múltipla de métodos para melhorar o rigor da pesquisa, auxiliando na construção de confiança na coleta dos dados e na estrutura de entrelaçamento e percepção das realidades observadas.

Considera-se para esta pesquisa a utilização da abordagem de fotoquestionários, adaptada em relação ao protocolo sugerido por Dempsey e Tucker (1991), uma vez que os respondentes nas ruas foram expostos a desenhos no lugar de fotografias. Dada a complexidade de encontrar fotos que reúnam e concentrem os estereótipos levantados na revisão de literatura, optou-se por adaptar a estratégia sugerida por Dempsey e Tucker (1991), com a utilização de desenhos no lugar de fotos tradicionais, para a construção do questionário visual. Nesse sentido, os desenhos apresentam a vantagem de poderem ser construídos em dois extremos de significação, tendo parte deles na expressão dos estereótipos negativos pesquisados, enquanto que outros na expressão dos estereótipos positivos pesquisados na literatura, ou ainda na idéia

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, onde 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

Segundo Dempsey e Tucker (1991), a proposta para essa etapa é clarificar o objetivo da pesquisa, as questões e abordagens para o estudo. Este item foi descrito no capítulo 1 da presente dissertação e permeia toda a condução desta pesquisa.

3.2 Preparar a abordagem de coleta de dados

A proposta desta etapa é estabelecer os parâmetros de conteúdo para a elaboração das imagens. Segundo Dempsey e Tucker (1991), uma tarefa adicional é a de decidir a frequência

dos parâmetros e a extensão do estudo. Depois da análise contextual, descrita nos capítulos 1 e 2 da presente dissertação, decidiu-se por concentrar-se em sete categorias relacionadas à prévia revisão da literatura, a saber: criatividade, dedicação aos estudos, trabalho em equipe, comunicação, liderança, propensão ao risco e ética.

Para Dempsey e Tucker (1991), de uma perspectiva, é importante que os fotógrafos funcionem como coletores de dados extremamente abertos e receptivos ao "imprevisto" no ambiente em que trabalham. Por outro lado, também é importante que os fotógrafos tenham uma perspectiva e capturem propositamente o "intencionado" em seu inquérito. Os temas são definidos, mas o fotógrafo é livre para interpretar de inúmeras maneiras. De maneira análoga, é importante que o cartunista esteja extremamente aberto e receptivo ao "imprevisto", das propostas feitas pelos grupos de validação. E de outro lado, também é importante que o cartunista se mantenha em uma perspectiva e capture o "intencionado", retratando os sete tópicos observados, em suas duas dimensões de gênero e na positividade, neutralidade e negatividade dos estereótipos mencionados pelos participantes e presentes na revisão de literatura.

Ressalta-se que, o sucesso desta etapa depende de uma consistente revisão da literatura, o que para a finalidade deste trabalho foi já descrito no capítulo 2 e também acaba por permear toda a condução desta pesquisa. Em seguida, como parte do método, as etapas de elaboração dos mapas cognitivos e da análise de conteúdo serão conceituadas e detalhadas.

3.3 Mapa Cognitivo

Segundo Vergara (2005, p. 142), "os mapas são representações gráficas que fornecem um quadro de referência acerca de localizações". A expressão mapa mental, também conhecido como mapa cognitivo, tem sua origem, segundo Vergara (2005), na área de psicologia com os estudos de E. Tolman sobre aprendizagem e orientação de ratos em labirintos.

Para a elaboração de um primeiro mapa cognitivo foram considerados inicialmente 23 artigos, tratando percepção e estereótipos na área de contabilidade. Para elaborar tal mapa, procedeu-se a análise interna das referências bibliográficas destes 23 artigos, com a finalidade de expandir a plataforma teórica desta dissertação em estudos sobre o tema.

Estes artigos foram relacionados entre si, em desenho manual, em função das citações, possibilitando a visualização dos trabalhos de maior influência (os mais citados), a cronologia das citações e os artigos ainda pouco explorados.

Outras pesquisas foram conduzidas para ampliar a plataforma teórica e localizar os artigos mencionados, gerando um segundo mapa cognitivo também desenhado manualmente. Nesse segundo mapa 79 trabalhos foram expostos em diagramas e conectados em setas levando em consideração as relações de citação (autor citante e autor citado). Pesquisas adicionais, em seguida foram realizadas e alguns cortes foram efetuados em função da indisponibilidade do texto integral para leitura, ou pela baixa relevância do texto para a finalidade deste estudo após a leitura do material, ou ainda, por consolidar artigos semelhantes que foram apresentados em congressos e posteriormente publicados em revistas científicas. Para este último caso procedeu-se a leitura de ambos para identificar eventuais diferenças nos textos e no geral adotou-se a utilização do artigo mais recente e atualizado.

Além disso, outras pesquisas foram conduzidas na tentativa de localizar eventuais artigos recém publicados, atualizando a lista de referências. Um terceiro mapa foi desenhado manualmente contando com 52 trabalhos de referências para a plataforma teórica. Em seguida, esse mapa foi digitalizado com a utilização do software ConceptDraw®, como ilustrado na Figura 11, que identifica as bases da revisão de literatura presentes nesse trabalho, organizadas levando em consideração a linha do tempo da publicação e a relação entre autores citados e citantes. A forma gráfica adotada contribuiu na visualização, delimitação e saturação dos principais estudos sobre o assunto, bem como na identificação de outros possíveis estudos relevantes para fortalecer a revisão teórica. Esse mapa além de apresentar a interconexão dos autores permite uma visualização dos trabalhos mais citados, representados pelo círculo e os trabalhos que mais citam outros autores desse grupo, representados graficamente na Figura 11 pela adoção de setas.

Figura 11 – Mapa cognitivo da revisão da literatura

Com base no mapa cognitivo apresentado, para organizar a síntese da literatura em torno do tema percepção e estereótipos dos contadores e da contabilidade, adotaram-se os procedimentos da análise de conteúdo, com a finalidade de depurar os estereótipos já mencionados na teoria e em estudos anteriores.

3.4 Análise de Conteúdo

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, quando em 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 em marcação de cor amarela quando referentes a citações que servem de argumento da dissertação e em cor vermelha quando diretamente evidenciava estereótipos relacionados com o contador ou a área de contabilidade. As marcações nos textos foram verificadas por uma segunda pessoa em leitura independente⁸.

A grade de análise para os estereótipos levantados (marcação em vermelho), segundo Bardin (1977), pode ser definida como uma grade aberta, pois os estereótipos foram coletados conforme surgiram ao pesquisador em leitura, sem a presença prévia de categorias de análise. Adotou-se tal procedimento visando futura triangulação com a técnica de evocação de palavras, também utilizada no grupo de foco e na pesquisa de campo, como forma de vinculação da teoria e do estudo empírico que realizado.

No entanto, tendo em vista as características de objetividade e viabilidade de um estudo científico, adotou-se também a análise de conteúdo em grade fechada, para as citações em amarelo, que em uma segunda etapa foram etiquetadas nas sete categorias deste estudo para corroborar com a formulação das hipóteses e da análise dos resultados. Segundo Bardin (1977), a grade fechada se caracteriza pela definição preliminar das categorias pertinentes ao objetivo da pesquisa e, assim, procede-se com a identificação, no material selecionado, dos elementos a serem integrados na revisão de literatura.

Conforme detalhado, após pesquisa preliminar dos estudos sobre o assunto adotou-se a análise das referências bibliográficas contidas nestes mesmos trabalhos levantados. Essa análise possibilitou a criação do mapa cognitivo da Figura 11 e o levantamento dos estereótipos já citados nessa literatura. A combinação desta tabela de estereótipos e do mapa cognitivo criado contribui pelo menos em dois avanços significativos. Primeiro, contribui na delimitação e saturação dos principais estudos sobre o assunto e segundo, para identificar outros possíveis estudos relevantes e fortalecer a revisão teórica. A Figura 12 ilustra a relação entre o método com os capítulos anteriores, na identificação das questões de suporte e de perspectiva da pesquisa para definição do problema, tese e hipóteses, bem como na

⁸ O autor agradece mais uma vez a assistente de pesquisa Mônica He Sun Lee pela cuidadosa leitura e revisão dos textos, das marcações da análise de conteúdo e dos mapas cognitivos.

construção da revisão de literatura apoiada pela fundamentação teórica, pela análise das referências e levantamento dos estereótipos da revisão feita.

Figura 12 – Método e inter-relacionamento entre os capítulos iniciais.

Tendo uma vez fundamentado os estereótipos presente na literatura específica sobre profissionais de contabilidade, bem como caracterizado a teoria de sustentação, procedeu-se a fase de elaboração e validação dos desenhos constituintes ao instrumento de pesquisa.

3.5 Elaboração e validação dos desenhos

Com base na etapa anterior a proposta desta etapa é a de obter os dados visuais que descrevem o contador e a contabilidade, de modo a construir os desenhos de base para o fotoquestionário adaptado. Os desenhos foram criados por um cartunista profissional contratado⁹ especialmente para criar a base do instrumento, a partir das percepções levantadas pela revisão da literatura e a validação por grupos de foco. Os grupos de foco também forneceram palavras evocadas e complementando sentenças, seguindo uma entrevista estruturada (GALL *et al.*, 2003). Na visão de Williams e Katz (2001), em termos gerais, um grupo de foco é definido como uma pequena reunião de indivíduos que possuem interesses ou características comuns, reunidos por um moderador, que usa o grupo e suas interações como forma de obter informações sobre um determinado assunto.

⁹ O autor agradece mais uma vez o artista Alexandre Ostan por todo seu profissionalismo na construção dos desenhos dessa pesquisa.

A entrevista em grupo focal envolve, em termos mais práticos, segundo Gall *et al.* (2003), endereçar questões para um grupo de indivíduos que foram reunidos com um propósito específico. Os indivíduos são selecionados por serem bem informados sobre o assunto e, seguindo as recomendações de Gall *et al.* (2003), adotam-se entre 7 a 10 participantes por sessão. Esta medida, segundo os referidos autores, é ideal, pois encoraja uma variedade de pontos de vista, mas não é um número também tão grande, em que alguns dos indivíduos não tenham oportunidade de se expressar.

Como notam Kruger e Casey (2000), o objetivo do grupo de foco é promover uma atmosfera confortável em que um conjunto de informações possa ser expresso e evidenciado, no qual as pessoas possam compartilhar suas idéias, experiências e atitudes sobre um tópico. Os participantes influenciam e são influenciados, enquanto os pesquisadores desempenham vários papéis, incluindo o de moderador, ouvinte, observador e eventualmente analista indutivo.

Para Glitz (1998), como método o grupo de foco baseia-se em duas premissas fundamentais. A primeira é a de que os indivíduos podem fornecer rica fonte de informações sobre um tópico. A segunda é que as respostas coletivas e individuais incentivadas pela criação do grupo de foco geram materiais diferentes de outros métodos. Segundo Gall *et al.* (2003, p. 238), “[...] pesquisadores qualitativos têm se interessado na realização de grupos de foco por terem descoberto que a interação entre os participantes estimula a expressão de sentimentos, percepções e crenças.”.

Michell (1998) destaca que a utilização de grupos de foco com entrevistas permite gerar estruturas e tipos de dados diferentes, sugerindo que a aplicação combinada destes métodos permite uma compressão mais detalhada de seu tema de pesquisa. Williams e Katz (2001) afirmam que:

Os investigadores ou educadores, que desejam enriquecer os resultados das entrevistas ou questionários podem conseguir uma grande quantidade de informações a partir das mesmas perguntas dentro de um ambiente de grupo de foco. Além disso, grupos de foco podem ser de enorme valor, se os pesquisadores estão tentando gerar novas hipóteses, estudando a relevância de conceitos particulares, ou compreender novas perspectivas na visão de grupos.

Outra característica apontada por Gall *et al.* (2003) é que a técnica de grupo de foco diminui a colocação dos entrevistadores no papel diretivo, fazendo com que estes iniciem

questionamentos, mas permitindo que os participantes assumam maior responsabilidade na expressão de seus pontos de vista e na aproximação de uma visão dos demais no grupo.

Para a sessão do grupo de especialistas em contabilidade, planejou-se a presença de 8 participantes distribuídos equilibradamente em gênero, (4 participantes do gênero feminino e 4 participantes do gênero masculino), em idade e que representem variados campos de atuação profissional em contabilidade.

Apesar das limitações oriundas da escolha de participantes que atuam apenas em ramos da contabilidade para o grupo de foco, uma vez que estes podem não representar exatamente o universo da percepção pública da etapa de pesquisa de campo, assume-se que estes profissionais de contabilidade oferecerão maiores subsídios, na condição de especialistas, com contribuições mais profundas e relevantes para a elaboração das imagens pelo cartunista, comparativamente com a população geral. São também estes os profissionais representantes da classe interessada, uma vez que são supostamente os alvos dos estereótipos, sejam estes positivos, neutros ou negativos. O Quadro 2 resume a configuração do grupo de especialistas em contabilidade utilizados para a validação dos desenhos.

Quadro 2 – Detalhamento das características do grupo de foco

Item	Forma de condução
Tamanho do Grupo	8 Participantes
Características do Grupo	4 participantes de cada gênero. 4 participantes abaixo de 30 anos e 4 acima de 30 anos. Representantes de variados campos de atuação profissional em contabilidade.
Contexto de participação e duração das sessões	A validação se deu em 4 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.
Moderador	O moderador possui experiência didática e fez as anotações também com auxílio de trocas de emails, em que os participantes registraram por escrito as palavras evocadas e as sugestões pensadas após debate.
Roteiro de entrevista	O roteiro de entrevista foi constituído basicamente por duas perguntas para cada uma das sete categorias: levando os participantes a pensar os estereótipos positivos e negativos do contador em cada uma das categorias ¹⁰ .
Registro da sessão	A sessão foi registrada por meio eletrônico, com a

¹⁰ Ver Apêndice 1 - Protocolo das questões para o grupo de foco

	finalidade de análise das palavras evocadas.
Consentimento na participação	Foi solicitada a autorização para utilização das respostas dos participantes e o consentimento explícito desses na participação, preservando a confidencialidade dos seus nomes.
Recompensa aos participantes	Foi oferecido um souvenir de Istanbul, Turquia para recompensar a participação dos respondentes.

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 as hipóteses levantadas.

Para validação e ajustes dos desenhos utilizados na pesquisa de campo foi demandado ao grupo de foco que também evocassem palavras relacionando-as aos sete atributos desta pesquisa, conforme questões do Apêndice 1. As palavras evocadas por esse grupo de foco são expressas no Quadro 3 abaixo:

Quadro 3 – Detalhamento das palavras evocadas pelo grupo de foco de validação.

Categoria de análise	Positivo	Negativo
Criatividade	análises; cenários; comparação; curiosidade; dinâmico; ética; inovação; inspiração; inteligente; interesse; mudança; novos tratamentos contábeis para registros já existentes; participação; proatividade; projeção; quebra de premissas; questionamento; relatórios; resolve problemas; e versátil.	aceitação; acomodação; avesso à risco; comodidade; conformismo; convivência; inércia; mal profissional; manipulação dos registros contábeis; medo; mesmice; normas; receio; e regras.
Dedicação aos estudos	amadurecimento; crescimento; dedicado; desafio; desenvolvimento; disciplina; foco; lógica; necessita de atualização constante para execução do seu trabalho; números; potencialização; e responsável.	decorar; desinteresse; desmotivação; ignorância; imaturidade; lê pouco e escreve mal; pouco preparado para exercer a função; preguiça; profissional que trabalha muito e não tem tempo para retornar ao mundo acadêmico; e relapso.

Trabalho em equipe	compreensivo; engajamento; lógico; proatividade; profissional com visão; que compartilha e produz informações; respeito; se adapta facilmente ao trabalho em equipe; senso de pertencer; sinergia; e tolerância.	baixa auto-estima; conservador; falta de visão; indecisão; insegurança; introversão; não delega funções; percepção de que pertence às ciências; exatas e não sabe se relacionar com seus pares; submissão; e técnico.
Comunicação	capacidade de produzir informações; conhecimento; convicção; dados e fatos; demonstrações; experiência; lógica; padrão; preocupado em resolver problemas; preparo; e segurança.	corrupção; "empurra o problema para frente"; imprevistos; improvisos; incertezas; informação manipulada; insider; interferência; introversão; omissão; profissional sem "jogo de cintura"; ruído; simulação de números; e técnico.
Liderança	aconselhamento; comandar equipe de forma eficiente; comprometimento; desafios; guia; líder; motivador; orientação; percepção; quer ver o grupo unido; referência; e tímido.	arrogância; indiferença; insensibilidade; introvertido; "medo de perder o posto"; "não colabora para o resultado da equipe"; "não demonstra o caminho a seguir"; não possui liderança; omissão; prepotência; profissional que não quer ver o grupo crescer; técnico.
Propensão ao risco	adoção de novas práticas contábeis; arrojado; auxiliar a empresa na busca de novos meios de financiamento; caixa; conhecimento; coragem; crescimento; desafio; ético; experiência; otimista; projeção; segurança; tesouraria; trade off (custo de oportunidade); um dos profissionais mais responsáveis no mundo empresarial.	alto risco; aventureiro; comodidade; competência; conservador; falta de conhecimento; indecisão; normas; regras; e tomar decisões que prejudiquem a empresa.
Ética	cauteloso; código de conduta; coerente; comprometimento; dever; honesto; leis; manter os registros contábeis fidedignos as transações representadas; normas; padrões; profissionalismo; prudente; regras; reservado; e responsabilidade.	ambição excessiva; anti-ético; brechas; conflito de agência; corrupção; desonesto; imprudente; interesse próprio; má fé; manipulação; e tributos.

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 – GETEC¹¹, em uma rodada de comentários sobre as imagens. Todas as imagens foram projetadas em um telão e receberam críticas e contribuições, durante uma apresentação que contou com as seguintes características:

Quadro 4 – Detalhamento das características do grupo de foco - GETEC

Item	Forma de condução
Tamanho do Grupo	11 participantes.
Características do Grupo	5 participantes do gênero feminino e 5 participantes do gênero masculino. 2 docentes e 9 discentes (mestrandos e doutorandos) da área de Educação e Pesquisa em Contabilidade.
Contexto de participação	Os participantes foram dispostos em uma sala ampla, com liberdade de expressão. As cadeiras estavam dispostas em formato de “U” em torno dos slides apresentados.
Duração da sessão	A sessão teve duração média de 25 minutos, após reunião semanal do GETEC, realizada no dia 1 de junho de 2010.
Moderador	A sessão foi assistida pelo Prof. Dr. Edgard B. Cornachione Jr, orientador dessa dissertação e coordenador do grupo e pela Prof. Dra. Silvia Pereira de Castro Casa Nova.
Roteiro de entrevista	O roteiro de entrevista foi constituído basicamente por duas perguntas para cada uma das sete categorias: levando os participantes a pensar os estereótipos positivos e negativos, como validação adicional aos desenhos criados pelo artista ¹² .
Registro da sessão	A sessão foi registrada, com a finalidade de reportar ao artista as contribuições e mudanças sugeridas.
Consentimento na participação	Foi solicitado o consentimento explícito dos participantes na sessão e autorização dos professores para utilização da reunião do GETEC, como fórum para esse grupo de foco, preservando a confidencialidade dos demais participantes.
Recompensa aos participantes	Estava à disposição café, chá, água e bolachas aos participantes durante toda a reunião do GETEC e sessão desse grupo de foco.

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

¹¹ O Grupo de Estudos de Tecnologia da Educação na Contabilidade – GETEC, (<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=0067602L2C5FMW>) é um grupo coordenado pelos professores Edgard B. Cornachione Jr. e Silvia Pereira de Castro Casa Nova, que tem por finalidade a integração com a linha de pesquisa do Departamento de Contabilidade e Atuária da FEA/USP: "Pesquisa e Ensino em Contabilidade, propiciando um ambiente para desenvolvimento de pesquisas de graduação e pós-graduação com a geração de trabalhos, artigos e soluções aplicadas relativas às tecnologias educacionais e suas aplicações no ensino de contabilidade.

¹² Ver Apêndice 1 - Protocolo das questões para o grupo de foco

especialistas em contabilidade por meio eletrônico, e como essas foram aprovadas em unanimidade, foram tidas como finalizadas para uso em campo na pesquisa.

3.6 Organizar e rotular os desenhos

A proposta dessa etapa é organizar as imagens que foram base para a construção do instrumento de pesquisa. Dessa forma 30 desenhos foram elaborados pelo artista contratado (14 positivos, 14 negativos e 2 neutros¹³), conforme Figura 13:

Figura 13 – Ilustrações definitivas utilizadas na pesquisa.
FONTE: Elaboradas pelo autor e pelo artista Alexandre Ostan.

¹³ Os dois desenhos neutros serão repetidos para todas as sete categorias.

Os sete tópicos observados foram organizados para as duas dimensões de gênero, levando em consideração a positividade, neutralidade e negatividade dos estereótipos retratados. Em seguida os 30 desenhos elaborados foram dispostos em 6 imagens por pôster para possibilitar o trabalho de coleta de dados em campo. Para cada pôster foi adicionado o nome da categoria de pesquisa para melhor contextualizar o objeto de análise ao respondente nas ruas, conforme o exemplo abaixo para o pôster da categoria “liderança”.

Figura 14 – Exemplo do pôster para a categoria liderança.
FONTE: Elaborado pelo autor e pelo artista Alexandre Ostan.

Para Dempsey e Tucker (1991), depois que as fotos são rotuladas, os pesquisadores possuem condição de ter uma visão ampla dos dados. Essa etapa torna-se importante, também, como esforço para equilibrar a interpretação das percepções invocadas dos entrevistados e dos coletores dos dados. Finalizada esta etapa, as imagens foram organizadas de tal sorte a corresponder aos sete tópicos objetos de análise, em sete respectivos pôsteres, como ilustrado na figura 15.

Figura 15 – Disposição dos desenhos e pôsteres

Tendo as imagens validadas e rotuladas nos respectivos pôsteres, como ilustrado na figura 15, procedeu-se com a preparação do protocolo para aplicação desse material na fase de pesquisa de campo.

3.7 Preparar o protocolo

A proposta desta etapa é detalhar o protocolo para a coleta dos dados em campo, que foi controlado por um formulário¹⁴ em prancheta com questões básicas de gênero, formação e escolaridade. Para os sete pôsteres com as imagens o respondente foi convidado a reagir aos sete temas expostos nos desenhos, relacionando-os com os profissionais de contabilidade¹⁵. Cada respondente nas ruas escolheu dentre seis imagens para cada uma das sete categorias apresentadas em um pôster e posteriormente evocou uma palavra para cada categoria associada com a percepção sobre os profissionais de contabilidade, seguindo um roteiro previamente estabelecido¹⁶.

3.7.1 Seleção dos respondentes

Para esta finalidade adotou-se o método da amostragem sistemática, que conforme Gall *et al.* (2003, p.173), “[...] 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 deste 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 número aleatório gerado foi o número “3” sendo, portanto, escolhida uma pessoa a cada três pessoas que passam na direção do entrevistador. 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, mantendo o intervalo estabelecido pelo sorteio aleatório, nos casos em que a pessoa selecionada declina sua participação na pesquisa. Também foi reiniciada a contagem para os

¹⁴ Conforme Apêndice 4.

¹⁵ Conforme Apêndice 2.

¹⁶ Conforme Apêndice 3.

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.

3.7.2 Caracterização do 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).

Pretendeu-se inicialmente para reduzir o viés em relação ao tempo e ao local de coleta aplicar o fotoquestionário em quatro pontos distintos da referida avenida, combinando suas duas extremidades e os seus dois lados. Classificando-se inicialmente os pontos de coleta como: Paulista Norte Lado Direito (PNLD), Paulista Norte Lado Esquerdo (PNLE), Paulista Sul Lado, Paulista Sul Lado Direito (PSLD) e Esquerdo (PSLE). No entanto, em virtude da já realização de pesquisas de mercado e eleitorais por parte do IBOPE¹⁷ em alguns dos dias planejados para dois dos quatro pontos escolhidos para a coleta de dados dessa pesquisa, optou-se por adicionar dois outros pontos de coleta centrais na mesma avenida, para diminuir o ruído na coleta. Dessa forma, adicionou-se Paulista Central Lado Direito (PCLD) e Paulista Central Lado Esquerdo (PCLE).

Os seis pontos de coleta de dados são 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 ao 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.

¹⁷ O IBOPE é uma multinacional brasileira de capital privado reconhecida com uma das maiores empresas de pesquisa de mercado da América Latina.

Figura 16 – Caracterização do local de coleta

FONTE: ©2010 Google – Dados cartográficos © 2010 MapLink

Além do grande fluxo de pessoas e da heterogeneidade do público já descrita como presente 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, dentre eles estacionamentos, pontos de ônibus e três distintas estações de metrô (Consolação, Trianon-Masp e Paraíso). Para três dos seis pontos (A, B e F) estão presentes a variabilidade comercial e de serviços do Shopping Centers, três dos pontos (B, D e E) apresentam ainda a proximidade com importantes atrações culturais da cidade de São Paulo, a saber, o Museu de Arte de São Paulo (MASP), o Espaço Haroldo de Campos de Poesia e Literatura – Casa das Rosas e a Galeria do Conjunto Nacional. Para o ponto C destaca-se a proximidade com dois importantes parques da cidade (Parque Trianon e Parque Mário Covas).

3.7.3 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.* (2003), 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 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 para 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. Este 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, fato esse que acabou por não ocorrer no período da coleta de dados. Considerando tais fatores, objetivou-se coletar dados de 1000 respondentes no intervalo de tempo de uma semana, com a seguinte distribuição média para os quatro pontos e dias úteis:

Quadro 5 - Distribuição estimada para coleta dos dados em campo

	Dia 1	Dia 2	Dia 3	Dia 4	Dia 5	Total
PNLE	50	50	50	50	50	250
PNLD	50	50	50	50	50	250
PSLE	50	50	50	50	50	250
PSLD	50	50	50	50	50	250
Total	200	200	200	200	200	1000

Os dados coletados reais em campo superaram os dados planejados, onde 1034 respondentes foram ouvidos no intervalo dos seis dias citados, contando com a seguinte distribuição de respondentes para os seis pontos e dias úteis.

Quadro 6 - Distribuição real da coleta de dados em campo¹⁸

	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

¹⁸ O autor agradece aos amigos Daniel Brignani Rodrigues, Aline Okidoi, Sarah Chinarelli Teixeira, Mário Masaru Sakaguti Jr. e Daniela Ormenez pelo apoio na coleta de dados dessa pesquisa.

O poder estatístico de análise depende minimamente de dois fatores, a saber: o critério de significância estatística usado para o teste e a magnitude do efeito relacionado com a população. Como cenário mínimo, a pesquisa buscará para a composição amostral 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*) mínima de 110 respondentes para cada subgrupo das análises que serão efetuadas (BICKMAN; ROG, 1998).

O tamanho do efeito é uma medida padronizada de diferença de grupos, normalmente expressa como sendo as diferenças em médias de grupos divididas pelo seu desvio-padrão. A magnitude do tamanho do efeito tem um impacto direto sobre o poder do teste estatístico. Para qualquer tamanho de amostra, o poder do teste estatístico será maior quanto maior o tamanho do efeito. 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

Tamanho do efeito	Níveis de <i>Alpha</i> e <i>Beta</i> ($\alpha = \beta$)			
	.20	.10	.05	.01
.10	900	1715	2600	4810
.20	225	430	650	1200
.30	100	190	290	535
.40	60	110	165	300
.50	35	70	105	195
.60	25	50	75	135
.70	20	35	55	100
.80	15	30	45	75
.90	10	25	35	60
1.00	10	20	30	50

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 esta pesquisa também controlou 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).

3.8 Teste Piloto

A proposta desta etapa é refinar a execução do fotoquestionário. Dempsey e Tucker (1991) definem que esse processo também resulta no “trazer uma lista de verificação” que detalha os procedimentos, prazos, materiais e equipamentos necessários para a realização de múltiplas entrevistas com imagens. E dessa forma, realizar os testes piloto para a foto-entrevista com indivíduos ou pequenos grupos da população-alvo pode minimizar os problemas de execução.

Nesta etapa de teste piloto conduziu-se 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 coleta¹⁹. Para a fase de treinamento, após instruções e orientações iniciais, dividiu-se o grupo em dois subgrupos, conforme mencionado, cada qual com uma posição diferente do pôster e garantindo que os pesquisadores também estivessem misturados em gênero.

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.

3.9 Condução da coleta de dados

A proposta dessa etapa foi eliciar e coletar um fluxo de informações relativas à investigação ou pergunta de avaliação. Além das questões básicas de gênero, formação e escolaridade, cada respondente nas ruas escolheu dentre seis imagens para cada uma das sete categorias e evocou uma palavra para cada categoria associada com a percepção sobre o contador.

¹⁹ Ver Apêndice 4 – Formulário de coleta de dados para a pesquisa em campo.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A proposta desta etapa é interpretar os registros visuais e escritos, de forma a prover *insights* e informações que se alinhem com a pergunta de pesquisa. Nesta etapa, objetivou-se analisar os desenhos do fotoquestionário, incluindo a frequência e a distribuição das respostas entre os subgrupos e as palavras evocadas durante o grupo de foco e na aplicação da pesquisa de campo. Esta análise foi conduzida realizando também a triangulação com a teoria de suporte e os estereótipos já mencionados em estudos prévios em revisão de literatura.

Dempsey e Tucker (1991) salientam que os dados visuais são supersaturados de informação, e essa enorme quantidade de informação apresenta oportunidades, e ainda maiores dificuldades para elaborar análises. Para facilitar o processo de análise, os referidos autores recomendam o uso de uma organização sequencial dos dados. Neste trabalho, em consonância com o protocolo descrito no capítulo sobre o método, classificaram-se os dados por sete tópicos, de acordo com os estereótipos e categorias objetos do estudo, para com elas efetuar análises gerais dos dados e mais específicas nas dimensões de gênero, formação e escolaridade. Acredita-se que, desta forma, este trabalho segue o recomendado por Dempsey e Tucker (1991), que é a de na medida do possível aproximar a organização dos dados em categorias que se relacionam com as questões de pesquisa.

4.1 Condução da coleta de dados

Para responder a pergunta “*os profissionais de contabilidade são estereotipados de maneira negativa pela percepção pública?*”, adotaram-se análises descritivas, análises de variância ANOVA 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), a ANOVA “é um teste estatístico para avaliar o efeito de duas ou mais variáveis independentes sobre uma variável dependente.” e 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. Testes de normalidade foram conduzidos, para a adoção do teste χ^2 (qui-quadrado), em situações em que a aplicação de técnicas não paramétricas é necessária.

Estes testes medem a probabilidade das diferenças encontradas nos grupos da amostra ser devida ao acaso, partindo do pressuposto (H_0) que, na verdade, não há diferenças das proporções dos grupos na população. Se a probabilidade da comparação for superior a um *p-value* de 0,05, pode-se afirmar que não há diferenças estatisticamente significativas, aceitando H_0 . Se a probabilidade for baixa (particularmente menor que 5%, ou seja, um *p-value* inferior a 0,05) pode-se concluir que existem diferenças significativas entre os cursos apresentados. Ressalta-se, ainda, que a utilização de hipóteses direcionais aumenta o poder estatístico (*power*) das análises, em razão do estabelecimento do sentido esperado do efeito. Nesse sentido, considerando as hipóteses direcionais, adotaram-se alguns testes t bicaudais com o intuito de verificar se os resultados são diferentes de zero (maior ou menor que zero) e assim proceder à análise conjunta ao intervalo de confiança.

A amostra utilizada nessa pesquisa, conforme exposto anteriormente, foi constituída por 1034 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 Paulo²⁰, que totaliza em torno de 1% da amostra.

Gráfico 2 – Distribuição dos respondentes por formação

Adotou-se a seguinte classificação para agrupar os respondentes em torno de sua escolaridade: (a) ensino fundamental; (b) ensino médio; e (c) ensino técnico e superior. Observa-se que a classificação de uma mesma categoria para o ensino técnico e superior levou em consideração a dificuldade de verificação da formação do respondente por parte dos pesquisadores, pelo que é declarado nas ruas. Como exemplo, formações como administração, enfermagem, nutrição e mesmo contabilidade possuem cursos tanto em nível técnico quanto em nível superior, podendo gerar muitos vieses de classificação, tendo em vista que os respondentes podem, mesmo se perguntados objetivamente, responder de forma inadequada o nível de sua escolaridade e formação. Para os objetivos dessa pesquisa não se verificou grandes vantagens na separação dessas duas categorias. Dessa forma, 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%).

²⁰ 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.

A tese principal desta dissertação, expressa na hipótese geral, pode ser desdobrada em sete hipóteses, para cada uma das sete categorias objetos desta pesquisa, identificando se existem diferenças significativas estatisticamente na escolha pública entre os desenhos positivamente, neutros ou negativamente estereotipados.

H₁ – Os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública em relação à criatividade.

H₂ – Os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública em relação à dedicação aos estudos.

H₃ – Os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública em relação ao trabalho em equipe.

H₄ – Os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública em relação à comunicação.

H₅ – Os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública em relação à liderança.

H₆ – Os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública em relação à propensão ao risco.

H₇ – Os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública em relação à ética.

Iniciou-se elaborando análises descritivas com a finalidade de melhor compreender o conjunto e a distribuição dos dados, conforme a Tabela 2, que descreve as médias e desvios padrão para as sete categorias de análise. A categoria criatividade foi a única a apresentar média negativa na percepção pública, enquanto que a categoria propensão ao risco próxima ao zero. Cabe ressaltar também, em outro extremo, a percepção pública altamente positiva em relação à categoria dedicação aos estudos vinculada ao profissional de contabilidade, com média de 0,83 e o menor dos desvios apresentados. As categorias comunicação, liderança e ética são moderadamente vistas como positivas pela percepção pública, avaliando exclusivamente o componente média.

Tabela 2 – Estatística descritiva geral.

Categoria	n	Média	Desvio Padrão
Criatividade	1034	-0,04	0,83
Dedicação aos estudos	1034	0,83	0,51
Trabalho em equipe	1034	0,16	0,94
Comunicação	1034	0,34	0,86
Liderança	1034	0,41	0,75
Propensão ao risco	1034	0,02	0,92
Ética	1034	0,40	0,78

Tendo em vista que o posicionamento das imagens poderia gerar algum tipo de viés cognitivo, como preferências de escolha da imagem pela posição que esta ocupa no fotoquestionário em relação às demais, dois pôsteres foram criados para cada uma das sete categorias de análise em uma verificação inicial. Os pôsteres foram posicionados diferentemente para gênero e para a carga dos estereótipos, em que no primeiro pôster a ordem segue do estereótipo positivo para o estereótipo negativo, enquanto que no outro do negativo para o positivo.

Figura 17 – Exemplo do posicionamento de dois pôsteres para a categoria liderança.

FONTE: Elaborado pelo autor e pelo artista Alexandre Ostan.

Dividiu-se a amostra-piloto (19 respondentes) e os dados do primeiro dia da coleta de dados (135 respondentes) em dois grupos, em que um grupo foi submetido ao primeiro pôster e o outro grupo submetido ao segundo tipo de posicionamento do pôster. Como as mesmas imagens foram posicionadas em ordem diferente tornou-se possível verificar estatisticamente a existência de vieses na preferência pelas imagens entre os dois grupos de respondentes em função das proporções de respostas e do teste χ^2 (qui-quadrado). Conforme os resultados a seguir não foram constatadas diferenças significativas em função do posicionamento para treze dos catorze testes, dessa forma descartou-se a possibilidade de viés em função do posicionamento das imagens no pôster.

Tabela 3 – Teste para verificação de vies de posicionamento das imagens

Teste de Qui-quadrado			Teste de Qui-quadrado		
<i>Respondentes do gênero feminino</i>			<i>Respondentes do gênero masculino</i>		
Categoria	χ^2	Sig.	Categoria	χ^2	Sig.
Criatividade	18,42	0,02**	Criatividade	10,62	0,16
Dedicação aos estudos	2,99	0,70	Dedicação aos estudos	4,73	0,58
Trabalho em equipe	4,59	0,71	Trabalho em equipe	7,09	0,42
Comunicação	8,98	0,25	Comunicação	4,34	0,74
Liderança	11,50	0,12	Liderança	9,51	0,30
Propensão ao risco	9,16	0,24	Propensão ao risco	7,89	0,34
Ética	11,57	0,12	Ética	6,18	0,40

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 1034 respondentes possibilitam uma primeira identificação 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 foram rejeitadas as hipóteses H_1 , H_2 , H_3 , H_4 , H_5 , H_6 e H_7 .

Tabela 4 – 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
Criatividade	1034	-1,53	0,13	-0,04	-0,09	0,01
Dedicação aos estudos	1034	52,31	0,00 ***	0,83	0,80	0,86
Trabalho em equipe	1034	5,60	0,00 ***	0,16	0,11	0,22
Comunicação	1034	12,69	0,00 ***	0,34	0,29	0,39
Liderança	1034	17,66	0,00 ***	0,41	0,37	0,46
Propensão ao risco	1034	0,51	0,61	0,01	-0,04	0,07
Ética	1034	16,39	0,00 ***	0,40	0,35	0,45

Dessa forma, ao contrário do que foi defendido pela grande maioria dos autores, conforme exposto pela revisão de literatura, não é possível afirmar que os profissionais de contabilidade são estereotipados de maneira negativa pela percepção pública. Para as hipóteses *H1 – Os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública em relação à criatividade* e *H6 – Os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública em relação à propensão ao risco*, o teste não é significativo, o que não permite desconsiderar a hipótese dos respondentes avaliarem essas características como sendo neutras ou até mesmo positivas.

Mais surpreendente ainda, em relação ao apontado pela revisão de literatura, é que não somente essa pesquisa rejeita a hipótese de que os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública em relação aos fatores: dedicação aos estudos, trabalho em equipe, comunicação, liderança e ética (conforme *H2, H3, H4, H5 e H7*), como pode afirmar o contrário, em função do intervalo de confiança dos resultados.

Adicionalmente, outros foram realizados, separando os respondentes em função do gênero, com a finalidade de verificar a consistência das hipóteses testadas. Os resultados são apresentados a seguir, apontando para a inexistência de diferenças nos resultados das hipóteses testadas entre os gêneros dos respondentes:

Tabela 5 – 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: 95%	
					Inferior	Superior
Gênero = Feminino						
Criatividade	581	-1,19	0,24	-0,04	-0,11	0,03
Dedicação aos estudos	581	45,66	0,00 ***	0,86	0,82	0,90
Trabalho em equipe	581	3,70	0,00 ***	0,15	0,07	0,22
Comunicação	581	8,42	0,00 ***	0,31	0,23	0,38
Liderança	581	13,78	0,00 ***	0,43	0,37	0,49
Propensão ao risco	581	-0,09	0,93	0,00	-0,08	0,07
Ética	581	11,66	0,00 ***	0,39	0,32	0,45
Gênero = Masculino						
Criatividade	453	-0,97	0,33	-0,04	-0,11	0,04
Dedicação aos estudos	453	29,43	0,00 ***	0,79	0,74	0,85
Trabalho em equipe	453	4,28	0,00 ***	0,19	0,10	0,27
Comunicação	453	9,71	0,00 ***	0,38	0,31	0,46
Liderança	453	11,07	0,00 ***	0,39	0,32	0,46
Propensão ao risco	453	0,89	0,38	0,04	-0,05	0,12
Ética	453	11,60	0,00 ***	0,42	0,35	0,49

Realizando teste de igualdade de médias, comparando se homens e mulheres possuem percepção diferente sobre os profissionais de contabilidade, encontrou-se apenas como resultado que as mulheres avaliam os profissionais de contabilidade como mais dedicados aos estudos do que os homens. Para todas as demais categorias os resultados não apresentaram diferenças significativas, conforme a Tabela 6 a seguir:

Tabela 6 – Teste-t de igualdade de médias em função do gênero dos respondentes

Teste de igualdade de médias							
Categoria	Gênero		Estatística t	Sig. (bicaudal)	Diferença de média	Intervalo de confiança: 95%	
	feminino	masculino				Inferior	Superior
por gênero							
Criatividade	-0,04	-0,04	-0,07	0,94	0,00	-0,11	0,10
Dedicação aos estudos	0,86	0,79	2,07	0,04 **	0,07	0,00	0,13
Trabalho em equipe	0,15	0,19	-0,67	0,50	-0,04	-0,15	0,08
Comunicação	0,31	0,38	-1,45	0,15 **	-0,07	-0,18	0,03
Liderança	0,43	0,39	0,79	0,43	0,04	-0,06	0,13
Propensão ao risco	0,00	0,04	-0,71	0,48	-0,04	-0,15	0,07
Ética	0,39	0,42	-0,56	0,57	-0,03	-0,12	0,07

Foi realizado o teste de Levene conforme a Tabela 7, sendo que nas situações em que o teste de Levene apresentou que as variâncias não eram homogêneas, apresentou-se diretamente na tabela o nível de significância ajustado para o teste de diferença de médias.

Tabela 7 – Homogeneidade de variâncias - gêneros

Diferença entre gêneros	Teste de Levene	
Categoria	F	Sig.
Criatividade	1,00	0,32
Dedicação aos estudos	18,79	0,00 ***
Trabalho em equipe	7,17	0,01 ***
Comunicação	4,50	0,03 **
Liderança	0,07	0,80
Propensão ao risco	3,93	0,05 **
Ética	3,39	0,07 *

Também para assegurar maior consistência das hipóteses testadas, realizaram-se os testes separando os respondentes em função de suas respectivas formações profissionais.

Tabela 8 – 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: 95%	
					Inferior	Superior
Formação = Contabilidade						
Criatividade	27	-0,24	0,81	-0,04	-0,36	0,28
Dedicação aos estudos	27	12,50	0,00 ***	0,93	0,77	1,08
Trabalho em equipe	27	-0,40	0,69	-0,07	-0,45	0,31
Comunicação	27	2,43	0,02 **	0,37	0,06	0,68
Liderança	27	1,87	0,07 *	0,30	-0,03	0,62
Propensão ao risco	27	1,00	0,33	0,19	-0,20	0,57
Ética	27	2,66	0,01 ***	0,41	0,09	0,72
Formação = Outras profissões						
Criatividade	1007	-1,51	0,13	-0,04	-0,09	0,01
Dedicação aos estudos	1007	51,18	0,00 ***	0,83	0,80	0,86
Trabalho em equipe	1007	5,74	0,00 ***	0,17	0,11	0,23
Comunicação	1007	12,47	0,00 ***	0,34	0,28	0,39
Liderança	1007	17,60	0,00 ***	0,42	0,37	0,46
Propensão ao risco	1007	0,34	0,73	0,01	-0,05	0,07
Ética	1007	16,17	0,00 ***	0,40	0,35	0,45

A avaliação dos próprios contadores é pior para os fatores liderança e trabalho em equipe. Sendo que, para a percepção de liderança, a autocrítica dos contadores é ligeiramente positiva (0,07)²¹, contudo levando em conta que o intervalo de confiança pode ser também negativa ou neutra, fato que não ocorre na percepção externa que se apresenta sempre positiva. Para a percepção de trabalho em equipe, a média da avaliação dos profissionais de contabilidade é ainda pior, passando a ser negativa (-0,07). Do ponto de vista estatístico não é possível afirmar que esta seja diferente de zero ou positiva, tendo em vista o intervalo de confiança (de -0,45 até 0,31), mas para ambos os fatores a percepção de contabilidade pode denotar ou uma falta de confiança ou elevada autocrítica. Esses resultados fortalecem a crítica de que estudos anteriores que comparam estudantes de contabilidade com estudantes de outros cursos na área de negócios, em geral desconsideram esse fator de autocrítica, que poderia relativizar os resultados negativos encontrados na comparação com carreiras que também apresentam rivalidade, por atuarem no mesmo mercado de trabalho.

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. Exceção feita para os respondentes com escolaridade em nível fundamental, pois passa a ser possível afirmar que

²¹ Considerando uma escala de -1 a 1, conforme descrito no método e adotado nas análises seguintes.

esse público percebe os profissionais de contabilidade também de forma positiva, levando em consideração o intervalo de confiança:

Tabela 9 – 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: 95%	
					Inferior	Superior
Escolaridade = Ensino Fundamental (categoria 1)						
Criatividade	79	2,15	0,03 **	0,19	0,01	0,37
Dedicação aos estudos	79	9,97	0,00 ***	0,73	0,59	0,88
Trabalho em equipe	79	2,39	0,02 **	0,25	0,04	0,46
Comunicação	79	2,87	0,01 ***	0,28	0,09	0,47
Liderança	79	6,15	0,00 ***	0,48	0,33	0,64
Propensão ao risco	79	0,12	0,91	0,01	-0,20	0,23
Ética	79	3,91	0,00 ***	0,37	0,18	0,55
Escolaridade = Ensino Médio (categoria 2)						
Criatividade	314	-1,90	0,06 *	-0,09	-0,18	0,00
Dedicação aos estudos	314	28,54	0,00 ***	0,83	0,77	0,89
Trabalho em equipe	314	2,69	0,01 ***	0,14	0,04	0,25
Comunicação	314	6,91	0,00 ***	0,33	0,24	0,43
Liderança	314	8,52	0,00 ***	0,36	0,28	0,45
Propensão ao risco	314	0,25	0,81	0,01	-0,09	0,11
Ética	314	9,72	0,00 ***	0,41	0,33	0,50
Escolaridade = Ensino Técnico e Superior (categoria 3)						
Criatividade	641	-1,32	0,19	-0,04	-0,11	0,02
Dedicação aos estudos	641	43,79	0,00 ***	0,84	0,81	0,88
Trabalho em equipe	641	4,38	0,00 ***	0,16	0,09	0,24
Comunicação	641	10,26	0,00 ***	0,35	0,28	0,41
Liderança	641	14,35	0,00 ***	0,43	0,37	0,49
Propensão ao risco	641	0,43	0,67	0,02	-0,06	0,09
Ética	641	12,67	0,00 ***	0,40	0,34	0,46

Por sua vez, na primeira análise específica desejada, cada categoria deste estudo foi subdividida em duas dimensões representativas de gênero e teve sua tabulação cruzada em relação à escolha dos desenhos com estereótipos positivos, neutros ou negativos, conforme exemplificado a seguir:

Quadro 7 – Distribuição dos estereótipos por gênero

		😊	😐	😞
criativo	♀			
	♂			
estudioso	♀			
	♂			
trabalha em equipe	♀			
	♂			
comunicativo	♀			
	♂			
líder	♀			
	♂			
propenso ao risco	♀			
	♂			
ética	♀			
	♂			

Para realizar essa análise reclassificaram-se as respostas do público utilizando a numeração 1 para desenhos masculinos e 0 para desenhos femininos, ignorando os aspectos relacionados com os estereótipos para as características.

Verificou-se que na visão das respondentes do gênero feminino os profissionais de contabilidade são mais percebidos como sendo do gênero masculino, confirmando o estereótipo de gênero para a profissão. Sendo assim, aceitou-se H_8 – *Os profissionais de contabilidade são mais percebidos como sendo do gênero masculino*. Todavia, encontrou-se na análise do χ^2 que para os fatores trabalho em equipe e comunicação a percepção é de que os profissionais de contabilidade são do gênero masculino, porém não estatisticamente significante.

Tabela 10 – Teste de χ^2 para a percepção por gênero

Teste de χ^2 -					
Categoria	Gênero	Observado	Esperado	qui-quadrado	sig.
Criatividade	Feminino	297	517	26,04	0,00 ***
	Masculino	737	517	221,83	0,00 ***
Dedicação aos estudos	Feminino	371	517	4,477	0,03 **
	Masculino	663	517	128,214	0,00 ***
Trabalho em equipe	Feminino	352	517	2,108	0,15
	Masculino	682	517	192,108	0,00 ***
Comunicação	Feminino	351	517	2,618	0,11
	Masculino	683	517	189,512	0,00 ***
Liderança	Feminino	326	517	11,293	0,00 ***
	Masculino	708	517	200,002	0,00 ***
Propensão ao risco	Feminino	323	517	21,207	0,00 ***
	Masculino	711	517	169,38	0,00 ***
Ética	Feminino	332	517	9,682	0,00 ***
	Masculino	702	517	192,108	0,00 ***

Para verificar a hipótese H_9 : *A percepção externa em relação aos profissionais de contabilidade é mais negativa do que a percepção interna dos indivíduos com formação em contabilidade*, também foi realizada a tabulação cruzada em relação à escolha dos desenhos com estereótipos positivos, neutros ou negativos, em função da formação profissional, conforme exemplificado a seguir:

Quadro 8 - Distribuição dos estereótipos por formação acadêmica

criativo	formação em contabilidade			
	outras formações			
estudioso	formação em contabilidade			
	outras formações			
trabalha em equipe	formação em contabilidade			
	outras formações			
comunicativo	formação em contabilidade			
	outras formações			
líder	formação em contabilidade			
	outras formações			
propenso ao risco	formação em contabilidade			
	outras formações			
ética	formação em contabilidade			
	outras formações			

Em seguida testou-se a igualdade de médias entre os respondentes formados em contabilidade comparativamente com os respondentes com outras formações profissionais. Como é possível verificar na Tabela 11, não foram encontradas diferenças nas respostas em função da formação profissional, rejeitando-se H_9 .

Tabela 11 – Teste-t de igualdade de média em função da formação dos respondentes.

Categoria	Teste de igualdade de médias						
	Formações		Estatística	Sig.	Diferença	Intervalo de confiança:	
	outras	contabilidade	t	(bicaudal)	de média	Inferior	Superior
<i>por gênero</i>							
Criatividade	-0,04	-0,04	-0,02	0,99	0,00	-0,32	0,32
Dedicação aos estudos	0,83	0,93	-1,29	0,21	-0,10	-0,25	0,06
Trabalho em equipe	0,17	-0,07	1,33	0,18	0,24	-0,12	0,60
Comunicação	0,34	0,37	-0,20	0,84	-0,03	-0,36	0,30
Liderança	0,42	0,30	0,82	0,41	0,12	-0,17	0,41
Propensão ao risco	0,01	0,19	-0,98	0,33	-0,18	-0,53	0,18
Ética	0,40	0,41	-0,05	0,96	-0,01	-0,31	0,29

Da mesma forma, como foi adotado para o fator gênero, realizou-se o teste de Levene conforme a Tabela 12, sendo que nas situações em que o referido teste apresentou que as variâncias não eram homogêneas, apresentou-se diretamente na tabela o nível de significância ajustado para o teste de diferença de médias²².

²² Conforme procedimento automaticamente gerado pelo software SPSS® 17.

Tabela 12 – Homogeneidade de variâncias - formação

Contadores e não contadores		
Teste de Levene		
Categoria	F	Sig.
Criatividade	,54	,46
Dedicação aos estudos	4,11	0,04 **
Trabalho em equipe	,00	,95
Comunicação	1,75	,19
Liderança	,74	,39
Propensão ao risco	,82	,37
Ética	,00	,98

Por fim, também foi realizada a tabulação cruzada em relação à escolha dos desenhos com estereótipos positivos, neutros ou negativos, em função do nível de escolaridade dos respondentes, conforme o quadro seguinte:

Quadro 9 - Distribuição dos estereótipos por nível de escolaridade

criativo	ensino fundamental			
	ensino médio			
	ensino técnico e superior			
estudioso	ensino fundamental			
	ensino médio			
	ensino técnico e superior			
trabalha em equipe	ensino fundamental			
	ensino médio			
	ensino técnico e superior			
comunicativo	ensino fundamental			
	ensino médio			
	ensino técnico e superior			
líder	ensino fundamental			
	ensino médio			
	ensino técnico e superior			
propenso ao risco	ensino fundamental			
	ensino médio			
	ensino técnico e superior			
ética	ensino fundamental			
	ensino médio			
	ensino técnico e superior			

Nesse caso, tratando-se de um teste que envolve três categorias, comparou-se a existência de diferença entre os níveis de escolaridade, com o teste ANOVA, conforme expresso a seguir:

Tabela 13 – Teste ANOVA para escolaridades

Teste ANOVA		
Diferença entre escolaridades		
Categoria	F	Sig.
Criatividade	3,59	0,03 **
Dedicação aos estudos	1,63	0,20
Trabalho em equipe	0,43	0,65
Comunicação	0,24	0,79
Liderança	1,18	0,31
Propensão ao risco	0,00	1,00
Ética	0,13	0,88

Realizando testes de Tukey, com a finalidade de verificar quais dos grupos de escolaridades apresentam diferenças entre si para o fator criatividade, evidenciou-se a existência de diferença para o grupo de Ensino Fundamental, conforme a Tabela 14:

Tabela 14 – Teste de Tukey para diferenças entre os grupos de escolaridades

Teste de Tukey							
Variável dependente	(I) Escolaridade	(J) Escolaridade	Diferença de médias (I-J)	Erro padrão	Sig.	Intervalo de confiança: 95%	
Criatividade	Ens. Fundamental	Ensino Médio	,2790 ^a	,1045	0,02 **	,034	,524
	Ens. Fundamental	Ens. Superior e Técnico	,2336 ^a	,0990	,048	,001	,466
	Ens. Médio	Ens. Superior e Técnico	-,0455	,0572	,706	-,180	,089

Nesse sentido, só é possível aceitar H_{10} , para a percepção de criatividade pelos respondentes com nível de escolaridade equivalente ao ensino fundamental. Para os demais níveis de escolaridade e categorias de análise, rejeitou-se H_{10} , de que os profissionais de contabilidade são percebidos de forma diferente.

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, de tal forma fundamentando as conclusões.

5 CONCLUSÃO

5.1 Conclusões apoiadas pela pesquisa e recomendações

O objetivo desse capítulo é sumarizar e dar sentido a análise dos dados, oferecendo conclusões às partes interessadas. Conforme análise mencionada 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 1034 respondentes possibilitam uma primeira identificação do vetor de tendência da percepção dos respondentes. Essa média foi testada estatisticamente em relação a ser diferente ou não de zero. Com base na análise dos intervalos de confiança (assumindo 95%) e dos testes-t, as hipóteses H_1 , H_2 , H_3 , H_4 , H_5 , H_6 e H_7 foram rejeitadas, sendo que dessa forma, não é possível afirmar que os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública para as características de criatividade, dedicação aos estudos, trabalho em equipe, comunicação, liderança, propensão ao risco e ética.

Para essas hipóteses testou-se também a eventual existência de diferenças em função de gênero, formação e escolaridade, não sendo possível afirmar haver diferenças para as sete primeiras hipóteses do trabalho. 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. Dessa forma, essa dissertação também evidencia crítica aos trabalhos anteriormente publicados, alertando para a existência de diferença entre se afirmar que a percepção sobre os profissionais de contabilidade é negativamente estereotipada em relação a outras profissões, quando na verdade o status da profissão pode realmente ser menor do que outras profissões, mas não tão crítica a ponto de receber o rótulo de estereótipo negativo. Ao contrário do que é amplamente apontado pela revisão de literatura, segundo as evidências coletadas, os profissionais de contabilidade são percebidos positivamente pelo público em relação aos fatores dedicação aos estudos, trabalho em equipe, comunicação, liderança e ética, conforme análise do intervalo de confiança dos resultados de H_2 , H_3 , H_4 , H_5 e H_7 . Uma primeira implicação à academia é de natureza metodológica, onde 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.

Segundo as evidências coletadas nessa pesquisa, a avaliação dos próprios contadores mostrou-se pior para os fatores liderança e trabalho em equipe. Para a percepção de liderança, a autocrítica dos contadores é em média ligeiramente positiva (0,07, em escala de -1 a 1), mas pior do que a percepção externa. Para a percepção de trabalho em equipe a média da avaliação dos profissionais de contabilidade é ainda pior, passando a ser negativa (-0,07). Do ponto de vista estatístico, não é possível afirmar que esta seja diferente de zero ou positiva, tendo em vista o intervalo de confiança, mas para ambos os fatores a percepção de contabilidade pode denotar falta de confiança ou elevada autocrítica. Como conclusão, esse trabalho aponta essas duas possibilidades: os profissionais de contabilidade apresentam forte autocrítica ou apresentam autoconceito negativo, para os fatores liderança e trabalho em equipe. Esses resultados fortalecem a crítica de que estudos anteriores que comparam estudantes de contabilidade com estudantes de outros cursos na área de negócios desconsideram os fatores de autocrítica ou autoconceito negativo, fato que também deveria relativizar os resultados negativos encontrados na literatura revisada sobre o tema. Como consequência prática, para a academia, os programas das universidades devem levar em consideração o desenvolvimento das competências relacionadas com liderança e trabalho em equipe, considerando um trabalho diferenciado de convencimento de que o aluno de contabilidade não é menos capacitado para assumir tais posições. Talvez, pela repercussão dos trabalhos que afirmam que os profissionais de contabilidade são negativamente estereotipados pela percepção pública, mesmo essa pesquisa tendo reunido evidências do contrário, os estudantes de contabilidade acabem por aceitar tal idéia e se considerem menos capazes e confiantes. De modo análogo, recomenda-se aos profissionais de contabilidade, representados por suas entidades de classe, que estimulem campanhas voltadas para afirmar positivamente o conceito de liderança e trabalho em equipe na profissão. Levando em consideração que na percepção dos 1.034 respondentes obteve-se 0,83 (em uma escala de -1 a 1) como indicativo de dedicação aos estudos para a percepção sobre os profissionais de contabilidade, e pelo baixo desvio padrão, em que o intervalo de confiança vai de 0,80 a 0,86, maior destaque deveria ser dado dentro das universidades, principalmente dentro das escolas de negócios, para esse resultado. Em muitos dos casos, por motivos de rivalidade, os estudantes de contabilidade são vistos como menos dedicados, como apontado em Azevedo *et al.* (2008) pelos colegas de outros cursos. Essa percepção interna ao ambiente das escolas de negócios parece distoante da realidade pública em geral e merece atenção dos dirigentes e administradores nas universidades.

Para Dimnik e Felton (2006), a representação da cultura popular pode ter impacto significativo em qualquer grupo social, promovendo e reforçando estereótipos de grupos, servindo tanto como espelho da percepção pública mais ampla, como lentes para remodelar as crenças sociais. Dessa forma, os autores expressam que o cinema é especialmente efetivo em reforçar estereótipos na sociedade, pois encorajam a identificação pessoal com os personagens de forma tão intensa que levam inclusive a evocação de respostas fisiológicas. E assim sendo, como os resultados dessa pesquisa foram contrários aos apontados no a) cinema (CORY, 1992; BEARD, 1994; BOUGEN, 1994; DIMNIK; FELTON, 2000; DIMNIK; FELTON, 2006; FELTON *et al.*, 1995; FELTON *et al.*, 2007; HOLT, 1994; JEACLE, 2009; SMITH; BRIGGS, 1999), b) literatura (ROBERT, 1957; STACEY, 1958; CORY, 1992; SMITH; BRIGGS, 1999) e em c) gêneros cômicos (BOUGEN, 1994; SMITH; BRIGGS, 1999) internacionais, vislumbra-se o exagero da representação social sobre os contadores em filmes, literatura e drama, ou ainda uma não representatividade desses gêneros artísticos em contraste com a realidade social brasileira, no recorte amostral dessa pesquisa.

Verificou-se adicionalmente aceitação da hipótese de que *os profissionais de contabilidade são mais percebidos como sendo do gênero masculino*, confirmando o estereótipo de gênero para a profissão. Esse resultado corrobora com a literatura, como o apontado por Stacey (1958) Cory (1992), Bougen (1994), Parker (2000), Hunt *et al.* (2004), Dimnik e Felton (2006) e Diptyana e Djuwari (2007) de que os profissionais de contabilidade são percebidos como sendo do gênero masculino, e também com a idéia sugerida por Sugahara e Boland (2006) de que a profissão contábil é percebida como dominada por homens. Esse resultado aponta para a necessidade de outros estudos mais aprofundados sobre a questão de gênero na profissão, uma vez que nota-se nos bancos escolares e no mercado de trabalho uma inserção crescente do público feminino na carreira contábil, em que para alguns casos o número de estudantes do gênero feminino chega a ser equilibrado ou ainda maior do que o número de estudantes do gênero masculino. A academia e prática profissional devem atentar também para esse fato sendo imprescindível ainda para a profissão de contabilidade rever estereótipos vinculados ao gênero. Nesse sentido, é fundamental que futuras pesquisas acadêmicas considerem as limitações de estudos sobre percepções e estereotipagem dentro dos limites das universidades, principalmente restritos na perspectiva das escolas de negócios, uma vez que podem não refletir a realidade maior de outros grupos da sociedade.

Relativamente à percepção dos profissionais de contabilidade em torno de sua formação profissional rejeitou-se a hipótese que a percepção externa em relação aos profissionais de

contabilidade é mais negativa do que a percepção interna dos indivíduos com formação em contabilidade. Esse resultado contradiz estudos comparativos na literatura nacional e internacional, como os de Allen (2004), Aranya *et al.*(1978), Azevedo *et al.* (2008), Azevedo *et al.* (2010), Baker (1976), Baldvinsdottir *et al.* (2009), Bedeian *et al.*(1986), Booth e Winzar (1993), Byrne e Willis (2005), Chan e Ho (2000), Coate *et al.* (2003), Cohen e Hanno (1993), Diptiana e Djuwari (2007), England (1988), Francisco *et al.* (2003), Hunt *et al.* (2004), Michaels e Levas (2003); Myburgh (2005), Noel *et al.*(2003), Paolillo *et al.* (1983), Saemann e Crooker (1999), Schlee *et al.* (2007), Sugahara e Boland (2006) e Sugahara *et al.* (2008), que avaliam comparativamente as percepções entre estudantes de contabilidade com estudantes de outras formações profissionais. Alguns desses trabalhos como os de Azevedo *et al.* (2008), Azevedo *et al.* (2010), Francisco *et al.* (2003), Hunt *et al.* (2004), Michaels e Levas (2003), Noel *et al.*(2003), Paolillo *et al.* (1983), Schlee *et al.* (2007), Sugahara e Boland (2006), Sugahara *et al.* (2008) apresentam comparações das percepções de profissionais das áreas de administração, atuária, direito, engenharia e medicina com os profissionais de contabilidade. 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 sobre os profissionais de contabilidade não é significativa para os atributos citados nessa pesquisa, ao contrário do exposto pela literatura. Dessa forma, esse trabalho reforça a possível limitação das pesquisas anteriores que desconsideram esse fator de rivalidade entre as profissões. Além desse fato, conforme citado por Ensari e Miller (2002), Chandran e Menon (2004) e Schlee *et al.* (2007) é natural a presença de vieses perceptuais relacionados com a identificação de grupos, na tendência dos indivíduos de melhor avaliarem os grupos aos quais se identificam como membros e de pior avaliaram os grupos aos quais não se identificam como membros. Em uma situação de rivalidade, como a apresentada por estudantes de administração, economia, direito, dentre outros, por mercado de trabalho comum, é de se esperar que a percepção negativa sobre os contadores possa ser distorcida em relação à percepção pública geral.

Tratando-se dos testes que envolveram os níveis de escolaridade dos respondentes, concluiu ser possível aceitar a hipótese de diferença de percepção em função da escolaridade, apenas para a característica de criatividade pelos respondentes com nível de escolaridade equivalente

ao ensino fundamental, sendo possível afirmar a percepção dos respondentes com nível fundamental como sendo positiva. Para os demais níveis de escolaridade e categorias de análise rejeitou-se H_{10} , de que os profissionais de contabilidade são percebidos de forma diferente. Como conclusão, não foi possível encontrar diferenças significativas dentre os níveis de escolaridade, o que indiretamente aponta para possíveis semelhanças de resultados, considerando que os respondentes de escolaridade em ensino médio servem como aproximação para a percepção do público de estudantes de ensino médio.

Considerando o possível efeito de uma maior autocrítica ou autoconceito negativo por parte dos estudantes de contabilidade, a primeira implicação direta aos administradores de programas e acadêmicos é a de promover uma maior conscientização da importância da área de contabilidade e de pesquisar o efeito da percepção própria dos estudantes e profissionais de contabilidade, com a finalidade de promover e desenvolver autoestima e autoconceito positivo por parte desses estudantes. 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.

5.2 Limitações

Essa pesquisa limitou-se na triangulação das palavras evocadas pela revisão da literatura e pelos grupos de validação, para a construção do fotoquestionário, não analisando com profundidade as palavras evocadas na etapa da pesquisa em campo, pois essa análise foge ao objetivo central dessa pesquisa. Levando em consideração que mais de 8.000 palavras foram evocadas, para a categoria geral e as sete categorias específicas de pesquisa, decidiu-se por não incluir análise precipitada desse material, que necessita de trabalho rigoroso para o tratamento dos sinônimos e do agrupamento do volume de dados em fatores de análise, com objetivo e método próprio. Como recomendação para trabalhos futuros, nessa direção, sugere-se o uso da técnica de análise por correspondência (ANACOR) para verificar a correspondência entre as palavras evocadas e as imagens escolhidas nos fotoquestionários, com a finalidade de conferir maior contexto aos estereótipos negativos e positivos relacionados com a profissão de contabilidade, uma vez que as palavras evocadas podem ser

correspondidas em torno das imagens dando maior significado. Essa técnica auxiliaria também na validação adicional dos instrumentos empregados na pesquisa.

Outra limitação refere-se à aplicação dessa pesquisa no Estado 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.

5.3 Sugestões para novas investigações

Sugerem-se também estudos sobre a percepção dos profissionais de contabilidade nas artes brasileiras, como o cinema e literatura nacionais, uma vez que os resultados encontrados nessa dissertação não estão alinhados com o reproduzido pelo cinema (CORY, 1992; BEARD, 1994; BOUGEN, 1994; DIMNIK; FELTON, 2000; DIMNIK; FELTON, 2006; FELTON *et al.*, 1995; FELTON *et al.*, 2007; HOLT, 1994; JEACLE, 2009; SMITH; BRIGGS, 1999), literatura (ROBERT, 1957; STACEY, 1958; CORY, 1992; SMITH; BRIGGS, 1999) e em gêneros cômicos (BOUGEN, 1994; SMITH; BRIGGS, 1999), predominantemente produzidos na América do Norte, ou em segunda extensão, em países do hemisfério norte.

Levando-se em consideração a hipótese suportada por esta pesquisa, de que a carreira contábil sofre com estereótipos de predominância do gênero masculino, aponta-se para a necessidade de outros estudos mais aprofundados sobre a questão de gênero na profissão, uma vez que nota-se na atualidade, como já mencionado, que os bancos escolares e o mercado de trabalho apresentam inserção crescente do público feminino na carreira contábil. Para as características de escolaridade, outros estudos relacionados com os estudantes de ensino médio e cursinhos preparatórios podem revelar outros aspectos que influenciam os estudantes em suas escolhas por distintas carreiras, bem como levantar aspectos que afastariam alguns dos estudantes da escolha por um curso em contabilidade.

Outras pesquisas são sugeridas para compreender em que nível a sociedade entende o curso de contabilidade, como sendo um curso das ciências sociais aplicadas, tendo em vista a

percepção de grande parte da população de entrevistados nessa dissertação, como sendo um curso relacionado com as ciências exatas. 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 o aspecto humano e social da carreira.

REFERÊNCIAS

- ALBRECHT, W. S.; SACK, R. J. **Accounting education: charting the course through a perilous future**. Sarasota: American Accounting Association, 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**. 5th ed. New Jersey: Prentice Hall, 2005.
- ARONSON, J.; LUSTINA, M. J.; GOOD, C.; KEOUGH, K.; STEELE, C. M.; BROWN, J. When white men can't do math: Necessary and sufficient factors in stereotype threat. **Journal of Experimental Social Psychology**, v. 35, p. 29-46, 1999.
- ATKINSON, R. C.; ATKINSON, R. L.; HILGRARD, E. **Introduction to Psychology**. 8th ed. New York: Hancourt Brace Jovanovich Inc, 1983.
- AZEVEDO, R. F. L.; CORNACHIONE JUNIOR, E. B.; Good-looking accountants? Are accountants really looking good in pictures like that? *In*: 2010 ACADEMY OF HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT (AHRD) INTERNATIONAL RESEARCH CONFERENCE IN THE AMERICAS, 2010. Knoxville. **Anais...**, Tennessee, United States: AHRD, 2010.
- AZEVEDO, R. F. L.; CORNACHIONE JUNIOR, E. B.; CASA NOVA, S. P. de C. A percepção dos estudantes sobre o curso e o perfil dos estudantes de contabilidade: uma análise comparativa das percepções e estereotipagem. *In*: CONGRESSO USP DE CONTABILIDADE E CONTROLADORIA, 8, 2008, São Paulo. **Anais...**, São Paulo: CONGRESSO USP, 2008.
- 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, Instabul. **Anais...**, Istanbul, Turkey: EAA, 2010.
- BAKER, C. R. An investigation of differences in values: accounting majors vs. nonaccounting majors. **The Accounting Review**, v. 51, n. 4, p. 886-93, 1976.
- BALDFVNSDOTTIR, G.; BURNS, J. NORREKLIT, H.; SCAPENS, R. W. The image of accountants: from bean counters to extreme accountants. **Accountability Journal**. V. 22, n. 6, 2009.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BEARD, V. Popular culture and professional identity: accountants in the movies. **Accounting, Organizations and Society**, v. 19, n. 3, p. 303-318, 1994.
- BECKER, H. S. Do Photographs Tell the Truth? **Afterimage**, v. 5, p. 9-13, 1978.

BEDEIAN, A. G.; MOSSHOLDER, K. W.; TOULIATOS, J.; BARKMAN, A. I. The accountant's stereotype: an update for vocational counselors. *Career Development Quarterly*, v. 35, p. 113–122, 1986.

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: 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.

BOOTH, P.; WINZAR, H. Personality biases of accounting students: some implications for learning style preferences. **Accounting and Finance**, p. 109-120, 1993.

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.

CHAN, S. Y.; HO, S. M. Desired attributes of public accounting firms in the job selection process: an empirical examination of accounting graduates' perceptions. **Accounting Education: An International Journal**, v. 9, n. 4, p. 315-327, 2000.

CHANDRAN, S.; MENON, G. When a day means more than a year: effects of temporal framing on judgments of health risk. **Journal of Consumer Research**, v. 31, p. 375-389, 2004.

COATE, C. J.; MITSCHOW, M. C.; SCHINSKI, M. D. What students think of CPAs: is the stereotype alive and well? **The CPA Journal**, v. 73, n. 8, p. 52-55, 2003.

COBB, J. L. How the business press views the accounting profession. **Journal of Accountancy**, v. 142(3), p. 94–97, 1976.

COHEN, J.; HANNO, D. M. An analysis of underlying constructs affecting the choice of accounting as a major. **Issues in Accounting Education**, v. 8, n. 2, p. 219-238, 1993.

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.; RHODE, J. G. The accountants stereotype: real or imagined, deserver or unwarranted. **The Accounting Review**, v. 16(4), p. 651–664, 1971.

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.

DEMPSEY, J. V.; TUCKER, S. A. 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.

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

DIPTIANA, P.; DJUWARI. Students' perception towards accountant personality in accounting department and management department (a case study at STIE Perbanas Surabaya). *In: SEAAIR, 2007, Indonésia. Anais...* Indonésia: SEAAIR, 2007.

ENGLAND, E. College student gender stereotypes: expectations about the behavior of male subcategory members. **Sex Roles**, v. 27, n. 11-12, p. 699-716, 1992.

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, Caderno Cotidiano, São Paulo, 25/11/2009. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u494202.shtml>> Acesso em: 11/11/09.

FORNES, S.L.; ROCCO, T.S.; WOLLARD, K.K.; Workplace commitment: a conceptual model developed from integrative review of the research. **Human Resource Development Review**, v. 7. n.3, p. 339-357, 2008.

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**. 7th ed. Boston: Allyn and Bacon, 2003.

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

GARNER, R. M.; DOMBROWSKI, R. F. Recruiting the best and the brightest: the role of university accounting programs and state CPA societies. **Issues in Accounting Education**, v. 12, n. 2, p. 299-314, 1997.

GLITZ, B. **Focus Groups for Libraries and Librarians**. New York: Forbes Custom Publishing, 1998.

HAMILTON, D.; SHERMAN, J. Stereotypes. In: WYER, R.; SRULL, T. (Eds.). **Handbook of social cognition**, v. 2. Hillsdale: Erlbaum, 1994.

HARDIN, J. R.; O'BRYAN, D.; QUIRIN, J.J. Accounting versus engineering, law, and medicine: perceptions of influential high school teachers. **Advances in Accounting**, v. 17, p. 205-220, 2000.

HARRIS INTERACTIVE. Firefighters, Scientists and Doctors Seen as Most Prestigious Occupations. Real estate brokers, Accountants and Stockbrokers are at the bottom of the list. 2009. Disponível em: <<http://www.harrisinteractive.com/vault/Harris-Interactive-Poll-Research-Pres-Occupations-2009-08.pdf>> Acesso: 06/08/10

HAZELL, M. Would you like your child to become an accountant? **Management Accounting**, v. 76, n. 11, p. 56, 1998.

HINTON, P. R. **Stereotypes, cognition and culture**. Hove: Psychology Press, 2000.

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.

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.

HOOPER, K; KEARINS, K; WELLS, P. Tax agent, bean counter or cost controller: What do clients think of their accountants. In: AFAANZ CONFERENCE, 2009, Adelaide. **Anais...** Adelaide: AFAANZ CONFERENCE, 2009.

HOUAISS, A. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

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.

HURWORTH, R. Photo-interviewing for Research. **Social Research Update**, n. 40, University of Surrey, 2003. Disponível em: <<http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU40.pdf>>. Acesso em: 11/11/09.

IMADA, A. S.; FLETCHER, C.; DALESSIO, A. Individual Correlates of an Occupational Stereotype: A Reexamination of the Stereotype of Accountants. **Journal of Applied Psychology**, v. 65, n. 4, p. 436-439, 1980.

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.

_____. Going to the movies: accounting and twentieth century cinema. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 22, n. 5, p. 677-708, 2009.

KERLINGER, F. N. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: EPU, 1980.

KRUEGER, R.; CASEY, M. **Focus groups: a practical guide for applied research**. 3rd ed. Newbury Park: Sage, 2000.

LAROUSSE. **Dicionário de Filosofia**. Trad. José Américo da Motta Pessanha. Larousse do Brasil, 1969.

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

MAISONNEUVE, J. **La psychologie sociale**. Paris: P.U.F., 1971.

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

MCDONALD, K. S.; HITE, L. M. The next generation of career success: implications for HRD. **Advances in Developing Human Resources**, v. 10, n.1, p. 86-103, 2008.

MCPHERSON, B. Correlating student's personality types with their rating of topics covered in business communication classes. **Business Communication Quarterly**, v. 62, n. 3, p. 46-53, 1999.

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

MICHAELS, N. M. N. C.; LEVAS, M. G. The relationship of personality traits and self-monitoring behavior to choice of business major. **Journal of Education for Business**, v. 78, n. 3, p. 153–57, 2003.

MICHELL, L. Combining focus groups and interviews: telling how it is; telling how it feels. *In*: BARBOUR, R.; KITZINGER, J. (Eds.) **Developing Focus Group Research**. London: Sage, 1998.

MYBURGH, J. E. An empirical analysis of career choice factors that influence first-year accounting students at the University of Pretoria: a cross-racial study. **Meditari Accountancy Research**, v. 13, n. 2, p. 35-48, 2005.

MYERS, D. G. **Psicologia social**. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

MYERS, R. How CFOs stretch boundaries. **Journal of Accountancy**, v. 193, n. 5, p. 75-81.

NOEL, M. N.; MICHAELS, C.; LEVAS, M. The relationship of personality traits and self-monitoring behavior to choice of business major. **Journal of Education for Business**, v. 78(3), p. 153-157, 2003.

OAKES, P. J.; HASLEM, S. A.; TURNER, J. C. **Stereotyping and social reality**. Oxford: Blackwell, 1994.

PAOLILLO, J. G.; ESTES, R. W. An empirical analysis of career choice factors among accountants, attorneys, engineers, and physicians. **The Accounting Review**, v. 57, n. 4, p. 785-793, 1983.

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

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: 11/11/09.

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

ROBERT, R. M. The accountant in literature. **Journal of Accountancy**, v.103, p.64-66, 1957.

ROSCH, E. Human Categorization. *In*: WANER, N. (Ed.) **Studies in cross-cultural psychology**, v.1. London: Academic Press, 1977.

SACKETT, P. R.; HARDISON, C. M.; CULLEN, M. J. On interpreting stereotype threat as accounting for African American-White differences on cognitive tests. **American Psychologist**, v. 59, n. 1, p. 7–13, 2004. Disponível em: <http://www2.uni-jena.de/svw/igc/studies/ss03/sackitt_hardison_cullen_2004.pdf>. Acesso em: 29/11/09.

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.

SCHLOEMER, P. G; SCHLOEMER, M. S. The personality types and preferences of CPA firm professionals: an analysis of changes in the profession. **Accounting Horizons**, v. 11, p. 24-39, 1997.

SCHMADER, T., JOHNS, M., & BARQUISSAU, M. The costs of accepting gender differences: The role of stereotype endorsement in women's experience in the math domain. **Sex Roles: A Journal of Research**, v. 50, p. 835-850, 2004.

SHACKLETON, V. The accountant stereotype: myth or reality? **Accountancy**, v. 91, p. 122-123, 1980.

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

STACEY, N. A. H. The accountant in literature. **The Accounting Review**, v. 33, n.1, p.102-5, 1958.

STANGOR, C. Volume Overview. *In*: STANGOR, C. (Ed.). **Stereotypes and Prejudice**. Philadelphia: Psychology Press, 2000.

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. Disponível em: <<http://content.apa.org/journals/psp/69/5/797>>. Acesso em: 29/11/09.

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.; BOLAND, G.; CILLONI, A. Factors influencing students' choice of an accounting major in Australia. **Accounting Education**, v. 17, p.S37-S54, 2008.

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.

VAIVIO, J.; KOKKO, T. Counting big: Re-examining the concept of the bean counter controller. **The Finnish Journal of Business Economics**, v.1/06, p.49-74, 2006.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

WARNER, A. Well, Has Monty Python Got it Right? **Management Accounting**, p. 16-19, 1979.

WELLS, P. K.; FIEGER, P. High school teachers' perceptions of accounting: an international study. **Australian Journal of Accounting Education**, 12, n. 1, p. 29-51, 2006.

WILLIAMS, A.; KATZ, L. The use of focus group methodology in education: some theoretical and practical considerations. **International Electronic Journal for Leadership in Learning**, v. 5, p. 3, 2001. Disponível em: <<http://www.ucalgary.ca/iejll/Vol.5/katz.html>>. Acesso em: 11/11/09.

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.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – Protocolo das questões – Grupo de foco

APÊNDICE 2 – Protocolo das questões – Escolha dos desenhos em pesquisa de campo

APÊNDICE 3 – Protocolo das questões – Evocação de palavras em pesquisa de campo

APÊNDICE 4 – Formulário de coleta de dados – Pesquisa de campo

APÊNDICE 1 – Protocolo das questões – Grupo de foco

CR1) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e criatividade, de forma positiva, quais palavras lhe vêm à mente?”

CR2) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e criatividade, de forma negativa, quais palavras lhe vêm à mente?”

DE1) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e dedicação aos estudos, de forma positiva, quais palavras lhe vêm à mente?”

DE2) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e dedicação aos estudos, de forma negativa, quais palavras lhe vêm à mente?”

TE1) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e trabalho em equipe, de forma positiva, quais palavras lhe vêm à mente?”

TE2) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e trabalho em equipe, de forma negativa, quais palavras lhe vêm à mente?”

CO1) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e comunicação, de forma positiva, quais palavras lhe vêm à mente?”

CO2) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e comunicação, de forma negativa, quais palavras lhe vêm à mente?”

LI1) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e liderança, de forma positiva, quais palavras lhe vêm à mente?”

LI2) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e liderança, de forma negativa, quais palavras lhe vêm à mente?”

PR1) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e propensão ao risco, de forma positiva, quais palavras lhe vêm à mente?”

PR2) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e propensão ao risco, de forma negativa, quais palavras lhe vêm à mente?”

ET1) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e ética, de forma positiva, quais palavras lhe vêm à mente?”

ET2) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e ética, de forma negativa, quais palavras lhe vêm à mente?”

APÊNDICE 2 – Protocolo das questões – Escolha dos desenhos em pesquisa de campo

Em relação à criatividade, qual desenho representa melhor a sua percepção sobre os profissionais de contabilidade?

Em relação à dedicação aos estudos, qual desenho representa melhor a sua percepção sobre os profissionais de contabilidade?

Em relação à trabalho em equipe, qual desenho representa melhor a sua percepção sobre os profissionais de contabilidade?

Em relação à comunicação, qual desenho representa melhor a sua percepção sobre os profissionais de contabilidade?

Em relação à liderança, qual desenho representa melhor a sua percepção sobre os profissionais de contabilidade?

Em relação à propensão ao risco, qual desenho representa melhor a sua percepção sobre os profissionais de contabilidade?

Em relação à ética, qual desenho representa melhor a sua percepção sobre os profissionais de contabilidade?

APÊNDICE 3 – Protocolo das questões – Evocação de palavras em pesquisa de campo

GERAL) “Se eu lhe digo a palavra contador (a), qual a primeira palavra que lhe vêm à mente?”

CR) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e criatividade, qual palavra lhe vem à mente?”

DE) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e dedicação aos estudos, qual palavra lhe vem à mente?”

TE) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e trabalho em equipe, qual palavra lhe vem à mente?”

CO) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e comunicação, qual palavra lhe vem à mente?”

LI) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e liderança, qual palavra lhe vem à mente?”

PR) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e propensão ao risco, qual palavra lhe vem à mente?”

ET) “Se eu lhe peço para relacionar os profissionais de contabilidade e ética, qual palavra lhe vem à mente?”

A PERCEÇÃO PÚBLICA SOBRE OS CONTADORES: "BEM OU MAL NA FOTO"?

Pesquisador: _____

Data: ____/____/____ Local da coleta:

Horário início: _____ Horário término: _____

Controle de não participantes

Negativa de participação: Abandono na participação: Impossibilidade de seleção:

	(MF)				CR		DE		TE		CO		LI		PR		ET	
N	Gênero	Formação	Escolaridade	Palavra Geral	desenho	palavra	desenho	palavra	desenho	palavra	desenho	palavra	desenho	palavra	desenho	palavra	desenho	palavra
1																		
2																		
3																		
4																		
5																		
N																		

Quadro 1 – Formulário de coleta de dados – Pesquisa de Campo