



São Paulo, 21 a 23 de Julho de 2014

**Novas Perspectivas
na Pesquisa Contábil**

**"Teorias da Informação" e Teoria da Contabilidade: contribuição para
tratamento da informação contábil**

ARIANE FIRMEZA MOTA
Universidade Federal do Ceará

ANTONIO CARLOS DIAS COELHO
Universidade Federal do Ceará

LAANE LIMA QUEIROZ
Universidade Federal do Ceará

“Teorias da Informação” e Teoria da Contabilidade: Contribuição para Tratamento da Informação Contábil

RESUMO

O objetivo do ensaio teórico é estimular reflexões acerca das relações existentes entre teorias da informação – assim denominadas, nesta pesquisa, aquelas que abordam o processo informacional – e a teoria da contabilidade, principalmente quanto ao processo da informação contábil. A literatura revela que a preocupação com o aspecto qualitativo da informação contábil não é nova e aumenta na medida em que o leque de usuários dessas informações se amplia, quer seja pela globalização dos mercados, quer pela revolução nas tecnologias da informação. A revisão teórica das teorias da informação remete às mudanças ocorridas nos padrões nacionais de contabilidade, uma vez que, dentre os impactos das IFRS observados no mercado de capitais e nas empresas, está a transparência e integridade das informações contábeis. Acreditou-se que a adoção ao padrão internacional atenderia à busca pela qualidade informacional ao levar aos usuários informações mais precisa, contribuindo, inclusive, para menores níveis de custo de capital. O processo de comunicação contábil considera a habilidade que os usuários têm para interpretar a informação de forma correta e para isso, as informações contábeis precisam ser coerentes para terem significado e serem úteis. Nessa perspectiva, as teorias da informação podem ser utilizadas para avaliar a Contabilidade na sua função de comunicar informações financeiras aos usuários externos. Além disso, salienta-se que se essa função não for bem realizada, as demonstrações contábeis tornam-se inúteis. Para tanto, busca-se a contribuição de outras teorias no sentido de conduzir o processo da informação contábil, bem como ampliar a utilidade dessa informação. Destaca-se nessa reflexão, que os conceitos apresentados nas teorias da informação e seus múltiplos atributos, integrados ao processo contábil, podem contribuir com o ato comunicativo contábil.

1. INTRODUÇÃO

As relações entre as Teorias da Informação - assim denominadas, nesta pesquisa, teorias que tratam do processo informacional - e a Teoria da Contabilidade ainda são pouco exploradas na literatura contábil, principalmente quanto à busca de definições sobre qualidade informacional contábil; dado que se aponta a redução da assimetria de informações, facilitando comunicação entre gestores e demais *stakeholders*, tais como acionistas, credores, agências reguladoras e analistas de investimentos (Bushman & Smith, 2001, Healy & Palepu, 2001), o que contribuiria para redução da incerteza sobre os desígnios das empresas, contribuindo para menores níveis de custo de capital. Nesta direção, os usuários da informação contábil buscam encontrar sinais que lhes permitam avaliar riscos, prever fluxos de caixa e elaborar e ajustar seus planos de investimentos (Dias Filho & Nakagawa, 2002).

O modelo inicial do ato comunicativo, proposto na Teoria da Comunicação, é constituído de elementos (fonte, emissor, mensagem, canal e receptor) que interagem entre si, influenciando uns aos outros (Shannon & Weaver, 1948). Inserindo a Contabilidade neste modelo, Most (1982) identifica os contadores como emissores que observam os eventos econômicos (fontes), mensuram seus atributos (mensagem) e os comunicam através das demonstrações contábeis (canal) a diversos estratos de usuários (receptores).

Para Iudícibus (1997), a Contabilidade pode ser conceituada como um processo de identificação, mensuração e comunicação de informação econômica, financeira física e social a fim de permitir decisões e julgamentos adequados pelos usuários (receptores) da informação. Ressalta-se a comunicação como um item do processo contábil, sendo inviável sua análise como processo isolado.

Os conceitos relacionados à Teoria da Comunicação atestam que a eficácia de uma mensagem é medida pela quantidade de informação assimilada. Em essência, a informação seria a redução de incerteza e, nesse sentido, a sua validade é determinada medindo o nível de incerteza do usuário entre dois momentos: antes e depois de receber a mensagem (Dias Filho, 2000). Nessa perspectiva, Bedford e Baladouni (1962) posicionam a comunicação como elementos essenciais ao cumprimento das funções da contabilidade e por isso propõem a utilização da Teoria da Comunicação para aprimoramento da qualidade das informações contábeis.

Pesquisas relacionadas ao poder da informação contábil têm foco preponderante no conceito de assimetria informacional que, segundo Healey e Palepu (2001), ocorre quando em determinado modelo de informação financeira ou econômica, algum agente possui informação sobre certa empresa ou ativo em detrimento da informação detida pelos demais agentes, gerando a incerteza para a tomada de decisões. Nota-se que, assim como a Teoria da Comunicação, a eficácia da informação contábil é direcionada pela redução da incerteza do usuário.

Nessa direção, remete-se à Teoria da Sinalização que, apesar de desenvolvida para explicar problemas de informações (ou sinais) no mercado de trabalho (Spence, 1973), é um fenômeno geral aplicável em qualquer mercado com assimetria informacional (Morris, 1987). Segundo Watson, Shrivies e Marston (2002), a Teoria da Sinalização pode também explicar evidenciações voluntárias.

A Teoria do *Disclosure* aborda tais evidenciações. O conjunto total do *disclosure* de uma empresa é composto por informações exigidas por lei, mas também por informações voluntárias que são úteis aos *stakeholders* no processo de tomada de decisões (Avelino, 2013). Para Healy e Palepu (2001), essas informações voluntárias, diga-se *disclosure* voluntário, focalizam o papel informacional dos relatórios financeiros para o mercado de

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

capitais. Neste caso, os gestores de companhias de alta qualidade desejam se diferenciar de empresas com baixa qualidade por meio de evidenciações voluntárias.

As mudanças ocorridas nos padrões nacionais de contabilidade implicam em transformações relevantes na utilidade da informação contábil, passando de uma função de controle patrimonial para uma de comunicação com atributos qualitativos que focam a transparência para os usuários externos (Iudícibus, 2007). Foram trazidas inovações tanto para as demonstrações contábeis quanto para as práticas contábeis, visto que essas normas são baseadas muito mais em princípios do que em regras (Saiki & Antunes, 2010). Conseqüentemente, esta nova abordagem traz impactos substanciais para a profissão contábil, visto que o emissor da informação, o contador, passa a exercer sua capacidade de julgamento, de modo a conduzir o processo de criação e transmissão da informação com mais eficácia (Antunes, Grecco, Formigoni & Mendonça Neto, 2012).

Essas transformações podem ser oriundas de revoluções no processo informacional (Porter & Millar, 1985). Segundo os autores, observam-se reduções de custos, de processamento e transmissão de informações, e estes fatos trazem novas formas aos negócios. Nesse sentido, deve-se entender como a informação é transmitida, armazenada e como pode ser utilizada no processo de tomada de decisões, de modo que o uso adequado dessas informações traga vantagens competitivas (Simon, 1997).

Para cumprir seu objetivo, a Contabilidade deve comunicar aos seus usuários informações relevantes para orientar as decisões desses usuários (Dias Filho, 2000). Nessa perspectiva, o objetivo da pesquisa, é estimular reflexões acerca das relações entre o processo da informação contábil de reconhecimento, mensuração e evidenciação e as teorias da informação, uma vez que estas contribuem com o ato comunicativo. Para Louzada (2002), esta contribuição pode implicar no reconhecimento dos tipos de informações necessárias aos usuários da informação contábil bem como a avaliação de sua habilidade em interpretar adequadamente tal informação.

2. TEORIA DA COMUNICAÇÃO

Esta teoria foi desenvolvida com a finalidade de solucionar problemas técnicos de comunicação e, com o tempo, adquiriu importância considerável em diversos ramos do conhecimento, como na Psicologia, Matemática e Linguística (Matterlart & Matterlart, 2011).

Maffesoli (2003) aborda a comunicação como fenômeno que nos liga ao outro, sendo assim considerado um cimento social. Nessa perspectiva, o autor afirma que só podemos existir e compreendermo-nos na relação com o outro. Assim, a comunicação é sempre fragmentada, negociada, investida de emoções e de sentimentos, articulada entre partes que ora se opõem, ora se complementam.

Segundo Sampaio (2001), a comunicação é a unidade elementar que constitui os sistemas sociais e pode ser entendida como sinal de transmissão; como diálogo; como disputa e como seleção.

a) Comunicação como sinal de transmissão: comunicação vista como um processo de transporte da informação do emissor para o receptor. Assim, as mensagens são tratadas como meros sinais a serem identificados e interpretados.

b) Comunicação como diálogo: sujeitos interagem com fins de obter um entendimento. Dessa forma, a noção de dialogia e a compreensão do entendimento é objetivo da comunicação.

c) Comunicação como disputa: tem como caso exemplar a utilização da metáfora na qual a comunicação se assemelha a um processo de guerra. Nesse tipo de metáfora, os

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

participantes da interação apresentam-se, frente a frente, com o propósito deliberado de derrubar o argumento um do outro.

d) Comunicação como seleção: a comunicação é um sistema fechado completo compreendido como um processo de seleção da informação, seleção da participação dessa informação e a compreensão seletiva dessa participação.

Esse modelo é composto ainda dos seguintes elementos (Bachmann, 2013, Juarez, 2007):

- ✓ Emissor: criador e transmissor da mensagem.
- ✓ Mensagem: instrumento responsável pelo elo entre emissor e receptor, permitindo a veiculação do conteúdo.
- ✓ Código/sinal: sistemas de regras conhecidas por certo grupo de usuários, sendo utilizado para tornar inteligível o conteúdo da mensagem.
- ✓ Canal: garante a circulação da mensagem entre emissor e receptor e possui como requisitos básicos: facilidade de manuseio; reprodução e conservação; e durabilidade e resistência.
- ✓ Receptor: trata-se do destinatário da mensagem, podendo ser caracterizado por um sujeito ou um grupo social.

Para os autores, o sistema de comunicação é constituído por esse conjunto de elementos que assegura a troca de informações. No entanto, vale ressaltar que nem sempre a troca de informações é bem sucedida, podendo existir ruídos que dificultam a compreensão da mensagem pelo receptor, como por exemplo, o barulho ou mesmo uma voz muito baixa. O ruído pode ser também de ordem visual, como borrões e rabiscos.

Nesse sentido, é necessário que exista um assunto a ser transmitido, um indivíduo que fale e outro que interprete a mensagem para que a comunicação possa ser efetivamente estabelecida. Outros autores também acrescentam o canal como elemento importante, podendo este ser a fala, a escrita ou sinais. É importante também assinalar que os emissores filtram e selecionam a mensagem a transmitir (Juarez, 2007), levando-se em conta a credibilidade do emissor, uma vez que uma mesma mensagem pode ter interpretações diferentes. Além disso, a credibilidade da mensagem tem a ver com a realidade do conteúdo. Assim, para que se produza um bom intercâmbio é necessário que o emissor e o receptor compartilhem o mesmo sistema de signos (Juarez, 2007).

Ainda segundo o autor, é necessário também que exista concordância entre as intenções do emissor e as expectativas do receptor. Qualquer modificação que se produza entre eles gerará tensão. Em toda comunicação se produz uma distorção devido ao ruído que supõe a interferência que media a transmissão da mensagem e a recepção da mesma.

Os conceitos da Teoria da Comunicação atestam que a eficácia de uma mensagem é medida pela quantidade de informação assimilada. Em essência, informação é redução de incerteza e, nesse sentido, a sua validade é determinada medindo o nível de incerteza do usuário entre dois momentos: antes e depois de receber a mensagem. Se o usuário da mensagem não conseguir interpretá-la, não se pode dizer que tenha ocorrido uma comunicação, pois isto somente se concretiza se o código utilizado pelo emissor estiver sido compreendido pelo receptor, se assim não for a informação será apenas um ruído sem qualquer valor semântico (Dias Filho, 2000).

Segundo Dias Filho (2000), a compreensão das informações é um dos requisitos necessários para que a Contabilidade cumpra bem a sua missão. Em seu estudo sobre a linguagem contábil, o autor verifica que o usuário das informações contábeis geralmente não consegue compreender perfeitamente o significado de muitos termos. Nesse sentido, sugere-se o uso de uma linguagem inteligível, que permita ao usuário assimilar o seu conteúdo.

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

Iudicibus (1997) afirma que o processo de comunicação contábil considera a habilidade que os usuários têm para interpretar a informação de forma correta. Nessa mesma linha de raciocínio, Hendriksen e Breda (1999) ressaltam que devido às limitações de atenção e da capacidade de compreensão das pessoas, os dados contábeis precisam ser resumidos para terem significado e serem úteis.

Complementarmente, Smith & Smith (1971) explicam que os princípios dessa teoria podem ser utilizados para avaliar se a Contabilidade está cumprindo adequadamente a função de comunicar as informações financeiras. Além disso, salientam que se essa função não for bem realizada, os demonstrativos contábeis tornam-se inúteis.

Um dos grandes obstáculos, nessa ótica, é de que os contadores possuem diferentes opiniões sobre a melhor maneira de se registrarem e comunicarem os eventos econômicos. Por este motivo, percebeu-se que os usuários das informações contábeis possuem dificuldades para captar corretamente as mensagens emitidas pelos profissionais da Contabilidade.

Iudicibus (1997) destaca que é importante utilizar, nas demonstrações contábeis, uma terminologia clara e relativamente simplificada. Por fim, verifica-se que a Contabilidade deveria utilizar esses conceitos com maior intensidade para obter melhores resultados nas tentativas de adequar a sua linguagem à capacidade de compreensão do usuário.

3. TEORIA DA SINALIZAÇÃO

A Teoria da Sinalização trata da assimetria informacional nos mercados, de modo a demonstrar como esta pode ser dirimida a partir da sinalização de informações emanadas das empresas para o mercado. Apesar de a referida teoria ter se desenvolvido para explicar problemas de informações (ou sinais) no mercado de trabalho (Spence, 1973), a sinalização é um fenômeno geral aplicável em qualquer mercado com assimetria informacional (Morris, 1987).

Sob a perspectiva do ambiente de trabalho, a Teoria se posiciona quando empregadores selecionam seus agentes. Aqueles avaliam o quanto cada candidato estaria oferecendo de produtividade e ofereceriam para cada um, o salário correspondente. O problema está em saber qual o agente possui maior e menor potencial. Em princípio, todos os candidatos teriam a mesma capacidade. No entanto, cada agente teria a informação privada referente a sua capacidade. Nessa direção, todos os candidatos seriam avaliados igualmente pelo empregador que poderia remunerar cada agente igualmente. Nesse caso, a parte detentora da informação privada, enviará um sinal por meio de uma ação que seja observável pela parte oposta, sinalizando de forma crível a qualidade e valor de seu produto ou serviço.

O modelo de Spence (1973) prevê um aparato conceitual onde a sinalização de algumas características (educação, experiência, raça e sexo, por exemplo) pode ser determinante para o contratante e, assim, diferenciar os candidatos. A Teoria consiste, portanto, numa reação à assimetria informacional nos mercados, no caso específico entre empregadores e empregados.

O contexto geral da teoria da sinalização e dos modelos desenvolvidos é caracterizado dentro das relações de mercado e na economia da informação, nas quais podem existir situações de assimetrias entre partes interessadas em formular um contrato. Quando uma das partes possui mais informações que a outra de modo a obter vantagem competitiva na transação têm-se caracterizada uma relação assimétrica. Essa condição leva os participantes do processo, agente e principal, à possibilidade de incorrer em duas situações inerentes à existência de informação assimétrica, a seleção adversa e risco moral.

A seleção adversa é também conhecida como o problema dos “limões” devido à formulação original de Akerlof (1970), *Market for lemons*. Em sua proposição, o autor argumenta que, no caso de informação assimétrica, o dono de um carro usado é melhor

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

informado sobre a qualidade do seu carro que o possível comprador. O carro pode ser um carro de má qualidade, simbolizado por um *lemon*. Assim, a qualidade do carro é informação privada do proprietário e, portanto, é a fonte do problema da seleção adversa. Nesse caso, quanto mais carros de má qualidade estiverem no mercado, menor será o nível de qualidade e, portanto, menores serão os preços dos carros usados; já que se torna difícil vender o carro usado de boa qualidade a um preço justo.

Ainda sobre o problema da seleção adversa e de acordo com Dye (1985), os investidores atuais preferem agentes que adotam políticas desenhadas para aumentar o valor de mercado de suas ações. Uma vez que o valor de mercado da firma antes e depois de cada divulgação da informação é publicamente observado, em princípio, os investidores poderiam elaborar contratos de incentivo que encorajassem os gerentes a suprimir informação desfavorável ao valor da firma e a divulgar informação que aumenta o preço da firma. No entanto, se os investidores sabem que o agente detém informação a qual não tem sido divulgada, eles vão inferir corretamente que o preço de mercado atual da firma superestima o valor da firma, baseados na informação privada detida pelo agente. Desse modo, os investidores vão revisar para baixo as suas demandas pelas ações da firma, e o preço da firma vai cair precipitadamente até que o gerente divulgue a informação.

O risco moral ocorre, principalmente, segundo Kreps (1990), quando uma parte de uma transação tomar certas ações que afetem a avaliação de outras partes da transação, sendo que a outra parte não pode monitorar ou fazer cumprir o contrato ou acordo. A solução para o problema é o uso de incentivos, de forma que a parte que executa a ação, irá, em seu próprio benefício, tomar ações que a segunda parte iria (relativamente) preferir.

Segundo Watson *et al.* (2002), a Teoria da Sinalização pode também explicar evidenciações voluntárias. Neste caso, os gestores de companhias de alta qualidade desejam se diferenciar de empresas com baixa qualidade por meio de evidenciações voluntárias. Para sinalizar a qualidade com sucesso, os gestores entendem que esse sinal precisa ser confiável (Watson *et al.*, 2002).

Ainda no contexto do mercado de capitais, a Teoria da Sinalização pode ser vinculada às práticas de governança corporativa, à medida que práticas diferenciadas de governança corporativa seriam capazes de influenciar as atividades dos analistas de mercados. Como o trabalho desses analistas depende de um modo geral das informações divulgadas pelas empresas, é possível que exista um vínculo entre a qualidade do sinal emitido (adoção de práticas diferenciadas de governança corporativa e a acurácia das previsões dos analistas de mercado (Dalmácio, 2009). Segundo o autor, os sinais emitidos pela adoção das práticas diferenciadas representam parâmetros na mudança da probabilidade condicional que definem as crenças, tanto dos analistas, na elaboração de suas previsões e recomendações, quanto dos investidores, na escolha de seus investimentos.

4. TEORIA DA DIVULGAÇÃO

Destaca-se inicialmente que para o entendimento do termo divulgação ou ainda evidenciação, reporta-se ao termo *disclosure*. Desse modo, ambas as palavras, divulgação, evidenciação e *disclosure*, são tidas com sinônimos.

O conjunto total do *disclosure* de uma empresa é composto por informações exigidas por lei, mas também por informações voluntárias que são úteis aos *stakeholders* no processo de tomada de decisões. Assim, o *disclosure* pode ser compulsório, quando as informações requeridas pela legislação ou por órgãos reguladores, e voluntário, quando não existe a obrigatoriedade de evidenciar determinadas informações (Avelino, 2013).

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

Dantas, Zendersky e Niyama (2004) salientam que *disclosure* não implica somente em divulgar, mas divulgar com qualidade, oportunidade e clareza. Assim, para alcançar a transparência pretendida com a evidenciação, a instituição deve divulgar informações qualitativas e quantitativas que possibilitem aos usuários formar uma compreensão das atividades desenvolvidas e dos seus riscos, observando aspectos de tempestividade, detalhamento e relevância.

Cruz e Lima (2010) afirmam que o *disclosure* pode influenciar o comportamento dos usuários, uma vez que, de um lado afeta a percepção dos agentes econômicos em relação ao risco que a empresa oferece, influenciando no processo de alocação de recursos e estabelecimento dos preços dos títulos; por outro lado, influencia decisões quanto ao nível de evidenciação, considerando o custo do fornecimento dessas informações para a companhia.

Ademais, Guttentag (2004) argumenta que com o aumento da divulgação, os investidores não terão que confiar demasiadamente em sinais indiretos de criação de valor. A evidenciação, também, irá reduzir a quantidade de informações a que os gestores têm acesso exclusivo, reduzindo a possibilidade de que estes se beneficiem do conhecimento de informações privilegiadas. Assim, a divulgação de informações por uma empresa poderia reduzir os custos de agência associados à expropriação de informações concernentes à firma.

Nesse sentido, tem-se na Teoria da divulgação o foco na assimetria informacional entre controladores e usuários externos à medida que essa assimetria cria demanda para o *disclosure* corporativo (Francis, Nanda & Olson, 2008). Este, por sua vez, pode ser entendido como o canal de transmissão da empresa para o mercado (Zhang, 2008).

Destaca-se o trabalho de Verrecchia (2001) para o estudo da Teoria da Divulgação, apresentado de acordo com uma abordagem analítica descrevendo os modelos matemáticos desenvolvidos pela teoria para explicar e prever fenômenos relacionados ao *disclosure*. O autor classifica os trabalhos existentes sobre o tema em três categorias: Pesquisa sobre Divulgação Baseada em Associação (*association-based disclosure*); Pesquisa sobre Divulgação Baseada em Eficiência (*efficiency-based disclosure*); e Pesquisa sobre Divulgação Baseada em Julgamento (*discretionary-based disclosure*).

Na divulgação baseada em associação busca-se examinar a relação e os efeitos dos *disclosure* nos agentes durante o evento do *disclosure*. Esta envolve trabalhos cuja preocupação central consiste em estudar os efeitos exógenos do *disclosure* nas mudanças das ações individuais de investidores que competem no ambiente do mercado de capitais, principalmente por meio do comportamento dos preços dos ativos em equilíbrio e do volume de negociação (Verrecchia, 2001).

A divulgação baseada em eficiência tem por objetivo verificar se existem arranjos eficientes no *disclosure* que seriam preferidos incondicionalmente. Desse modo, discute-se que tipos de informações são preferidas e mais eficientes, considerando-se a ausência prévia da informação (Verrecchia, 2001). Lima (2007) discute, ainda, que em pesquisas sobre divulgação baseada em eficiência, visualizam-se os estudos que recomendam a informação como redução da assimetria e verificam sua relação com a *performance* econômica das empresas.

Quanto à divulgação baseada em julgamento, analisa-se a discricionariedade que os gestores exercem com relação às decisões de *disclosure* (Múrcia & Santos, 2009). Essa categoria analisa a forma como os administradores e/ou empresas exercem discricionariedade no que diz respeito à divulgação de informações sobre as quais eles possam ter conhecimento (Verrecchia, 2001). A principal característica desse tipo de estudo consiste em tratar o processo de divulgação como um evento endógeno, assumindo que a administração pode optar entre divulgar ou não determinada informação (Lima, 2009).

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

A partir da caracterização apresentada, Dye (2001) afirma que, quanto ao *disclosure* obrigatório, a literatura existente não está suficientemente amadurecida para merecer o *status* de teoria. No entanto, quando se trata de *disclosure* voluntário, a teoria já se encontra em um estágio avançado, podendo ser considerada como desenvolvida. A teoria da divulgação voluntária é um caso especial da teoria dos jogos com a seguinte premissa central: qualquer entidade que considere a possibilidade de uma divulgação, divulgará informações que lhe sejam favoráveis, e não divulgará informações desfavoráveis para a companhia. O raciocínio é que o *disclosure* só ocorre se os benefícios gerados pela divulgação das informações voluntárias (redução do custo de capital, aumento da liquidez das ações) sejam superiores aos seus custos (custo de elaboração e publicação das demonstrações, custos de propriedade). De acordo com Verrechia (2001) uma teoria abrangente precisaria reconhecer todos esses aspectos, abordando de modo apropriado o papel da eficiência, dos incentivos e a endogeneidade do processo de mercado.

5. TEORIA DA INFORMAÇÃO

Também chamada de Teoria matemática da comunicação, foi proposta pelos engenheiros Claude Elwood Shannon e Warren Weaver, nos anos de 1940, com a finalidade de solucionar questões técnicas de armazenamento e circulação de informação. Eles foram os primeiros a considerar comunicação como um problema matemático rigorosamente embasado na estatística (Coutinho, 2004).

Esta teoria é um ramo da probabilidade que lida com sistemas de comunicação, codificação, correção de erros e compressão de dados. Também é objeto de estudo da Ciência da Informação, sendo este campo um território multifacetado, pois a informação depende do contexto e da devida aplicação em determinada área (Pinheiro, 2004).

Pelegri (2009) ressalta que, para a referida teoria, a questão acerca do significado do que está sendo transmitido não é o mais importante. Sabendo que a abordagem dos sistemas ocorre pelo viés da engenharia, o importante não é o quê, mas quanto está sendo transmitido.

Inicialmente, é necessário compreender as distinções entre dado, significado, informação e conhecimento. Para Pinheiro (2004), dado é a mensagem bruta que por si só não constitui conhecimento, no sentido de compreensão. Dessa forma, precisa ser devidamente interpretado para que possa gerar uma informação útil.

Segundo Nöth e Gurick (2011), o significado é um elemento necessário para uma mensagem ser informativa, mas não é uma condição suficiente. Assim, uma enunciação pode ter significado, mas não obter informação. Este é o caso de uma mensagem cujo conteúdo já é conhecido; então, enquanto todos os sinais são significativos, apenas aqueles que têm conhecimento novo são informativos.

Para Zeman (1970), a etimologia da palavra informação, refere-se a uma forma de representar, de apresentar ou de criar uma ideia. A informação, por sua vez, pode ser definida como aquilo que apresenta conhecimento novo acerca de fatos. Nesse sentido, Nöth e Gurick (2011) complementam que informação é algo que pode ser veiculado de forma verbal ou não verbal e não é apenas uma questão de significado, mas também de comunicação.

Já o conhecimento tem uso excepcionalmente difuso. Pinheiro (2004) explica a diferença entre ser informado e ter conhecimento. É que o primeiro como algo externo, pode ser recebido, e o segundo, interno, não pode ser recebido e é criado internamente. Dessa forma, a passagem de informação para conhecimento corresponde à informação compreendida e assimilada pelo receptor.

Um ponto relevante nessa teoria são as contribuições dos autores seminais do tema Shannon e Weaver (1948) cita que o problema das comunicações é reproduzir com exatidão

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

uma mensagem em um determinado ponto que, por sua vez, foi originada em um outro ponto. A partir dessa publicação, introduziram-se os conceitos de informação mútua, de entropia da informação e da criação do *bit* como unidade fundamental da informação. A informação mútua é a medida da quantidade de informação, de incerteza entre o emissor e o receptor.

Segundo Shannon e Weaver (1948), a entropia é o conjunto de possibilidades ou, ainda, a variabilidade de eventos. Por exemplo, a entropia contida em um simples “cara ou coroa” é relativamente pequena: são dois os estados possíveis. Já em um sorteio de uma letra do alfabeto, a variabilidade é muito maior: 23 são as possibilidades. Assim, quanto mais complexo o sistema de informação, maior será sua entropia. Para Pelegrini (2009), tal aspecto da entropia revela uma das grandes vantagens em se trabalhar com bits, pois a transmissão destes se torna mais resistente aos efeitos da distorção ou do ruído em função de sua entropia ser menor.

E o *bit*, para Epstein (2003) é a quantidade de informação ou redução da incerteza proveniente da seleção de um entre dois eventos. Shannon e Weaver (1948) apontam a vantagem prática do *bit* em função da tecnologia da época: um bit é o que determina se um relé está aberto ou fechado; da mesma forma, um bit é o que determina se o telégrafo emitiu um bip curto ou um longo. Hoje, os bits se manifestam na sequência de 0 e 1 que compõem a informação digital.

Ao assumir o bit como unidade de medida, os autores estabeleceram a fórmula da quantificação da informação: $i = \log_2 n$. Em que “n” é o número de eventos ou sinais possíveis e “i” é a quantidade de informação em bits (Pelegrini, 2009).

Na mesma linha de raciocínio, outro elemento importante da teoria da informação é a quantificabilidade relativa da informação. Assim, o nível de informação de uma mensagem irá depender do conhecimento do receptor. (Nöth & Gurick, 2011). Para os autores, embora o conteúdo informativo de uma proposição não possa ser medido em si mesmo, é possível determinar, entre duas proposições, qual delas carrega mais ou menos informação sobre determinado estado de coisas. Se, por um lado, para um receptor, nada pode ser informativo, por outro, pode ter visão oposta.

Neste artigo seminal foi também apresentado um modelo linear de comunicação simples, mas muito eficiente na solução dos problemas técnicos da comunicação. Dentro dessa perspectiva, existe sempre uma fonte que produz a mensagem, um emissor (aparelho transmissor), a partir do qual a mensagem é convertida em sinal, esse viaja por meio de um canal, ao longo do qual pode ser perturbado por um ruído. Em seguida, o sinal é captado por um decodificador ou receptor, que converte o sinal em mensagem, compreendida pelo destinatário (Pelegrini, 2009).

Segundo Shannon e Weaver (1948), esta teoria expandiu-se em três níveis: técnico, semântico e eficácia. O primeiro inclui características técnicas dos dispositivos para uma boa transmissão da informação. O segundo refere-se não ao sentido da mensagem, mas se o que é transmitido é aquilo que é recebido. E o último, diz respeito à transmissão clara, sem ruído, com que a mensagem é recebida. Nesse sentido, a teoria da informação visa a precisão e a eficácia do fluxo informativo, procurando não beneficiar apenas à área da engenharia, mas servir de referência a qualquer âmbito da comunicação (Pelegrini, 2009).

6. ECONOMIA DA INFORMAÇÃO

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

O estudo da informação está no âmbito da Teoria da Informação, descrita anteriormente. Preocupava-se naquele momento com a quantidade de informação suportável por um dado canal, em busca de prever e corrigir as distorções que pudessem ocorrer durante a transmissão. Para Lastres e Albagli (1999), as transformações vividas nas duas décadas finais desse século provocaram mudanças significativas nas formas de produção e distribuição de informação e conhecimentos, expondo ainda mais a dificuldade dos enfoques teórico-conceituais darem conta dessa questão.

A preocupação com o uso da informação nos negócios é um assunto que está na pauta da academia há algum tempo. Acredita-se que a organização baseada na informação é o modelo de organização do futuro: fundamentada no conhecimento e formada por especialistas (Drucker, 1993). Porter e Millar (1985) afirmam que as transformações nas organizações eram oriundas da “revolução da informação”. Segundo os autores, observam-se reduções de custos, de processamento e transmissão de informações, e estes fatos trazem novas formas aos negócios. Nesse sentido, deve-se entender como a informação é transmitida, armazenada e como pode ser utilizada no processo de tomada de decisões, de modo que o uso adequado dessas informações traga vantagens competitivas (Simon, 1997).

Dentre as propostas oferecidas para compreensão do papel da informação e do conhecimento na economia, destacam-se os modelos e análises desenvolvidos na área da economia da informação para os quais se faz necessária a distinção entre informação e conhecimento. Vale ressaltar que a economia da informação surgiu a partir de proposições opostas à Teoria Neoclássica que tinha a tecnologia da informação como fator externo, assemelhando-a a mercadoria que podia ser vendida ou transferida, e que empregava informação e conhecimento como palavras sinônimas. É necessário, também, destacar o sentido econômico de ambas as palavras. Ao contrário de economistas ortodoxos, a economia da informação aponta a importância de esforços explícitos para a geração de novos conhecimentos como também para a introdução e difusão no processo produtivo (Lastres & Albagli, 1999). Para os autores, as mudanças de paradigmas inauguram uma nova era econômica que envolve a criação de setores e atividades, novas formas de gerar e transformar conhecimentos e informações, produzir e comercializar bens e serviços, definir e implementar estratégias e políticas, assim como mensurar, regular e promover as atividades econômicas.

Castells (1999) aponta para a inauguração de um novo tipo de economia: a economia informacional, que se articula em consonância com uma importante revolução tecnológica: as tecnologias da informação. O papel importante do conhecimento e da informação é apontado pelo autor como principal característica dos novos sistemas econômicos avançados, transcendendo a importância econômica de outras eras.

Nessa direção, muito se tem falado a respeito de uma nova economia em um ambiente de rápidas transformações e novos tipos de negócios. A principal característica seria a quantidade de informações a serem processadas por uma organização, que cresceu muito quando comparada ao montante que se processava há alguns anos. O advento da Internet e a possibilidade de realizar negócios de formas diversas fizeram surgir uma preocupação quanto ao processamento de informações necessárias à tomada de decisões no ambiente de negócios da empresa (Cohen, 2002).

Nesse cenário, a informação é utilizada de diversas formas. Usa-se a informação para saber como agem os clientes, para controlar estoques e aumentar a produtividade. A informação pode ser considerada um ativo, ou simplesmente uma ferramenta de suporte à decisão. Em diversas publicações, a informação é tratada com finalidades comuns, mas nem sempre explícitas (Cohen, 2002). Para a análise informacional, a informação é um agente dissipador de incertezas cujo objetivo é proporcionar alterações no comportamento das pessoas, reduzindo a incerteza (Westphal, 1998).

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

No modelo de análise da informatização da empresa, por exemplo, percebe-se a redução de custo como característica do primeiro estágio desse processo evolutivo na organização. Com o tratamento automático da informação, a organização é capaz de adquirir economia de escala, que lhe proporcionará a redução de custo de operação. A informação é, portanto, capaz de alterar os custos em qualquer parte da cadeia de valor de uma firma (Porter & Millar, 1985).

A revolução informacional é reconhecida como marco importante para as ciências sociais aplicadas pela forma como disponibilizará a informação para as organizações (Cavalcanti, 1995) à medida que fornece a visão geral das mesmas para todos os seus interessados.

7. AS “TEORIAS DA INFORMAÇÃO” APLICADAS À INFORMAÇÃO CONTÁBIL.

Reconhecendo que a comunicação é elemento essencial ao cumprimento das funções inerentes à contabilidade, propõe-se que se utilizem as teorias da informação na condução do processo informacional contábil. A revisão teórica das teorias da comunicação permite observar que essas teorias são aplicadas em diversos campos, como à psicologia, à biofísica e à economia e ao ambiente de trabalho.

De acordo com Berlo (1960), desde que haja um objetivo a comunicar uma informação, uma resposta a obter ou um comportamento a modificar através do ato comunicativo, espera-se deste a maior fidelidade possível. Na medida em que se reconhece o papel da contabilidade ao comunicar eventos que afetam o patrimônio das empresas, espera-se que tais informações consigam estabelecer uma comunicação eficaz entre a empresa e os diversos agentes com que ela interage, tais como acionistas, clientes, fornecedores e governo que se apoiam na evidenciação contábil na tomada de decisões (Dias Filho & Nakagawa, 2001).

Partindo da Teoria da Comunicação, que analisa o ato comunicativo através da interação dos elementos (emissor, mensagem, código, canal e receptor), uma questão parece inevitável: a comunicação como elemento essencial ao cumprimento das funções da contabilidade, pode contribuir para o aprimoramento da qualidade das informações contábeis. Segundo Pereira, Fragoso e Ribeiro Filho (2004), esses elementos, no âmbito da contabilidade, podem ser representados pelo contador (emissor); pelas informações qualitativas e quantitativas que são apuradas pelos registros dos eventos econômico-financeiros (mensagem); pelas sintaxes contábeis numéricas e a linguagem técnica específica da área (código); pelas demonstrações contábeis e relatórios gerenciais (canal); e pelos *stakeholders* (receptores).

Quanto ao primeiro elemento, o emissor, Dias Filho e Nakagawa (2001), três fatores podem influenciar o seu comportamento, de modo a influenciar a comunicação contábil: (a) habilidade comunicativa; (b) grau de conhecimento; e (c) sistema sociocultural. Ainda segundo os autores, a habilidade comunicativa influencia a capacidade individual de analisar os próprios objetivos e intenções, assim como a capacidade de codificar a mensagem de forma a expressar o que se pretende. Quanto ao nível de conhecimento do emissor, se refere ao conhecimento do emissor sobre determinada informação contábil, de modo que esse conhecimento influencie a qualidade da informação. Quanto à posição no sistema sociocultural, Wolf (2008) destaca que os meios de comunicação (canal) são influenciados por um contexto econômico, social e cultural, além daqueles próprios que detém os meios (emissor) Na época da indústria cultural, a manipulação dos públicos passa pelos meios de comunicação e na visão que ali é disseminada, no qual o espectador é colocado na condição de assimilar as ordens propostas pelas exposições midiáticas.

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

Seguindo a estruturação do ato comunicativo, Dias Filho e Nakagawa (2001) asseveram que o conteúdo da mensagem é a substância escolhida pelo emissor para exprimir seus objetivos. O canal de comunicação contábil utilizaria como meio a divulgação das demonstrações contábeis. Segundo Hendriksen e Breda (1999) essa divulgação deve fornecer informação útil à tomada de decisões racionais de investimentos e de concessão de crédito por investidores e credores. Dias Filho e Nakagawa (2001) explicam que é necessário identificar a melhor forma de atingir esses receptores e, ao mesmo tempo incorrer no menor custo. Essa evidenciação tem sido objeto de discussões na área contábil e caracteriza-se pela publicação de informações consideradas relevantes. Pela Teoria da Sinalização, Dalmácio (2009), propugna que a qualidade da evidenciação contábil pode representar parâmetros na mudança da probabilidade condicional que definem as crenças, tanto de analistas, na elaboração de suas previsões e recomendações, quanto dos investidores, na escolha de seus investimentos.

Segundo Watson *et al.* (2002), a Teoria da Sinalização também pode explicar evidenciações voluntárias. Essas evidenciações, voluntárias ou compulsórias, são denominadas *disclosure* e podem influenciar o comportamento dos usuários dessas informações, pois, se por um lado, afeta a percepção dos agentes econômicos em relação ao risco que a empresa oferece, influenciando no processo de alocação de recursos e estabelecimento dos preços dos títulos; por outro lado, influencia decisões quanto ao nível de evidenciação, considerando o custo do fornecimento dessas informações para a companhia (Cruz & Lima, 2010).

Na Teoria do *Disclosure*, discute-se que tipos de informações são preferidas e mais eficientes, considerando-se a ausência prévia da informação (Verrecchia, 2001). Lima (2007) discute, ainda, que em pesquisas sobre divulgação baseada em eficiência, visualizam-se os estudos que recomendam a informação como redução da assimetria e verificam sua relação com a *performance* econômica das empresas. Informações mais confiáveis e com elevado grau de *disclosure* colocam os investidores em situação de menor risco, o que pode acarretar valorização das ações da empresa. Em situação oposta, fazem com que potenciais financiadores evitem investir seus recursos na entidade.

Assaf Neto (2010) aponta que a transparência torna as empresas mais confiáveis, mais valorizadas e ainda evita fraudes contábeis, práticas administrativas ocultas, dentre outras situações que coloquem a empresa e os seus usuários em risco. Com relação ao conceito de transparência, o autor considera que transparência é forma mais adequada da empresa se relacionar com seus usuários (acionistas, fornecedores, mercado e outros), pois se trata de fornecer informações úteis às pessoas do ambiente tanto interno quanto externo, podendo o grau de confiabilidade das empresas ser medido pelo volume de informações por ela disponibilizada.

Moreira (2009) explica que a qualidade da informação contábil pode ser entendida como características que representam sua utilidade frente às demandas dos diversos tipos de usuários. Ademais, Paulo, Cavalcante e Melo (2012) explicam que a qualidade da informação contábil difere entre empresas em razão da dependência de mercado de capital em relação a outras fontes de financiamento das atividades empresariais, influenciando, assim, o nível de monitoramento do desempenho das companhias através do *disclosure*. Sob a perspectiva da Teoria da Comunicação, a eficácia dessa informação pode ser medida pela quantidade de informação, diga-se pelo *disclosure*, assimilado pelos receptores da informação.

Na Teoria da Informação, essa informação é considerada um conjunto de dados úteis e organizados com isenção de viés; a ausência de viés retira o caráter tendencioso e subjetivo da informação e corrobora a ideia de que poderá ou não servir como instrumento modificador de opinião. Além disso, o efeito dessa informação pode exercer um poder segregativo e modificador de realidades bastante significantes, pois a capacidade de obtê-la com

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

tempestividade, clareza e confiabilidade pode fortalecer e gerar oportunidades para as organizações em um ambiente competitivo (Dias, Das Neves, Oliveira & Martinez, 2004).

Segundo Beuren (1996) a reflexão sobre o papel da informação deve ser estimulada em todas as etapas do processo de gestão, a fim de contribuir para a eficácia da integração entre a definição, execução e avaliação da operacionalização da estratégia empresarial. Essa questão tira o enfoque direcionado densamente ao receptor do ato comunicativo, trazendo a responsabilidade para o emissor da informação, no caso o contador, por eventuais falhas no processamento da mensagem, representado pela elaboração das demonstrações contábeis.

Nessa direção, destacam-se os modelos e análises desenvolvidos na área da economia da informação para os quais se faz necessária a distinção entre informação e conhecimento. As mudanças de paradigmas inauguram uma nova era econômica que envolve novas formas de gerar e transformar conhecimentos e informações, produzir e comercializar bens e serviços, definir e implementar estratégias e políticas, assim como mensurar, regular e promover as atividades econômicas (Beuren, 1996).

Nesse contexto, aponta-se para a inauguração de um novo tipo de economia: a economia informacional, que se articula em consonância com uma importante revolução tecnológica: as tecnologias da informação. O papel importante do conhecimento e da informação é apontado por Castells (1999), como principal característica dos novos sistemas econômicos avançados, transcendendo a importância econômica de outras eras.

Essa transformação é irreversível e por isso não há espaço para profissionais (emissores) meramente tecnicistas, sendo exigíveis novas habilidades e novos conhecimentos capazes de interagir com os usuários da informação (receptores) de modo a contribuir com a eficácia do processo da informação contábil (Beuren, 1996).

REFERÊNCIAS

- Antunes, M. T. P., Grecco, M. C. P., Formigoni, H. & Mendonça Neto, O. R. (2012). A adoção no Brasil das normas internacionais de contabilidade IFRS: o processo e seus impactos na qualidade da informação contábil. *Revista de Economia & Relações Internacionais*, 10(20), 5-19.
- Akerlof, G. A. (1970). The market for "Lemons": quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488-500.
- Assaf Neto, A. (2010). *Finanças corporativas e valor*. São Paulo: Atlas, 2010.
- Avelino, B. C. (2013). *Características explicativas do nível de disclosure voluntário de municípios do estado de Minas Gerais: uma abordagem sob a ótica da teoria da divulgação*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil.
- Bachmann, R. K. B. (2013); *Otimismo e desempenho: análise linguística em companhias brasileiras de capital aberto*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, Brasil.
- Bedford, N. M. & Baladouni, V. (1962). A communication theory approach to accountancy, *Accounting Review*, 37(4), 650-659.
- Berlo, D. (1960). *The Process of communication: An introduction to theory and practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Beuren, I. M. (1996). A informação como suporte ao processo de avaliação do desempenho da estratégia empresarial. *Revista Brasileira de Contabilidade*, 25(102), 52-63.

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

- Bushman, R. & Smith, A. (2001). Financial accounting information and corporate governance. *Journal of Accounting and Economics*, 32(1), 237-334.
- Castells, M. (1999). *A Era da Informação: economia, sociedade e cultura*, São Paulo: Paz e terra.
- Cavalcanti, E. P. (1995). Revolução da informação: algumas reflexões. *Caderno de pesquisas em Administração*, 1(1), 1-7.
- Cohen, M. F. (2002). Alguns aspectos do uso da informação na economia da informação. *Ci. Inf.*, 31(3), 26-36.
- Coutinho, D. P. (2004). *A teoria da informação: conceito de entropia e sua aplicação*. Recuperado em 18 julho, 2013 de <http://www.deetc.isel.ipl.pt/analisedesainai/ccd/docs/CCD0304FolhasApoio_parte1.pdf>.
- Cruz, C. V. O. A. & Lima, G. A. S. F. (2010). Reputação corporativa e nível de disclosure das empresas de capital aberto no Brasil. *Revista Universo Contábil*, 6(1), 85-101.
- Dalmácio, F. Z. (2009). *Mecanismos de governança e acurácia das previsões dos analistas do mercado brasileiro: uma análise sob a perspectiva da Teoria da Sinalização*. Tese de doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, São Paulo, Brasil.
- Dantas, J. A., Zendersky, H. C. & Niyama, J. K. (2004, setembro). A dualidade entre os benefícios do disclosure e a relutância das organizações em aumentar o grau de evidenciação. *Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Curitiba, Paraná, Brasil, 28.
- Di Benedetto, E. A. N. & Silva, R. N. S. (2008). Análise do nível de transparência das instituições financeiras brasileiras em relação ao acordo com o novo acordo de capitais (Basileia II) - um estudo de caso múltiplo. *Brazilian Business Review*, 5(3), 192-208.
- Dias, C. B. P. A., Das Neves, I. R. B., Oliveira, J. R. S. & Martinez, A. L. (2004). Ruídos na comunicação entre a contabilidade e os seus usuários. *Anais do Congresso USP de Contabilidade e Controladoria*, São Paulo, São Paulo, Brasil, 4.
- Dias Filho, J. M. (2000). A linguagem utilizada na evidenciação contábil: uma análise de sua compreensibilidade à luz da teoria da comunicação. *Caderno de Estudos*, 13(24), 38-49.
- Dias Filho, J. M. & Nakagawa, M. (2001). Análise do processo da comunicação contábil: uma contribuição para a solução de problemas semânticos, utilizando conceitos da teoria da comunicação. *Revista Contabilidade & Finanças*, 15(26), 42-57.
- Dias Filho, J. M. & Nakagawa, M. (2002). A contabilidade sob o enfoque sociológico. *Augusto Guzzo Revista Acadêmica*, 05, 13-22.
- Drucker, P. F. (1993). *As novas realidades: no governo e na política, na economia e nas empresas, na sociedade e na visão do mundo*. São Paulo: Pioneira.
- Dye, R. E. (1985). Disclosure of nonproprietary information. *Journal of Accounting Research*, 23(1), 123-145.
- Dye, R. E. (2001). Na evolution of " essays on disclosure" and the disclosure literature in accounting. *Journal of accounting and economics*, 32, 181-235.
- Epstein, I. (2003). *A teoria da informação*. São Paulo: Ática.

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

- Francis, J., Nanda, D. & Olson, P. (2008). Voluntarily disclosure, information quality, and costs of capital. *Journal of Accounting Research*, 46, 53-99.
- Guttentag, M. D. (2004). An argument for imposing disclosure requirements on public companies. *Florida State University Law Review*, 32. Recuperado em 18 agosto, 2013 de <<http://www.law.fsu.edu/journals/lawreview/downloads/321/Guttentag.pdf>>.
- Healy, P. & Palepu, K. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31(1), 405-440.
- Hendriksen, E. B. & Breda, M. F. V. (1999). *Teoria da contabilidade*. São Paulo: Atlas, 1999.
- Iudícibus, S. (1997). *Teoria da contabilidade*. São Paulo: Atlas.
- Iudícibus, S. (2007). Ensaio sobre algumas raízes profundas da contabilidade. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 1(1), 8-15.
- Juarez, O. U. (2007). Análise dos emissores e receptores na comunicação de massa. *Perspectivas online*, 1(2), 111-120, 2007.
- Kreps, D. M. (1990). *Game theory and economic modeling*. Oxford: Clarendon Press.
- Lastres, H. M. M. (Org.) & Albagli, S. (Org.). (1999). *Informação e globalização na era do conhecimento*. Rio de Janeiro: Campus.
- Lima, G. A. S. F. (2007). *Utilização da teoria da divulgação para avaliação da relação do nível de disclosure com o custo da dívida das empresas*. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, São Paulo, Brasil.
- Lima, G. A. S. F. (2009). Nível de evidenciação x custo da dívida das empresas brasileiras. *Revista Contabilidade & Finanças*, 20(49), 95-108.
- Louzada, L. C. (2002). Fatores que influenciam a capacidade de geração, comunicação e Informação das Demonstrações Contábeis. *Universo Acadêmico*, 2(2), 13-32.
- Macho-Stadler, I. & Pérez-Castrillo, J. D. (1997). *An introduction to the economics of information: incentives and contracts*. New York: Oxford.
- Maffesoli, M. (2003). A comunicação sem fim: teoria pós-moderna da comunicação. *Revista FAMECOS*, 20, 13-20. Recuperado em 25 julho, 2013 de <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3198/2463>>. Acesso em 25 de julho de 2013.
- Matterlart, A. & Matterlart, M. (2011). *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola.
- Moreira, R. L. (2009). *Conservadorismo contábil e abordagem da informação: estudo inferencial em empresas de capital aberto*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil.
- Morris, R. D. (1987). Signalling, agency theory and accounting policy choice. *Accounting and Business Research*, 18(69), 47-69.
- Most, K. S. (1982). *Accounting theory*. Ohio: Grid Publishing.
- Múrcia, F. D. & Santos, A. (2009). Fatores determinantes do nível de disclosure voluntário das companhias abertas no Brasil. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*, 3(2), 72-95.

Novas Perspectivas na Pesquisa Contábil

- Nöth, W. & Gurick, A. (2011). *A teoria da informação de Charles S. Peirce*. Recuperado em: 30 julho, 2013, de <<http://www.pucsp.br/pos/tidd/teccogs/artigos/pdf/edicao5/2-0-artigos-a-teoria-da-informacao-de-csp.pdf>>.
- Paulo, E., Cavalcante, P. R. N. & Melo, I. I. S. L. (2012). Qualidade das informações contábeis na oferta pública de ações e debêntures pelas companhias abertas brasileiras. *Brazilian Business Review*, 9(1), 1-26.
- Pelegri, C. H. (2009). Significado contemporâneo de teoria matemática da comunicação. *Caderno.com*, 4(2), 11-23.
- Pereira, C. C., Fragoso, A. R. & Ribeiro Filho, J. F. (2004). Comunicação em contabilidade: estudo comparativo do nível de percepção de usuários da informação contábil em Florianópolis (SC) e Recife (PE) sobre a utilidade das representações gráficas no processo de evidenciação. *Anais do Congresso USP de Contabilidade e Controladoria*, São Paulo, São Paulo, Brasil, 4.
- Pinheiro, L. V. R. (2004). Informação - esse obscuro objeto da Ciência da Informação. *Revista Eletrônica em Ciências Humanas*, 2(4).
- Porter, M. E. & Millar, V. E. (1985). How information gives you competitive advantage. *Harvard Business Review*, July-August, 1-13.
- Sampaio, I. S. V. (2001). Conceitos e modelos da comunicação. *Ciberlegenda*, 5. Recuperado em 01 agosto, 2013 de: <<http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/310/192>>.
- Shannon, C. E. & Weaver, W. (1948). *The mathematical theory of communication*. Retrieved 18 August, 2013, from <http://www.mast.queensu.ca/~math474/shannon1948.pdf>
- Simon, H. A. (1997). *Administrative behavior: a study of decision making processes in administrative organizations*. New York : Free Press.
- Smith, J. E. & Smith, N. P. (1971). Readability: a measure of the performance of the communication function of financial reporting. *Accounting Review*, 46(3), 352-361.
- Spence, A. M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 83(3), 355-374.
- Verrecchia, R. (2001). Essays on disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 22, 97-180.
- Watson, A., Shrivs, P. & Marston, C. (2002). Voluntary disclosure of accounting ratios in the UK. *British Accounting Review*, 34(4), 289-313.
- Westphal, C. & Blaxton, T. (1998). *Data mining solutions: methods and tools for solving realworld problems*. New York : John Wiley.
- Wolf, M. (2008). *Teorias das comunicações de massa*. São Paulo: Martins Fontes.
- Zeman, J. (1970). Significado filosófico da noção de informação. *Conceito de informação na ciência contemporânea*, 2, p.154-179.
- Zhang, J. (2008). *Corporate competitive strategy voluntary disclosure and company characters*. Recuperado em 26 agosto, 2013 de http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1106614.