

Semiótica na comunicação entre a Contabilidade e seus usuários

*Flávio José Dantas da Silva¹
Werley Brito Novais²*

Resumo: Há tempos, a Contabilidade é utilizada como instrumento de comunicação entre codificadores e usuários da informação contábil, em face da exposição e análise de fatos econômico-financeiros que venham a modificar o patrimônio das empresas. Sob essa ótica, e, à luz da Teoria da Comunicação e da Semiótica, verifica-se a eficácia das demonstrações contábeis, bem como suas informações, com o propósito de provocar determinados comportamentos entre seus usuários. A boa qualidade na relação codificador-usuário das informações contábeis viabiliza a comunicação empresarial, fator relevante para a continuidade das empresas. Este trabalho visa analisar o conceito de comunicação e de Semiótica, bem como sua aplicação no contexto da Contabilidade.

Palavras-chave: Contabilidade. Semiótica. Teoria da Informação. Usuários da informação contábil. Comunicação Empresarial.

Abstract: There is a time accounting is being treated as an instrument of communication between coders and user of accounting information,

¹ Especialista em Controladoria pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Professor da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB) e da Faculdade Independente do Nordeste (FAINOR). E-mail: fladantas@gmail.com

² Graduando em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). E-mail: w.e.r.l.e.y.b.n@gmail.com

given the exposure and analysis of reliable economic and financial events that change the equity of companies. Under this view and in light of communication theory and semiotics, it makes the true effectiveness of the financial statements and the information contained therein, for the purpose of provoking certain behaviors among the various users of the quoted statements. The quality of the relationship of the encoder-user accounting information prescribe the business communication of great importance for the continuation of business, those being doctrinally, considered the language of business. This study aims to examine the concept of communication and semiotics, as well as its applicability in the context of accounting.

Keywords: Accounting. Semiotics. Information Theory. Users of accounting information. Corporate Communications.

Introdução

A Contabilidade é uma área do conhecimento que utiliza linguagem própria para identificar, mensurar e evidenciar fatos concernentes ao patrimônio das empresas. Essa característica propicia a gênese de signos que devem ser fielmente descritos para evitar interpretações errôneas ou aquém da potencialidade intrínseca às demonstrações financeiras.

As Teorias da Comunicação e a Semiótica admitem a possibilidade de ruídos na comunicação entre a Contabilidade e seus usuários e, desse modo, fornecem importantes ferramentas para identificar suas possíveis causas. Desde o início da sua ordenação até o usuário final, as informações contábeis podem ensejar entendimentos diversos. Logo, o codificador (contador) tem a prerrogativa de prover significados aos símbolos emanados das demonstrações contábeis.

Com base nos princípios das Teorias da Comunicação e da Semiótica e, por meio de pesquisa bibliográfica, o presente trabalho destaca a relevância da qualidade da mensagem remetida pela fonte/emissor ao usuário final da informação contábil.

Teoria da Comunicação

A atual e acelerada dinâmica de tomada de decisões adotada pelas empresas requer bases sólidas e informações fidedignas para consubstanciar decisões gerenciais e estratégias a serem seguidas. Esse ambiente tem impulsionado inúmeras mudanças no âmbito econômico, tecnológico, social e comunicacional, além de exigir acurácia na produção, obtenção e divulgação das informações.

A busca pelo saber/conhecer pressupõe, não apenas o conhecimento de técnicas para obter, compilar e analisar informações financeiras, mas também a capacidade de assimilar e compreender signos e linguagens de uma mensagem.

A Contabilidade consolida um elo entre a situação patrimonial da empresa com o usuário da informação e seu objetivo é alcançar êxito no processo de comunicação para que suas mensagens alicercem decisões. Assim, faz-se mister evocar a Teoria da Comunicação para perscrutar o sentido do termo *comunicar*.

Bordenave (apud RIBEIRO FILHO et al., 2009, p. 336), afirma “a comunicação serve para que as pessoas relacionem entre si, transformando-se mutuamente e a realidade circunstante”. Conforme Bordenave, a utilidade da comunicação está na troca de experiências, sentimentos e conhecimentos que se inter-relacionam para se adaptar e alterar a realidade em que se inserem.

Ainda sobre o conceito de comunicar, Maser (apud RIBEIRO FILHO et al., 2009, p. 337), define “comunicação é participação, é compreensão, é partilhar informações com o objetivo de afetar comportamentos humanos”. Nesse aspecto, é analisado o caráter preditivo do ato de comunicar ao anteceder-se a uma ação individual ou coletiva.

O ponto principal da comunicação está na qualidade da informação compartilhada, entre quem a emite e quem a recebe. Shannon e Weaver (apud RIBEIRO FILHO et al., 2009, p. 339), ao formular a Teoria da Comunicação, estabelecem um modelo amplamente utilizado

em pesquisas na área. Esses referenciais se traduzem nos seguintes elementos: **fonte; transmissor; sinal; receptor e destinatário**. A função de cada um no processo de comunicação, sob a égide da teoria de Shannon e Weaver, é definida do seguinte modo:

- Fonte: é o elemento de onde se origina a informação;
- Transmissor (codificador): é o construtor da mensagem, que é a expressão do objetivo;
- Sinal (canal): meio de transmissão da mensagem;
- Decodificador: mecanismo utilizado para assimilação da mensagem;
- Receptor: indivíduo a quem a mensagem se destina.

Assim, o processo de comunicação será eficaz se o seu principal objetivo, influenciar o comportamento do receptor, for atingido plenamente, caso contrário, não haverá comunicação. Alguns fatores como discrepâncias no nível desejável de comunicação estão relacionados a esta segunda hipótese e tornam o *feedback* (ação após o conhecimento da mensagem) ineficiente. São os chamados “ruídos” (problemas de comunicação).

Berlo (1999, p. 41) aponta:

[...] ruído e fidelidade são duas faces da mesma moeda. A eliminação do ruído aumenta a fidelidade; a produção de ruído reduz a fidelidade [...] “ruído é o que tínhamos quando a comunicação não funcionava e a fidelidade é o que tínhamos quando funcionava”.

A função de informar é inerente à Contabilidade e ao processo contábil, assim, por correlação pode ser considerada um processo de comunicação, em que o contador atua como emissor, registrando e codificando fatos econômico-financeiros que afetem o patrimônio das entidades. Os relatórios contábeis agem como o canal de comunicação e os *Stakeholders* (usuários da informação contábil) são os receptores.

Semiótica

A Semiótica é o ramo do conhecimento que estuda os símbolos e seus significados no processo comunicacional e na própria linguagem. Para Santaella (1983, p. 13): “[...] a Semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e sentido”.

Considerada a ciência dos signos, busca estabelecer a teoria geral dos significados incutidos em cada texto. Estuda, portanto, toda e qualquer linguagem formadora dos sistemas sociais e históricos representantes do mundo. Peirce (apud DIAS FILHO, 2001, p. 3) afirma:

[...] sempre nos remetemos ao texto como qualquer produção cultural, produção que resulte em um sentido, onde encontramos formas empíricas do uso da linguagem verbal, não verbal, oral, escrita e/ou outros sistemas. Nesse caso, podemos ler o homem, uma linguagem sincrética (que mistura imagem com linguagem textual – propagandas) como texto – produtores de sentido – enfim, podemos ler o mundo como um sistema semiótico.

Ainda conforme Peirce (apud DIAS FILHO, 2001, p. 4), signo é “tudo aquilo que proporciona uma relação tripla” entre:

- O objeto (fato);
- O interpretante (entendimento que alguém abstrai do fato);
- O representâmen (corpo do fato em si).

Sob o enfoque de Santaella e Peirce, verifica-se que os signos carregam um poder de representação condicionado por fatores abstratos que compõem a estrutura cultural, social, intelectual e factual do indivíduo. Em determinado instante, esse indivíduo se vê diante de uma situação em que interioriza um objeto ao alcance da sua visão e constrói mentalmente a representação desse signo.

Ainda sob a égide do pensamento de Santaella, além da língua que falamos e escrevemos (materna), utilizamo-nos elementos

comunicacionais para enviar mensagens. Assim, criamos, produzimos, transformamos os seres da linguagem, objeto de estudo da Semiótica: formas, volumes, massas, interação de forças, movimentos, cores, sons, instrumentos musicais, danças, gestos, cheiro, tato, olhar, sentir, apalpar etc. Todas estas situações adquirem importância na definição de um modelo (em forma de tríade) usado para perscrutar segregadamente cada aspecto dos objetos da Semiótica. Os sinais são estímulos emitidos pelos objetos do mundo e projetam instantaneamente os signos, ou linguagens, que são efetivamente produtos da consciência. Em seguida, a Semiótica atua como investigadora de todas as linguagens possíveis e examina a constituição de todo e qualquer fenômeno como um fato de produção de comunicação e sentido. Tal modelo expõe que sem informação não há mensagem.

Para inserir-se no campo da Semiótica é necessário sentir, reagir e reconhecer analogamente, e por correspondência, os conceitos tripartite, apresentados da seguinte forma: estabelecimento dos signos, ou seja, representação de algo que está mentalmente no lugar do objeto, mas não o substitui, por compreender um complexo de relações; definição de intérprete, aquele que faz a representação do signo em sua mente e interpretante, processo racional criado na mente do intérprete.

As teorias da Semiótica representam ferramentas de extrema importância no atual contexto de reconhecimento das demonstrações financeiras. Ao utilizar essa ciência para observar as reações dos usuários das informações contábeis, a Contabilidade pode, com efeito, beneficiar-se de seus princípios no que se refere ao processo de mensuração, já que este visa atribuir nomes e numerais a eventos econômicos.

À luz do conceito de signos, a Semiótica também contribui para o entendimento do problema das informações contábeis. No entanto, o signo poderá caracterizar-se como tal se representar algo para alguém. Considera-se que qualquer signo utilizado na evidenciação contábil só será assim classificado se for capaz de gerar, na mente do receptor, outro signo que se relacione com os eventos que se pretendeu representar.

A Comunicação Contábil

A Contabilidade é caracterizada pela Teoria da Comunicação como um sistema integrado de informações da entidade. Dessa forma, para que o receptor compreenda o exato sentido da informação contábil, é necessário adequá-la à Teoria da Comunicação. Dias Filho e Nakagawa (2001, p. 2) corroboram: “como a Semiótica se ocupa do estudo de todos os tipos de linguagem e a Teoria da Comunicação define parâmetros para avaliar o ato comunicativo, sugere-se que tais disciplinas podem contribuir para aumentar a eficácia da evidenciação contábil”.

Com base nos elementos da Teoria da Comunicação, a Contabilidade inserir-se-á no sistema de informação da seguinte forma: o emissor seria a fonte de informações disponibilizada pela empresa por meio de sua administração, os receptores seriam os usuários e as demonstrações contábeis, o canal de comunicação. Tal processo tem como objetivo precípuo gerar informações úteis para a tomada de decisões estratégicas e gerenciais. Como bem definem Hendriksen e Van Breda (1999, p. 511) “a divulgação financeira deve fornecer informação útil à tomada de decisões racionais de investimento, concessão de crédito etc. por investidores e credores atuais e futuros, bem como outros usuários”.

Sob esse enfoque, a informação produzida pela Contabilidade deve ser transmitida com clareza, pois determina o futuro das entidades e dos seus usuários. Acerca do exposto, Hendriksen e Van Breda (1999, p. 99) pontificam: [...] a informação é possuidora de efeito surpresa, capaz de influenciar decisões e que o dado é desprovido de utilidade (relevância) – portanto insuficiente para fundamentar decisões ou escolhas cotidianas do mundo empresarial.

Portanto, a responsabilidade pela qualidade da mensagem transmitida é do codificador (contador) e não do usuário. Com isso, determina-se que, antes de emitir a informação contábil, o codificador deve evitar ruídos que porventura existam nos relatórios contábeis.

Libonati e Souto Maior (1996, p. 247-248) elencam três possíveis ruídos no processo de comunicação: terminologia contábil, quantidade de informação divulgada e capacidade de entendimento do usuário. Uma das situações em que se verifica este último ruído é o emprego de expressões estrangeiras sem o devido esclarecimento do seu significado aos usuários.

A Contabilidade caracteriza-se como a linguagem dos negócios e seu estudo por meio dos conhecimentos da Semiótica é pertinente, uma vez que esta é a ciência que estuda todas as linguagens. No âmbito contábil, os preceitos da Semiótica, bem como sua aplicação, têm a finalidade de estudar a comunicação entre a Contabilidade e seus usuários. Além disso, a Contabilidade trabalha como fonte geradora de informações, com signos próprios. Desse modo, seus usuários compreendem as organizações por meio de signos. Com o pleno entendimento destes, os gestores e *stakeholders* buscam as melhores decisões.

Segundo Montoro (apud ARAUJO DIAS et al., 2004, p. 4):

1. a “semântica”, do grego “*semainô*” (significar), que estuda a relação entre o sinal e o objeto que ele significa, é o estudo das significações das palavras; os dicionários são repertórios dessas significações;
2. a “sintática”, do grego “*syntaktikós*” (que põe em ordem), estuda as relações estruturais, isto é, a concatenação dos sinais entre si, sejam eles palavras, símbolos, etc.; podemos falar em conexão ou concatenação gramatical, lógica e sistemática:
 1. conexão léxica ou gramatical, entre palavras numa frase; por exemplo “os homens morreu” é um erro de sintaxe;
 2. concatenação lógica, entre duas expressões dentro de um contexto; e
 3. concatenação sistemática, dentro de um todo orgânico;
3. a “pragmática”, do grego “*pragmatikós*” (relativo aos atos que se praticam ou se devem praticar), é a parte da Semiótica que estuda a relação entre os sinais e as pessoas que os utilizam, o emissor e o receptor; a pragmática envolve as questões de comunicação entre emissores e receptores.

A importância do estudo da Semiótica na Contabilidade é de considerável relevância porque o emissor remete uma mensagem ao seu receptor utilizando-se de um padrão semiótico comum à divulgação contábil. Dessa forma, o processo de comunicação de informações contábeis toma forma quando as empresas interpretam os eventos econômicos (semântica), fazem os seus registros de acordo com as normas da Contabilidade (sintaxe) e codificam os registros contábeis como demonstrações contábeis (signos). Esses registros são disponibilizados aos usuários (observadores), que, por sua vez, interagem com as empresas e as auxiliam na tomada de decisão (pragmática).

Por fim, como assevera José Maria Dias Filho, na unidade 19 do livro *Estudando Teoria da Contabilidade*, a interface entre a Contabilidade, a Semiótica e a Teoria da Comunicação caracteriza-se como um processo que permite identificar, mensurar e transmitir informações. Além disso, fomenta um tipo de linguagem que une o mundo da empresa aos diversos usuários. Estes, em tese, desejam conhecer, avaliar e interagir com a empresa.

Portanto, visto que a Semiótica é definida como a ciência que estuda todas as linguagens e a Contabilidade como um tipo de linguagem, as teorias Semióticas podem fornecer subsídios para a compreensão de problemas associados ao processo de evidenciação contábil.

Referências

ARAUJO DIAS, Cristiane B. Pereira de. et al. Ruídos na comunicação entre a contabilidade e seus usuários. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 4., 2004, São Paulo. *Anais Eletrônicos...* São Paulo: USP, 2004. Disponível em: <<http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos42004/160.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2012.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. O que é comunicação. In: RIBEIRO FILHO, José Francisco et al. *Estudando teoria da contabilidade*. São Paulo: Atlas, 2009, pg 336.

BERLO, David K. *O processo da comunicação: introdução à teoria e à prática*. Tradução de Jorge Arnaldo Fontes. 9. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

DIAS FILHO, José M.; NAKAGAWA, Masaiuky. A informação contábil e a ordem social: uma contribuição das teorias Semiótica e da comunicação. In: SEMINÁRIO USP DE CONTABILIDADE, 1., 2001, São Paulo. *Anais...* São Paulo: FIPECAFI/FEA/USP, 2001.1 CD-ROM.

HENDRIKSEN, Eldon S.; Van BREDA, Michael F. *Teoria da contabilidade*. Tradução de Antonio Zoratto Sanvicente. São Paulo: Atlas, 1999.

LIBONATI, Jeronymo José; SOUTO MAIOR, Verônica C. O papel da comunicação na contabilidade. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, 15., 1996, Fortaleza. *Anais...* Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 1996. v. 4. p. 230-254.

MASER, Siegfried. Fundamentos da teoria geral da comunicação. In: RIBEIRO FILHO, José Francisco et al. *Estudando teoria da contabilidade*. São Paulo: Atlas, 2009. P 37.

PEIRCE, Charles S. *Semiótica*. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

DIAS, Cristiane Balbina P. de A. et al. Ruídos na comunicação entre a contabilidade e seus usuários. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 4., 2004, São Paulo. *Anais Eletrônicos...* São Paulo: USP, 2004. Disponível em: <<http://www.congressousp.fipecafi.org/artigos42004/160.pdf>>. Acesso em: 26 maio 2012.

RIBEIRO FILHO, José Francisco et al. (Org.). *Estudando teoria da contabilidade*. São Paulo: Atlas, 2009.

SANTAELLA, Lúcia. *O que é semiótica*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SHANNON, Claude U.; WEAVER, Warren. The mathematical theory of communication. In: RIBEIRO FILHO, José Francisco et al. *Estudando teoria da contabilidade*. São Paulo: Atlas, 2009. p. 339.

Recebido em: abril e junho de 2012.

Aprovado em: outubro de 2012.