

A NATUREZA HUMANA E A PERCEPÇÃO DA INFORMAÇÃO CONTABILÍSTICA

Luís Lima Santos

Membro da Direcção da APPC
Mestre em Contabilidade e Finanças Empresariais

1. A tecnologia e a apresentação da informação contabilística

De acordo com o primeiro vector de análise, começo por evidenciar os benefícios decorrentes da utilização das novas tecnologias da informação. Para o efeito vou materializar conceitos que vão desde o **hipertexto** à **internet** e à **web** até ao **wap** e à **umts**.

O **hipertexto** consiste num processo de apresentar informação de forma não sequencial e não-linear, isto é, atribuindo ao utilizador a escolha da informação a consultar e a ordem do seu processamento; destaco as semelhanças que suscita com uma rede semântica, ao nível da organização da informação, o que lhe atribui capacidades de proporcionar conhecimento em vez de simples informação. No entanto, a informação suportada no hipertexto necessita de cumprir regras que vão para além do "escrever bem", no sentido de evitar uma entropia cognitiva: a fragmentação da informação; o inter-relacionamento dos documentos; a consistência dos nomes dos documentos e das ligações, de modo a estabelecer um índice director; a simplicidade da consulta, que deve ser intuitiva; e a baixa carga cognitiva, evitando que o utilizador memorize informação entre consultas.

A combinação do hipertexto com outras formas de informação é designada por **hipermedia**; estes sistemas têm vantagens relativas à quantidade, à flexibilidade e ao controlo da informação, e desvantagens que derivam dos limites de percepção da tipologia mental da informação e, por consequência, da perda na extensa informação disponível.

O **guide** e **hypercard**, são sistemas que permitem consultar, alterar e gerir hipertexto, permitindo até múltiplos níveis de detalhe de informação, botões para consulta de notas e glossário, e botões para referências rápidas.

O surgimento da **internet** permite aos utilizadores a exploração de documentos aproveitando as potencialidades do hipertexto

que mais se desenvolveu nos últimos anos - a **web** (grande teia mundial) - permite aos utilizadores consultar informação existente em vários computadores espalhados pelo mundo através de ligações, accionadas ao clicar numa simples palavra, texto ou imagem; é nestas ligações que são implantados o hipertexto e hipermedia. O rápido acesso e a possibilidade de importar informação para modelos de decisão justificam os ganhos de oportunidade e de gestão da informação contabilística, que referi na alusão aos vectores de análise.

2. As preocupações na forma de apresentar a informação contabilística

Quanto às mudanças na forma de apresentar a informação contabilística, irei referir as posições do IASC e do FASB e a situação em Portugal. O "*business reporting on the internet*", de autoria do Staff do IASB, publicado no fim de 1999, refere que a informação contabilística pode ser apresentada por diversos meios estáticos: o *Compact Disk*, o *Electronic Paper* e o *HyperText Mark-up Language* (HTML). As principais vantagens destes meios são, entre outras, o baixo custo de proporcionar informação, e a possibilidade de divulgar e gerir a informação - via *internet* - em utilitários como o *Microsoft Word* e o *Microsoft Excel*. O mesmo relatório apresenta exemplos reais de informação contabilística via internet representativos das mudanças na configuração do "modelo" contabilístico.

Já o "electronic distribution of business reporting information", publicado pelo FASB, apresenta os resultados da investigação com base nas 100 maiores empresas dos Estados Unidos², cujos objectivos eram determinar a existência de *sites*, os utilizadores privilegiados e os objectivos pretendidos ao proporcionar a informação contabilística. Os resultados mostraram que 99 das empresas tinham *site*; 93 das empresas privilegiavam o investidor, inserindo formas de relacionamen-

74 das empresas apresentavam as demonstrações contabilísticas completas, tal e qual como as tinham apresentado em papel.

Entretanto, o fenómeno da mudança na forma de apresentar a informação contabilística, tem sido alvo de outros estudos: 1996 - Petravick e Gillett³; 1997 - Gray e Debrenceny⁴; 1997 - Lymer⁵; 1997 - Lymer e Tallberg⁶; 1998 - Deller, Stubenrath e Weber⁷; e 1999 - Molero, Prado e Sevillano⁸. Perante os resultados obtidos nos vários estudos, é exequível asseverar que as empresas, especialmente as que privilegiam o utilizador investidor (empresas com acções cotadas), estão sensibilizadas para a mudança nos hábitos de apresentar a informação.

A análise do caso português⁹ efectuada com uma amostra de 82¹⁰ empresas cotadas no mercado contínuo e no segundo mercado, foi obtida do site da Bolsa de Valores de Lisboa. De acordo com o código da actividade económica, as actividades mais representadas foram, por ordem decrescente de ocorrências: CAE 74; serviços prestados às empresas, 22 empresas (26,83%); CAE 65; intermediação financeira, 16 empresas (19,51%); e CAE 45; construção, 6 empresas (7,32%). Do total das empresas da amostra, apenas 55 (51+4)¹¹ possuíam site; no entanto só foi possível aceder a 50 (46+4) sites, o que representa 60,98% do total; dos 50 sites analisados, apenas 35 (34+1) disponibilizavam informação contabilística, valor que, em relação ao total da amostra, representa 42,68%; por curiosidade, a actividade mais representada foi a relativa ao CAE 65, com 12 sites. O tipo de informação incluída nos sites era composto preferencialmente pelas demonstrações contabilísticas resumidas.

Agora que já percebemos as potencialidades da **web**, eis que surge, ao alcance de modernos telemóveis, a informação contabilística via **wap!** a possibilidade de efectuar *downloads* e de gerir informação - na palma da mão - a velocidades muito superiores às actuais é um dos desafios propostos aos preparadores e utilizadores da informação contabilística... até porque os telemóveis compatíveis com wap têm acesso à informação através de um *micro-browser* muito mais simples do que os *browsers* dos computadores pessoais. A crescer a esta realidade, as inovações não param e o sistema universal de telecomunicações móveis (**umts**) - considerado a terceira geração de telemóveis - é já o futuro presente, pois permitirá a comunicação por voz, imagens, ficheiros e e-mails, com um canal de circulação de 2 Mbs, bem superior aos 9600 bps

3. Natureza humana, percepção e utilidade

Para dar a volta ao mundo já não necessários os 80 dias de Júlio Verne! Também os antecessores de Luca Pacioli não adivinhavam, tal como nós, o futuro... de facto, como será a contabilidade daqui a 500 anos?... e daqui a 25 anos?... Os estudos atrás aludidos são claros na manifestação da sensibilidade dos preparadores da informação contabilística, a nível mundial, para as alterações na forma de apresentar a mesma¹²; notam-se preocupações quanto à normalização e à fiabilidade da informação a apresentar.

Neste sentido, em Portugal, a própria Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM) expressa as seguintes recomendações no documento "Entendimentos e recomendações da CMVM sobre a utilização da *internet*": difundir a informação em língua portuguesa, com indicação da data da última actualização e da fonte da informação, se externa ao site em causa; divulgar informação *on-line*, que já tenha sido divulgada em suporte de papel, aprovado pela CMVM, e indicar se a informação se refere a um documento integral, parcial ou resumo; divulgar imediatamente um aviso no site sobre a substituição de informação com erros ou inexactidões; apresentar a informação em meios susceptíveis de reprodução e arquivo; e mencionar expressamente se a informação apresentada foi ou não aprovada.

A propósito dos desafios na apresentação da informação contabilística via *internet*, o relatório do IASB sustenta que aquela deve poder ser transferida para os modelos de decisão dos utilizadores e que, a sua variabilidade de apresentação deve ser eliminada através da criação de um código de conduta ou até da criação de uma linguagem própria de apresentação da informação contabilística.

Parece, pois, existir um entendimento global quanto à normalização da apresentação das demonstrações contabilísticas, via *internet*; no entanto, Johnson e Lennard apontam algumas questões (pragmáticas e não conceptuais) que requerem solução: o comportamento das empresas deve ser apresentado em várias demonstrações, em função do tipo de informação a proporcionar? ou apenas numa simples demonstração? e quais os componentes a apresentar?

É precisamente quanto aos componentes a apresentar que desejo expressar uma das linhas de orientação, que favorece uma classificação¹³ dicotómica (em alguns casos re-

nentes principais, por exemplo, activo/passivo, contínuo/descontínuo, permanente/temporário, realizado/não realizado e reversível/irreversível; no entanto, a forma de apresentar não deverá influenciar os componentes do comportamento a divulgar... e a forma estará correcta?

Na minha modesta opinião seria importante criar centros de investigação sobre a inteligência emocional, uma vez que as actuais demonstrações contabilísticas representam o estado desta área do conhecimento desde há mais de 500 anos! será porque o próprio ser humano percebe muito bem a divisão entre duas partes distintas (o lado esquerdo e o lado direito)? será próprio da natureza humana a percepção do ser e do não ser, isto é, dos diametralmente opostos?

A linguagem numérica é universal, no entanto, em universos informativos complexos (como o da contabilidade) será de percepção simples? Porque não se aproveitam as virtudes das tecnologias de informação para investigar sobre a possibilidade de representar a informação contabilística em gráficos multidimensionais com aplicação de cores representativas de emoções? Tudo o que acabo de referir pode parecer uma perfeita utopia, pelo menos nos dias que correm... mas acho que vale a pena correr o risco, vale a pena sonhar e esperar, se Deus assim o entender, por outros 25 anos.

¹ A título de exemplo, citamos Andrew Lymer (Inglaterra), Asheq Rahman e Roger Debrenecy (Singapura) e Glen L. Gray (Estados Unidos da América).

² Ou seja, com base nos sites das 100 melhores empresas do "Fortune 500".

³ Concluíram que 69% das 150 melhores empresas do "Fortune 500" dos Estados Unidos tinham *site* e que 54% incluíam alguma forma de informação contabilística.

⁴ Concluíram que 98% das 50 melhores empresas do "Fortune 500" dos Estados Unidos tinham *site* e que 70% incluíam os seus relatórios e contas anuais.

⁵ Concluiu que 92% das 50 maiores empresas cotadas no Reino Unido tinham *site* e que, destas, 68% incluíam informação contabilística.

⁶ Concluíram que 90% das 72 empresas cotadas na Finlândia tinham *site* e que, destas, 82% incluíam informação contabilística.

⁷ Concluíram que 87% das 30 maiores empresas (DAX 30) da Alemanha tinham *site* e que 83% incluíam informação contabilística para o investidor.

⁸ Concluíram que 45% das empresas cotadas em Espanha tinham *site* e que, destas, 56% incluíam alguma

⁹ Que tem como base um estudo apresentado por Menezes e Rodrigues no último congresso de contabilidade e auditoria, organizado, conjuntamente, pelos Institutos Superiores de Contabilidade e Administração de Aveiro, Coimbra, Lisboa e Porto.

¹⁰ 70 empresas relativas ao mercado contínuo (85,37%) e 12 empresas relativas ao segundo mercado (14,63%).

¹¹ Quando apresentarmos, entre parêntesis, somas de dois valores, significa que o primeiro valor refere-se ao mercado contínuo e o segundo valor refere-se ao segundo mercado.

¹² De uma forma geral, o fenómeno é emergente (apesar do seu estudo ser quase reservado às empresas com acções cotadas).

¹³ Lista elaborada a partir de outros documentos, do relatório do AIMR, da *Statement of Investment Practice n.º 1 do IIMR*, do *draft Statment of Principles do ASB*, do *Concepts Statment n.º 5 do FASB*, e do *exposure draft of a Concepts Statement do FASB*.

**A RCF
PRECISA
DA
COLABORAÇÃO
DOS SEUS
LEITORES**

**ENVIE
ARTIGOS,
NOTÍCIAS,
COMENTÁRIOS,
CRÍTICAS,**

...