



SCIENTIFIC DIVULGATION OF ACCOUNTING: CONTENT ANALYSIS OF THE WEBSITES OF BRAZILIAN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA DA CONTABILIDADE: ANÁLISE DO CONTEÚDO DOS WEBSITES DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR BRASILEIRAS

DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DE LA CONTABILIDAD: ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LAS PÁGINAS WEB DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE BRASIL

Ivan Canan

Doutor em Controladoria e Contabilidade pela Universidade de São Paulo (USP)
 Professor e pesquisador na Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT)
 Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas - Av. dos Ingás, 3001, Centro
 78.555-000, Sinop/MT
 ivancanan@unemat-net.br

Graziele Birk

Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual de Mato Grosso (UNEMAT)
 Bolsista de Iniciação Científica na Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT)
 Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas - Av. dos Ingás, 3001, Centro
 78.555-000, Sinop/MT
 grazielebirk@hotmail.com

ABSTRACT

Scientific divulgation, understood as part of scientific diffusion that is directed to the lay population and which requires a process of decoding information about science and technology, is part of public policies institutionalized in the country for social inclusion. This work investigates how this practice has occurred in the websites of Higher Education Institutions (HEI), specifically in the pages of Accounting courses. Using methodology as the content analysis, the results indicate that institutions tend to maintain a communication directed to the general population that has relations with knowledge developed in academia, in a practice that can be considered scientific dissemination. However, the content of the messages are characterized by the delimitation around concepts of accounting, the labor market and professional performance, profile of accountant and objective of the courses. The frequency of messages, together with the content, suggests that there is a national phenomenon of HEIs use the websites in a seemingly paradoxical communication: at the same time seek to bring the knowledge of accounting to the lay population, but indicating that the field of knowledge is possible to only to individuals who already work in the profession.

Key – words: Scientific difusion; Scientific divulgation; Accounting; Higher Education Institutions (HEI); content analysis

RESUMO

Recebido em 15.12.2016. Recomendado para publicação em 14.07.2017. Publicado em 18.08.2017



Divulgação Científica da Contabilidade: Análise do Conteúdo dos *Websites* das Instituições de Ensino Superior Brasileiras

A divulgação científica, compreendida como a parte da difusão científica que é direcionada à população leiga e que requer um processo de decodificação das informações de ciências e tecnologia, é parte das políticas públicas institucionalizadas no país para a inclusão social. Este trabalho investiga como essa prática tem ocorrido nos *websites* das Instituições de Ensino Superior (IES) brasileiras, mais especificamente nas páginas dos cursos de Ciências Contábeis. Utilizando como metodologia a análise de conteúdo, os resultados apontam que as instituições tendem a manter uma comunicação direcionada à população em geral que apresenta relações com saberes desenvolvidos na academia, em uma prática que pode ser considerada divulgação científica. Entretanto, o conteúdo das mensagens se caracteriza pela delimitação em torno de conceituações da contabilidade, mercado de trabalho e atuação profissional, perfil do contador e objetivo dos cursos. A frequência das mensagens, aliado ao conteúdo, sugere que há um fenômeno nacional das IES utilizarem os websites numa comunicação aparentemente paradoxal: ao mesmo tempo buscam aproximar os saberes da contabilidade à população leiga, porém denotando que o domínio dos saberes é possível somente aos iniciados.

Palavras chave: Difusão Científica, Divulgação Científica, Contabilidade, Instituições de Ensino Superior (IES), Análise de Conteúdo

RESUMEN

Divulgación de la ciencia, entendida como parte de la comunicación científica que se dirige a la población laica y que requiere un proceso de decodificación de las informaciones de la ciencia y la tecnología, es parte de las políticas públicas institucionalizadas en el país para la inclusión social. Este trabajo investiga cómo se ha producido esta práctica en los sitios web de las instituciones de educación superior (IES), en concreto en las páginas de los cursos de contabilidad. Usando la metodología como el análisis de contenido, los resultados indican que las instituciones tienden a mantener una comunicación dirigida a la población general que tiene relaciones con los conocimientos desarrollados en el ámbito académico, en una práctica que se puede considerar la divulgación científica. Sin embargo, el contenido de los mensajes se caracterizan por la delimitación alrededor de los conceptos de la contabilidad, el mercado de trabajo y el rendimiento profesional, perfil mostrador y objetivo de los cursos. La frecuencia de los mensajes, junto con el contenido, sugiere que existe un fenómeno nacional de las IES utilizar los sitios web de una comunicación aparentemente paradójica: al mismo tiempo, tratar de llevar el conocimiento de la contabilidad a la población laica, sino que indica que el campo del conocimiento es posible solamente a los que pretende ser aprendices .

Palabras clave: divulgación científica, Ciencias de la Comunicación, Contabilidad, Instituciones de educación superior (IES), análisis de contenido

1. INTRODUÇÃO

Desde 2003, com a criação da Secretaria Nacional de Ciência e Tecnologia para a Inclusão Social (SECIS) cuja finalidade é “[...] propor políticas, programas, projetos e ações que viabilizem o desenvolvimento econômico, social e regional, e a difusão de conhecimentos e tecnologias apropriadas em comunidades carentes nos meios rural e urbano” (BRASIL/MCTI), o Brasil conta institucionalmente com ações de implementação de políticas públicas que visam a inclusão social ao aproximar o conhecimento científico da população. A secretaria adota duas principais abordagens: fomento de ciência e tecnologia para demandas das populações carentes, e fomento e incentivo para que o conhecimento científico seja

Divulgação Científica da Contabilidade: Análise do Conteúdo dos *Websites* das Instituições de Ensino Superior Brasileiras

difundido entre a população. (MONFREDINI, 2015). A divulgação científica, definida por Bueno (2009, p. 162) como “[...] utilização de recursos, técnicas, processos e produtos (veículos ou canais) para a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações ao público leigo”, relaciona-se ao segundo objetivo estratégico da SECIS.

A contabilidade como área do conhecimento se desenvolveu sistematicamente com a finalidade de atender as necessidades de informações dos usuários, e é defendida costumeiramente como uma ciência social aplicada de forte fundo econômico, capaz de propiciar o desenvolvimento econômico e social através do subsídio às tomadas de decisões (IUDÍCIBUS, MARTINS E CARVALHO, 2005; SCHMIDT, 1998). O status epistemológico da contabilidade, entretanto, ainda é foco de discussões. Quinche Martin (2012) a define como uma prática social construtora de realidades e ao mesmo tempo legitimadora de ordens sociais particulares. Ortis Bojacá (2009) defende que deve ser vista como uma disciplina que compõe, juntamente com a disciplina de finanças e a ciência da economia, um campo epistemológico cuja potencialidade se apresenta nos estudos interdisciplinares. Para Farias (2012) a área atende parcialmente as condições para ser uma ciência, que o faz defender a tese de que a contabilidade é uma semiciência, o primeiro de três estágios de evolução científica de uma disciplina.

O fato é que, independente dos posicionamentos em relação ao status epistemológico, a contabilidade faz parte das áreas do conhecimento institucionalizadas, inserida no âmbito das Ciências Sociais Aplicadas (ver BRASIL/CNPQ), e está contemplada portanto no que propõem as políticas públicas para inserção social. Dado seu objetivo, é uma área do conhecimento cujos saberes se constroem à partir das práticas sociais de trocas econômicas, que ao mesmo tempo se sofisticam à partir da popularização do desenvolvimento teórico da academia, assim como constitui um fenômeno social a ser investigado. A materialização destas abordagens se apresenta nas duas teorias dominantes para a área: teoria normativa e teoria positiva (IUDÍCIBUS, 2004; HENDRIKSEN E VAN BREDA, 1999). Sendo assim, é possível aceitar que a divulgação científica está intrinsecamente relacionada com a teoria acadêmica. Entretanto, vale refletir sobre como essas práticas estão ocorrendo e em como a academia se preocupa com a compreensão dos saberes contábeis por parte da população.

Dentre as várias possibilidades de investigação das práticas de divulgação científica da contabilidade, é válido reconhecer que “[...]a pesquisa e a produção de ciência e tecnologia, no Brasil, ocorre principalmente nas universidades e deste lugar, em tese, se dirige para a sociedade” (MONFREDINI, 2015, p. 12). Pereira e Escada (2012) demonstram que mais da metade da distribuição percentual dos dispêndios públicos em pesquisa e desenvolvimento tende a ir para Instituições de Ensino Superior (IES) no Brasil. Isso aponta a importância das IES na produção e difusão do conhecimento no Brasil.

Cabe ressaltar, entretanto, que a difusão científica se diferencia da comunicação científica e da divulgação científica, especialmente em função do destinatário da informação científica e tecnológica (ALBAGLI, 1996). E a divulgação científica envolve a educação formal, não-formal e informal que, segundo Marandino et al (2004), não são consensualmente compreendidos no país, mas englobam diferentes estruturas e mecanismos de popularização do conhecimento. Em outras palavras, aproximar o conhecimento científico da contabilidade junto à população implica não somente na publicação e divulgação de materiais científicos (artigos, teses, etc), mas também na transposição de informação acerca da ciência onde a população pode acessá-la, atendendo-se a análise do perfil do público, nível do discurso, natureza dos canais de comunicação e intenções explícitas de cada processo (BUENO, 2010).

Este trabalho se concentrou em um dos canais mais utilizados pelas IES brasileiras na divulgação de informações à população leiga e, particularmente, aos seu alunado potencial.

Divulgação Científica da Contabilidade: Análise do Conteúdo dos *Websites* das Instituições de Ensino Superior Brasileiras

Os *websites* dos cursos de graduação em contabilidade no Brasil já serviram para finalidade semelhante. Oliveira e Martinez (2007) investigaram a difusão científica pelas faculdades brasileiras através da disponibilização de material científico, como teses, dissertações e artigos em suas páginas na *internet* (concluindo que cerca de 70% não desenvolviam prática alguma nesse sentido).

Considerando a popularização do uso da rede mundial de computadores e a relevância das práticas de divulgação científica da contabilidade para a inclusão social, este trabalho utilizou a análise do conteúdo dos textos publicados nos *websites* dos cursos de ciências contábeis autorizados a funcionar no país, para responder a questão chave: **Quais as características da divulgação científica em contabilidade promovida nos *websites* das IES brasileiras?**

Entende-se que é relevante compreender e mapear as ações de divulgação científica que ocorrem no país, especialmente para a área da contabilidade cuja manifestação como prática social tende a ocorrer com base no senso comum (QUICHE MARTIN, 2012; FARIAS, 2012). O trabalho pode ser interessante, desta maneira, para professores e gestores de IES compreenderem e repensarem suas práticas de divulgação científica – que muitas vezes podem ocorrer informalmente, sem que haja pragmatismo nas ações. Mas o trabalho pode contribuir também para reflexões acerca do próprio desenvolvimento do conhecimento contábil, em função da aprendizagem da população sobre a área e das concepções que se podem ter da profissão.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

No que tange a comunicação científica, Fayard (1999, p. 10) defende que as estratégias de comunicação da ciência se transformaram radicalmente no último quarto do século XX, passando de estratégias focadas no emissor para estratégias cuja lógica fundamenta-se principalmente na relação entre o receptor e a mensagem, ou “(...) em outras palavras, passamos de uma lógica de difusão a uma lógica de comunicação na qual a eficácia se valora com base na recepção”. Para Marandino et al (2004), o autor aponta uma verdadeira “revolução copernicana” ao identificar o surgimento de espaços de intercâmbio que popularizaram a ciência e a tecnologia, e que iniciaram um diálogo entre a ciência e a sociedade.

Albagli (1996, p. 398) relata como motivos para o crescimento do interesse pelo tema da popularização da ciência:

- “- o crescimento significativo da produção científica recente;
- a necessidade de maior controle social dos impactos da ciência e tecnologia na vida cotidiana e a necessidade de orientá-las para dar solução aos problemas básicos da humanidade;
- a crescente complexidade da ciência e tecnologia e a necessidade de traduzi-las para não-especialistas, sejam eles tomadores de decisão (legisladores, burocratas e outros), seja o público em geral (esse aspecto tem grande importância para os países tecnologicamente menos desenvolvidos, em função da origem externa de boa parte da ciência e tecnologia neles praticada, o que demanda adaptação às condições locais);
- a demanda por processos decisórios mais abertos e democráticos na aplicação da ciência e tecnologia a problemas sociais;
- o crescente gap de conhecimento científico e tecnológico, entre o Norte e o Sul, e a necessidade de promover um maior fluxo informacional entre esses grupos de países.”

Divulgação Científica da Contabilidade: Análise do Conteúdo dos *Websites* das Instituições de Ensino Superior Brasileiras

Albagli (1996) diferencia a difusão científica da comunicação científica e divulgação científica, explicando que enquanto a primeira se refere a qualquer processo de comunicação de informação científica e tecnológica, a comunicação científica implica no direcionamento da informação objetivamente para grupos de especialistas, e a divulgação científica como um processo voltado ao público leigo em geral. A divulgação científica supõe a tradução de uma linguagem especializada para uma leiga, visando a atingir um público mais amplo. Segundo Mueller (2002) o processo de popularização do conhecimento científico possui dificuldades visíveis, onde uma delas está em reduzir conceitos complexos, que exigem um domínio de conhecimento ou uma linguagem especializada, a uma linguagem compreensível para a população leiga, ou seja, e o processo de adaptação de um texto científico para meios de comunicação popular.

Bueno (2010) defende que a comunicação científica e a divulgação científica apresentam algumas divergências. A distinção mais óbvia se relaciona às intenções, uma vez que a comunicação científica se propõe a compartilhar conteúdos que corroborem com a construção do conhecimento, enquanto a divulgação científica intenciona sua popularização. Além disso, enquanto o perfil de interesse da comunicação científica não ignora que o desenvolvimento da ciência se respalda num processo cumulativo, a população leiga que se constitui o perfil de interesse da divulgação científica tende a considerar que o conhecimento se viabiliza não num *continuun*, mas em *insights* de mentes privilegiadas. Já quanto ao nível do discurso, a comunicação científica se sustenta na crença que os interessados dominam códigos e linguagens especializados e que são partilhados na comunidade científica, enquanto que o público leigo em geral tende a não ser alfabetizado cientificamente, encontrando dificuldades acompanhar determinados temas ou assuntos, simplesmente porque eles não se situam em seu mundo particular e, por isto, não consegue estabelecer sua relação com a realidade específica em que se insere. A divulgação científica, neste caso, requer processos de decodificação e recodificação da linguagem acadêmica para códigos que estejam em consonância com os saberes partilhados pela comunidade em geral (o que implica muitas vezes no uso de metáforas, ilustrações, infográficos, etc), o que pode implicar inclusive em conflitos sobre sacrifícios na precisão das informações científicas.

A comunicação científica e a divulgação científica também se distinguem pelos canais e veículos em que se viabilizam. Os periódicos científicos sistematicamente organizados se direcionam para comunidades especializadas, e os eventos científicos, que mesmo atraindo interessados que ultrapassam as comunidades de especialistas, costumam ter audiência restrita quando comparadas aos canais de viabilização da divulgação científica. A divulgação científica se caracteriza pela comunicação de massa, muitas vezes se relacionando com a imprensa e até mesmo se confundindo com o jornalismo científico (BUENO, 2010). Sobre a divulgação científica, Bueno (2009, p. 162) explica:

“Na prática, a divulgação científica não está restrita aos meios de comunicação de massa. Evidentemente, a expressão inclui não só os jornais, revistas, rádio, TV [televisão] ou mesmo o jornalismo on-line, mas também os livros didáticos, as palestras de ciências [...] abertas ao público leigo, o uso de histórias em quadrinhos ou de folhetos para veiculação de informações científicas (encontráveis com facilidade na área da saúde / Medicina), determinadas campanhas publicitárias ou de educação, espetáculos de teatro com a temática de ciência e tecnologia (relatando a vida de cientistas ilustres) e mesmo a literatura de cordel, amplamente difundida no Nordeste brasileiro”

Divulgação Científica da Contabilidade: Análise do Conteúdo dos *Websites* das Instituições de Ensino Superior Brasileiras

As atividades de divulgação científica podem tanto servir como instrumentos de maior consciência social sobre a atividade científica, seu papel e importância atuais para a sociedade, como podem ser instrumentais para a mistificação da opinião pública sobre a ciência. Além disso, embora geralmente haja uma concepção de que a divulgação científica esteja ligada a mecanismos de educação informais (já que seu alvo é o público leigo), é inevitável sua relação com a educação científica formal oferecida pelas escolas (ALBAGLI, 1996).

Marandino et al (2004) explicam que o conceito de educação informal está geralmente relacionado a experiências de aprendizagem cotidianas, desvinculadas de processos estabelecidos com intuito claro de educação, enquanto que as educações formais e não formais se vinculam a estruturas organizadas. O que diferencia-as, entretanto, é que a educação não-formal ocorre fora da sala de aula, desvinculada de uma estrutura pragmática de transmissão de conteúdo, e se está relacionada geralmente à disponibilização de conteúdos e informações a serem acessados de diferentes modos, como em museus e centros de ciência. Os autores alertam, entretanto, que mesmo dentre as pessoas que trabalham no segmento tende a ocorrer confusões entre os termos – denotando que as práticas ocorrem muitas vezes sem que sejam denominadas da mesma forma.

De certo modo, tende a ocorrer esse fenômeno no meio contábil, uma vez que as pesquisas sobre produção científica costumam ser prolíficas, dando notícias sobre a difusão científica à comunidade especializada, assim como sobre os conteúdos que trata a área nos períodos estudados, mas geralmente não se referindo ao termo difusão científica. Dos diversos trabalhos, é interessante citar alguns que, além de fazerem resgate de outras obras, retratam o estado da arte da produção científica em contabilidade em suas épocas. Um exemplo é Oliveira (2002), que fez uma análise da publicação brasileira de contabilidade avaliando a adequação e adoção a normas internacionais de publicação, as temáticas e a origem e formação dos autores. Sua conclusão é que os temas da contabilidade gravitam principalmente nas classificações de contabilidade financeira e contabilidade gerencial, com forte presença de docentes e discentes dos programas de pós graduação. A relação das publicações com os programas de pós graduação *stricto sensu* passou a ser o interesse de várias pesquisas, como de Santos e Carlin (2012), Silva et al (2012), e Soares, Richartz e Murcia (2013). Benjamim Junior (2015) fez um trabalho semelhante no que tange a produção científica e sua divulgação em eventos e periódicos, ao investigar os principais periódicos internacionais de contabilidade gerencial com base na teoria das redes complexas, que há forte centralidade na rede, que mesmo sendo densa e formada por milhares de autores, possuem como principais referências um grupo seletivo de autores que faz citações endógenas e permanece nesse papel a mais de vinte anos. Num contexto geral, estes trabalhos sugerem que temas e metodologias trabalhados pela comunidade científica tem se orientado pelas abordagens normativa e positiva da contabilidade, com considerável aumento no volume de produção a partir de meados dos anos 2000, com destaque para a contabilidade positiva. Nesta abordagem, por sua vez, a contabilidade é investigada como um fenômeno que pode ser compreendido com abordagens econômicas, sociológicas, psicológicas, entre outras (HOQUE, 2006).

Já a pesquisa sobre divulgação científica na contabilidade não é uma prática corrente. Resguardando-se o fato de que não atentou-se sobre a decodificação das linguagens especializadas para o público em geral (o que aproxima mais o trabalho da difusão científica do que da divulgação científica), destaca-se a pesquisa de Oliveira e Martinez (2007), que ao investigar a disponibilização de material com informações científicas (teses, monografias, artigos, etc.) nos *websites* das IES brasileiras. Sua conclusão, entretanto, é que na ocasião

Divulgação Científica da Contabilidade: Análise do Conteúdo dos *Websites* das Instituições de Ensino Superior Brasileiras

apenas 30% das instituições manifestavam alguma prática que pudesse ser compreendida como difusão científica disponibilizada à população em geral.

3. QUESTÕES METODOLÓGICAS

Foram analisados os conteúdos dos *websites* dos cursos de ciências contábeis oferecidos por Instituições de Ensino credenciadas pelo Ministério da Educação (MEC), e disponibilizados para consulta no Sistema E-MEC (BRASIL/MEC/E-MEC). Por se tratar de um universo pouco explorado, esta pesquisa é por natureza exploratória. Como metodologia de coleta e tratamento dos dados, foi utilizada a análise de conteúdo (BARDIN, 2009), que permitiu a criação de categorizações e codificações sobre os temas apresentados nos *websites* a partir da fase de pré-análise. A análise de conteúdo costuma ser bastante utilizada na pesquisa científica em contabilidade, no Brasil e no mundo. Além disso, a metodologia tem sido utilizada para análise de diferentes elementos, especialmente temáticas, bases teóricas e questões de autoria (ALVES, 2011).

Os dados foram coletados e sistematizados com consulta em todas as instituições cadastradas, num total de 1.102. Um grupo de cursos, entretanto, não disponibilizava *websites* próprios, sendo descartados. Houve uma preocupação de serem coletados e analisados os dados sobre as classificações do conteúdo veiculado pelas IES em combinação com dados sobre localização geográfica, perfil de financiamento das mantenedoras e avaliação do Enade. Desta forma, além de exploratória, a pesquisa também se enquadra nas definições de pesquisa descritiva apresentadas por Martins e Theophilo (2009) e Sampieri et al (2006). A coleta de dados ocorreu num período de cerca de 50 dias, entre os meses de outubro e novembro de 2015. Foi utilizado na análise dos dados o *software* NVivo 10 for Windows.

4. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

4.1. PRÉ-ANÁLISE E DEFINIÇÃO DE CATEGORIAS

Os *websites* mantidos pelos cursos de graduação em contabilidade nas IES brasileiras utilizam-se de múltiplos *layouts*, denotando que não utilizam uma plataforma ou modelo adotado para uso comum. Quando muito, alguns cursos oferecidos por uma mesma universidade, em *campi* diferentes, adotam estruturas e conteúdos semelhantes entre si. Mas a heterogeneidade na apresentação de suas páginas não impede a ocorrência de características comuns. Os conteúdos tendem a ser apresentados em assuntos, agrupados em abas, que utilizam como linguagem textos, quadros e tabelas e ilustrações eventuais (as ilustrações se caracterizam geralmente por serem imagens de profissionais jovens e com aparência de sucesso profissional, ou ainda objetos de uso nas práticas da contabilidade, como calculadoras ou computadores). Os assuntos abordados se caracterizam principalmente em dois grupos: informações sobre os cursos oferecidos (currículo, estrutura disponível, corpo docente, calendário, etc); e informações sobre a profissão contábil e a área da contabilidade em si.

Considerando as características quanto ao perfil do interessado, nível de discurso e intensões dos conteúdos disponibilizados nos *websites*, entendeu-se que os dados que compunham informações da organização das atividades dos cursos não se constituíam objeto de estudo (cronogramas, relação de corpo docente, descrições sobre infraestrutura ou eventos, entre outras informações congêneres). Já o grupo de informações que tratam da profissão e da contabilidade como área do conhecimento trazem redações que propõem transmitir ao internauta em geral conceitos que, em alguma medida, derivam do que é desenvolvido na

Divulgação Científica da Contabilidade: Análise do Conteúdo dos *Websites* das Instituições de Ensino Superior Brasileiras

academia. Esses conteúdos foram analisados e uma proposta de categorização foi elaborada. Considerando as características comuns das informações, as categorias se apresentam excludentes entre si, mas sem entretanto esgotar o campo das possibilidades dos assuntos abordados: apenas representam os conteúdos mais frequentes e evidentes, numa abordagem consistente com a proposição de Bardin (2009). Foram identificadas as seguintes categorias:

a) **Conceituações da contabilidade:** Os *websites* investigados trazem textos que buscam descrever a contabilidade como área do conhecimento, através de definições ou contextualizações na história ou nas organizações. O conjunto de conceitos apresentados são semelhantes entre si, propondo a contabilidade como uma ciência, que lida com dados e informações, cujo objetivo é preparar ou produzir relatórios para tomadas de decisões. A Tabela 1 demonstra que as palavras utilizadas nesta conceituação são as mais frequentes, dentre as palavras relevantes que compõem os textos analisados. Um exemplo dentre as conceituações mais citadas é “O objetivo da Contabilidade é produzir dados, transformá-los em informações e preparar relatórios para a tomada de decisões”. Ainda assim, é importante destacar que algumas conceituações se referem ao “estudo do patrimônio das entidades” ou ainda “riqueza aziendal”.

Tabela 1 – Palavras mais frequentes nos textos de conceituações da contabilidade

PALAVRA	Contabilidade	Informações	Decisões	Tomada	Dados	Objetivo	Relatórios	Contábeis	Preparar	Produzir
n	87	51	39	39	32	32	31	29	27	27
%	2,65	1,55	1,19	1,19	0,97	0,97	0,94	0,88	0,82	0,82

Fonte: Elaborado pelos autores

b) **Objetivos dos cursos:** Bastante frequentes, os textos que fazem referência aos objetivos dos cursos de contabilidade foram incluídos nas classificações sobre divulgação científica porque em muitos dos casos apresentam conceitos que contextualizam a contabilidade nas organizações. Os textos dos *websites* entretanto não apresentam forte congruência nas definições, conforme sugerem os percentuais de frequência das palavras relevantes mais citadas (Tabela 2). A proposição comum se concentra na sintetização de que os cursos se propõem a formar profissionais em ciências contábeis, desenvolvendo-os com conhecimentos que o permitam trabalhar em empresas. Ainda assim, cabe destacar que vários *websites* mencionam o desenvolvimento de habilidades e competências para a prática da profissão contábil.

Tabela 2 – Palavras mais frequentes nos textos de objetivos dos cursos

PALAVRA	Contábeis	Curso	Ciências	Profissional	Formar	Contabilidade	Desenvolvimen to	Objetivo	Empresas	Conhecimentos
n	780	650	551	514	395	323	216	204	196	188
%	1,38	1,15	0,97	0,91	0,70	0,57	0,38	0,36	0,35	0,33

Fonte: Elaborado pelos autores

c) **Mercado de trabalho e atuação profissional:** os textos que tratam da atuação profissional dos contadores buscam descrever cenários atrativos, destacando possibilidades de

Divulgação Científica da Contabilidade: Análise do Conteúdo dos *Websites* das Instituições de Ensino Superior Brasileiras

sucesso pela amplitude do mercado e pelo reconhecimento crescente das necessidades de profissionais contábeis nas empresas. Destaca-se a reserva de mercado legal para a atuação do profissional, que em muitos *websites* é tratada com termos mais rebuscados, mas também encontra descrições claras com linguagem coloquial, como o exemplo “O campo de atuação do profissional de Contábeis é abrangente podendo, após de formado, abrir seu próprio escritório, atuar em empresas ou no setor público, e ainda trabalhar na área de ensino”. As palavras relevantes mais frequentes reforçam a síntese, conforme relata a Tabela 3. Cabe destacar que os textos também costumam apresentar listas de diferentes funções, cargos e ocupações que os contadores podem atuar. Em muitos dos casos, a descrição requer que o leitor tenha alguma noção prévia do ambiente organizacional, a exemplo da descrição da atuação como “contador gerencial”, “contador de custos”, “*controller*” e mesmo “auditor” e “auditor fiscal” – funções cuja compreensão tende a ser desenvolvida durante os cursos, em disciplinas especializadas.

Tabela 3 – Palavras mais frequentes nos textos de mercado de trabalho e atuação profissional

PALAVRA	Contabilidade	Contador	Auditor/auditoria	Contábil	Empresas	Profissional	Fiscal	Público	Mercado	Trabalho
n	945	891	731	695	544	377	354	320	236	148
%	1,88	1,28	1,21	1,15	0,90	0,62	0,58	0,52	0,39	0,24

Fonte: Elaborado pelos autores

d) Perfil do contador: Vários textos encontrados nos *websites* se propõem a descrever as características do profissional da contabilidade, como algo habilidades, competências e posturas natas do profissional da área ou ainda como características atribuídas aos contadores pela sociedade. A síntese dos textos descreve um profissional capaz, com formação específica e relevante para a gestão, cuja atuação é pautada pela ética (Tabela 4).

Tabela 4 – Palavras mais frequentes nos textos de perfil do contador

PALAVRA	Contábeis	Profissional	Contador	Contabilidade	Formação	Empresas	Capacidade	Ética	Desenvolver	Gestão
N	960	899	384	355	286	280	274	233	230	228
%	1,25	1,17	0,50	0,46	0,37	0,37	0,36	0,30	0,30	0,30

Fonte: Elaborado pelos autores

4.2. ANÁLISE DE CONTEÚDO

O Sistema E-MEC, utilizado na identificação das IES brasileiras que oferecem cursos de graduação em contabilidade, disponibiliza os endereços dos *websites* de cada curso. Também disponibiliza informações sobre a categoria administrativa e distribuição geográfica. Porém nem todos os endereços conduziram a páginas funcionais (vários *websites* remeteram a páginas inexistentes, inacessíveis ou sem informações, que foram excluídas da pesquisa). Assim, a Tabela 5 apresenta dados sobre os cursos de graduação em contabilidade no país, mas também sobre os *websites* analisados.

Divulgação Científica da Contabilidade: Análise do Conteúdo dos *Websites* das Instituições de Ensino Superior Brasileiras

Tabela 5 – Distribuição geográfica de cursos de graduação em contabilidade no Brasil em 2015

Regiões	Cursos autorizados						<i>Websites</i> analisados					
	Total		Públicas		Privadas		Total		Públicas		Privadas	
	n	%	n	%	n	%	n _w	%	n _w	%	n _w	%
Sul	212	19,2%	23	10,8%	189	89,2%	196	92,5%	20	10,2%	176	89,8%
Sudeste	452	41,0%	33	7,3%	419	92,7%	373	82,5%	24	6,4%	349	93,6%
Centro-Oeste	137	12,4%	19	13,9%	118	86,1%	105	76,6%	11	10,5%	94	89,5%
Nordeste	213	19,3%	32	15,0%	181	85,0%	145	68,1%	15	10,3%	130	89,7%
Norte	88	8,0%	18	20,5%	70	79,5%	63	71,6%	7	11,1%	56	88,9%
	1102	1	125	11,3%	977	88,7%	882	80,0%	77	8,7%	805	91,3%

Fonte: Elaborado pelos autores

Os dados apontam que uma média de 80% das instituições mantém *websites* funcionais. Apesar dessa diferença representar um indicio de que uma parte significativa das IES estão buscando autorização de cursos de contabilidade sem manterem em funcionamento os endereços eletrônicos que declaram, a amostra dos *websites* analisados pode ser considerada representativa, uma vez que não houve grandes distorções nas médias entre as diferentes regiões ou entre cursos oferecidos por instituições públicas ou privadas. Mesmo assim, é importante anotar nas regiões nordeste, norte e centro-oeste, a proporção de instituições autorizadas a oferecer o curso que não disponibilizam *websites* é menor que as demais regiões. Ainda, que de modo geral, mas principalmente nas regiões citadas, as instituições privadas apresentaram uma preocupação maior em disponibilizar *websites* que as instituições públicas.

O conteúdo dos *websites* analisados foi codificado de acordo com as categorizações pré-definidas, fornecendo um painel da divulgação científica sobre contabilidade realizada no país (Tabela 6).

Tabela 6 – Conteúdos de divulgação científica nos *websites* das IES brasileiras em 2015

Estados/Regiões	Conceituações da contabilidade		Objetivos dos cursos		Mercado de trabalho e atuação profissional		Perfil do contador		Total
	f	f/∑f _E	f	f/∑f _E	f	f/∑f _E	f	f/∑f _E	
AC	0	0,0%	2	28,6%	4	57,1%	1	14,3%	7
AM	1	4,3%	6	26,1%	9	39,1%	7	30,4%	23
PA	1	2,8%	12	33,3%	9	25,0%	14	38,9%	36
TO	0	0,0%	7	31,8%	6	27,3%	9	40,9%	22
AP	0	0,0%	1	33,3%	2	66,7%	0	0,0%	3
RO	1	2,4%	16	38,1%	14	33,3%	11	26,2%	42
RR	0	0,0%	3	42,9%	2	28,6%	2	28,6%	7
Norte	3	2,1%	47	33,6%	46	32,9%	44	31,4%	140
	0,048		0,746		0,730		0,698		2,222

Divulgação Científica da Contabilidade: Análise do Conteúdo dos <i>Websites</i> das Instituições de Ensino Superior Brasileiras									
AL	1	5,3%	5	26,3%	8	42,1%	5	26,3%	19
BA	6	6,7%	25	28,1%	27	30,3%	31	34,8%	89
CE	1	2,1%	16	33,3%	13	27,1%	18	37,5%	48
MA	0	0,0%	6	33,3%	5	27,8%	7	38,9%	18
PB	2	10,5%	4	21,1%	5	26,3%	8	42,1%	19
PE	4	6,7%	16	26,7%	16	26,7%	24	40,0%	60
PI	5	13,9%	8	22,2%	13	36,1%	10	27,8%	36
RN	1	2,6%	11	28,2%	15	38,5%	12	30,8%	39
SE	0	0,0%	3	21,4%	7	50,0%	4	28,6%	14
Nordeste	20	5,8%	94	27,5%	109	31,9%	119	34,8%	342
	0,138		0,648		0,752		0,821		2,359
DF	1	1,9%	13	24,1%	22	40,7%	18	33,3%	54
GO	3	3,7%	27	32,9%	26	31,7%	26	31,7%	82
MS	0	0,0%	10	29,4%	12	35,3%	12	35,3%	34
MT	0	0,0%	24	39,3%	23	37,7%	14	23,0%	61
Centro-Oeste	4	1,7%	74	32,0%	83	35,9%	70	30,3%	231
	0,034		0,627		0,703		0,593		1,958
ES	3	4,5%	21	31,3%	20	29,9%	23	34,3%	67
MG	4	2,1%	55	28,9%	70	36,8%	61	32,1%	190
RJ	5	6,4%	26	33,3%	25	32,1%	22	28,2%	78
SP	17	3,9%	134	30,9%	149	34,4%	133	30,7%	433
Sudeste	29	3,8%	236	30,7%	264	34,4%	239	31,1%	768
	0,078		0,633		0,708		0,641		2,059
PR	2	1,1%	58	32,2%	59	32,8%	61	33,9%	180
RS	5	3,8%	50	38,2%	35	26,7%	41	31,3%	131
SC	2	1,3%	42	28,2%	54	36,2%	51	34,2%	149
Sul	9	2,0%	150	32,6%	148	32,2%	153	33,3%	460
	0,046		0,765		0,755		0,781		2,347
Totais	65	3,3%	601	31,0%	650	33,5%	625	32,2%	1941
	0,074		0,681		0,737		0,709		2,201

Fonte: Elaborado pelos autores

O principal destaque que os dados apresentam é que uma parcela muito pequena das IES brasileiras preocupou-se em apresentar conceituações para a contabilidade – apenas 7,4%. Dentre as quatro categorias identificadas, as conceituações para a contabilidade apresentam maior potencial para que saberes desenvolvidos na academia sejam decodificados para uma linguagem acessível à população leiga, dada a amplitude do tema e as oportunidades de aprofundamento de conceitos. Neste caso, o baixo percentual sugere que a divulgação científica pode não ter sido, em si, um objetivo das faculdades na elaboração de seus textos para os websites de seus cursos. Isso se caracteriza mais ainda, quando analisadas as mensagens que as conceituações da contabilidade trazem: a descrição da contabilidade como uma ciência que gera informações úteis às tomadas de decisões não se somou ao uso intensivo de exemplos práticos, cotidianos, que pudessem conduzir a ideia ao universo dominado pelo internauta leigo, nem tampouco proliferaram analogias ou metáforas que agissem neste sentido. Ao contrário, foi identificado o uso de termos cujos significados são dominados apenas por iniciados no universo dos saberes da contabilidade.

Divulgação Científica da Contabilidade: Análise do Conteúdo dos *Websites* das Instituições de Ensino Superior Brasileiras

As três categorizações restantes apresentaram-se como assuntos de interesse médio de uma faixa de 65% a 75% das IES. Não houve grandes diferenças nas proporções de frequência nestas classificações, mas deve-se considerar a média de 2,2 publicações por cada website, que mostra que não é uma tendência de que os três assuntos sejam abordados por um mesmo curso. As mensagens das três categorizações, apesar de distintas entre si, se apresentam como complementares. As descrições sobre mercado de trabalho e atuação profissional parecem propor ao leitor que a contabilidade é um tipo de conhecimento que encontra espaço para ser comercializado na sociedade, com exemplos de como isso ocorre (mesmo que, ainda assim, em linguagem muitas vezes compreensível por pessoas que já dominem o universo das práticas contábeis nas organizações). O perfil do contador traz mensagens que denotam características ligadas a conceitos relacionados à obtenção de status social, seja por sua tendência a serem bem avaliados no mercado de trabalho, seja por características morais consideradas superiores ou elevadas. Finalmente, o objetivo do curso é a categoria que reúne dizeres que reforçam compromissos das IES na preparação dos alunos no universo delineado pelas outras duas categorias. Assim, considerando as mensagens e o volume de dados identificados nos websites, é possível suportar a hipótese de que as principais mensagens transmitidas pelas IES aos leigos que procuram informações nas páginas virtuais de seus cursos estão voltadas à um processo de atração do indivíduo a integrar um universo que, desde este momento, é apresentado como algo cujo domínio pertence aos iniciados.

É, portanto, um aparente paradoxo, dados os objetivos da divulgação científica e o caráter de exclusividade dos saberes ao universo dos “contadores” sugerido pelas mensagens nos *websites*: as IES tentam atingir à população leiga, porém restringindo a amplitude dos saberes compartilhados. Essa reflexão condiz com a ausência de práticas geralmente utilizadas nos processos de divulgação científica, como gráficos e infográficos, analogias, metáforas, ilustrações e mecanismos similares que poderiam decodificar conceitos especializados em linguagem viável à população leiga.

Finalmente, os dados sugerem que se trata de um fenômeno que ocorre em todo o território nacional. Apesar das médias maiores de disponibilidade de informações pelos websites de IES nas regiões sudeste e nordeste, e apesar da leve porém curiosa preponderância das informações sobre o perfil do contador ocorrido na região nordeste, a frequência dos dados coletados aponta que a mensagem geral tende a ser a mesma em qualquer região do país.

5. CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho aceitou-se como definição que a divulgação científica ocorre quando saberes científicos são decodificados para linguagem coloquial, visando atingir uma comunidade leiga ao assunto. Neste contexto, a própria escolha da base de dados se caracteriza como um instrumento que viabiliza a divulgação científica, no que se referem às mensagens direcionadas aos internautas em geral e que tratem de assuntos relacionados aos saberes dominados na academia. Por esta limitação, foi possível identificar que, em alguma medida, as IES brasileiras tendem a manter práticas de divulgação científica nos websites de seus cursos de graduação em contabilidade.

Entretanto, os achados da pesquisa sugerem que as mensagens direcionadas aos internautas que buscam se aproximar do conhecimento contábil são contraditórias: ao mesmo tempo descrevem um universo atrativo, mas com termos e proposições que sugerem o domínio àqueles que neste universo se iniciarem. Coincidentemente, uma das categorias mais

Divulgação Científica da Contabilidade: Análise do Conteúdo dos *Websites* das Instituições de Ensino Superior Brasileiras

presentes propõe que os cursos se constituem canais que viabilizam ao interessado o acesso ao domínio deste conhecimento.

Assim, a principal característica da divulgação científica da contabilidade realizada nos websites das IES brasileiras é que tende a ser realizada de modo comedido, se propondo mais a atingir o objetivo de atrair novos estudantes do que de levar conhecimento científico para o domínio popular. A enorme preponderância no número de instituições privadas que oferecem cursos de contabilidade no país, em relação às instituições públicas, pode ser um caminho a ser investigado sobre as razões que justificam essa característica – uma vez que as necessidades do mercado podem influenciar nas escolhas das mensagens divulgadas para indivíduos que podem se constituir alunos em potencial. Mesmo assim, tal característica também é encontrada nas instituições públicas.

Assim, o conteúdo dos websites dos cursos de graduação em contabilidade no Brasil fala mais pelos seus silêncios e lacunas, que pelos conteúdos propriamente evidenciados. A pesquisa contábil vem apresentando gradativamente um progresso que implica tanto na proposição de novas tecnologias de soluções de problemas organizacionais e, derivado deles, problemas sociais, como também na construção científica de explicações da realidade que tange o fenômeno da contabilidade. Se esses saberes proliferam, é indicativo o fato de que as mensagens disponibilizadas pelas instituições onde a pesquisa científica tende a ocorrer no país gravitem em torno de conceitos delimitados da área do conhecimento, sem incluir os saberes que desenvolvem em linguagem acessível. Para as discussões sobre o status epistemológico da contabilidade, as mensagens divulgadas pelo veículo potencialmente mais usual entre as IES brasileiras parece reforçar mais a ideia da contabilidade como uma prática profissional do que como uma ciência propriamente dita.

A reflexão final se volta às possíveis relações das práticas adotadas pelas IES nas mensagens iniciais aos alunos potenciais da contabilidade e os estereótipos do contador. Várias linhas de pesquisa têm buscado compreender como a visão estereotipada da profissão pode influenciar as práticas profissionais, a visão da contabilidade pela sociedade e até mesmo a relação que os estereótipos podem ter para a compreensão dos indivíduos nos papéis que podem desempenhar nas organizações. Um exemplo se encontra na teoria que sustenta investigações sobre contratos psicológicos (ROUSSEAU, 1995; CONWAY e BRINER, 2009; GEORGE, 2009): as mensagens iniciais disponibilizadas pela sociedade para as profissões tendem a afetar não apenas o perfil dos indivíduos que nelas buscam se inserir, mas também a maneira como desenvolvem suas percepções acerca de suas possibilidades de atuação profissional, influenciando também, quando inseridos no mercado de trabalho, a forma como estabelecem relações contratuais com as organizações. Isso aponta que, para além da relevância da divulgação científica para as políticas públicas de inclusão social, as práticas adotadas pelas IES podem se relacionar indiretamente com outras questões relevantes para a pesquisa contábil.

REFERÊNCIAS

- ALBAGLI, S. Divulgação científica: informação científica para a cidadania? **Ciência da Informação**, Brasília, v. 25, n. 3, p. 396-404, set./dez. 1996
- ALVES, M. T. V. D. Análise de Conteúdo: sua aplicação nas publicações de contabilidade. **Revista Universo Contábil**, v. 7, n. 3, p. 146-166, jul./set., 2011
- BARDIN L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições70, 2009

- Divulgação Científica da Contabilidade: Análise do Conteúdo dos *Websites* das Instituições de Ensino Superior Brasileiras
- BENJAMIM JUNIOR, V. Produção Científica de contabilidade gerencial em âmbito internacional: uma análise a partir da modelagem de redes complexas. 2015. 104 f. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.
- BUENO, W. da C. Jornalismo científico: revisitando o conceito. In: VICTOR, C.; CALDAS, G.; BORTOLIERO, S. (Org.). **Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: All Print, 2009. p.157-78.
- BUENO, W. da C. Comunicação Científica e Divulgação Científica: Aproximações e Rupturas Conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. esp, p. 1 - 12, 2010
- CONWAY, N.; BRINER, R. B. **Understanding psychological contracts at work: a critical evaluation of theory and research**. New York: Oxford University Press, 2009.
- FARIAS, M. R. S. Desenvolvimento científico da contabilidade: uma análise baseada na epistemologia realista da ciência. 2012. Tese (Doutorado em Controladoria e Contabilidade: Contabilidade) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-02052012-205410/>>. Acesso em: 10/06/2016.
- FAYARD, P. La sorpresa da Copérnico: el conocimiento gira alrededor del público. In **Alambique – didáctica de las Ciencias Experimentales**. nº 21, ano VI, p. 9-16, 1999.
- GEORGE, C. **The psychological contract: managing and developing professional groups**. New York: McGraw-Hill, 2009.
- HENDRIKSEN, E. S; VAN BREDA, M. F. **Teoria da Contabilidade**. tradução de Antonio Zoratto Sanvicente. São Paulo : Atlas, 1999.
- HOQUE, Z. Rational choice theory. In: HOQUE, Zarihul (Org.). **Methodological issues in accounting research; theories and methods**. London: Spiramus, 2006.
- IUDÍCIBUS, S. **Teoria da Contabilidade**. – 7ª. Ed. – São Paulo : Atlas, 2004.
- IUDICIBUS, S.; MARTINS, E.; CARVALHO, L. N. Contabilidade: aspectos relevantes da epopéia de sua evolução. **Revista de Contabilidade e Finanças** [online]. v.16, n.38, p. 7-19, 2005.
- MARANDINO, M; SILVEIRA, R. V. M; CHELINI, M. J; FERNANDES, A. B; RACHID, V; MARTINS, L. C; LOURENÇO, M. F; FERNANDES, J. A; FLORENTINO, H. A. A Educação Não Formal E A Divulgação Científica: O Que Pensa Quem Faz? IV Encontro Nacional de Pesquisa em Educação em Ciências. ENPEC, 4, 2004, Bauru. Atas... Bauru, 2004. Disponível em <http://paje.fe.usp.br/estrutura/geenf/textos/oquepensa_trabcongresso5.pdf> Acesso em: 10/06/2016
- MARTINS, G. de A; THEOPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- MONFREDINI, I. Ciência para a Inclusão Social no Brasil: uma análise crítica. Sinéctica, Tlaquepaque , n. 44, jun. 2015 . Disponível em <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-109X2015000100005&lng=es&nrm=iso> Acesso em 10/06/2016

- Divulgação Científica da Contabilidade: Análise do Conteúdo dos *Websites* das Instituições de Ensino Superior Brasileiras
- MUELLER, S. P. M. Popularização do conhecimento científico. **DataGramZero**, v. 3, n. 2, p. 0-0, 2002.
- OLIVEIRA, J. R. S; MARTINEZ, A. L. A contabilidade e o hipertexto: um estudo sobre o uso de websites como meio de disseminação científica contábil por instituições de ensino superior brasileira. **Revista Contabilidade e Finanças**. n. 43 • p. 97 – 108, 2007
- OLIVEIRA, M. C. Análise dos Periódicos Brasileiros de Contabilidade. **Revista Contabilidade e Finanças**, n. 29, p. 68 - 86, maio/ago. 2002
- ORTIZ BOJACÁ, J. J. Fronteras de la investigación contable-financiera-económica: autonomía e interdisciplinarietà. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, Bogotá , v. 17, n. 1, p. 179-194, 2009 . Disponível em <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-68052009000100012&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 10/06/2016
- PEREIRA, G. R; ESCADA, P. S. Participação da sociedade civil na IV Conferência Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação. **Liinc em Revista**, v.8, n.1, p 52-67, 2012.
- QUINCHE MARTIN, F. L. El potencial de los estudios retóricos en la investigación contable. *Rev.fac.cienc.econ.*, Bogotá , v. 20, n. 1, June 2012 . Disponível em <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-68052012000100015&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 10/06/2018
- ROUSSEAU, D. M. **Psychological contracts in organizations: understanding written and unwritten agreements**. London: Sage, 1995.
- SAMPIERI, R. H. et al. **Metodologia de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: McGrall Hill, 2006.
- SANTOS, P. R. P; CARLIN, D. de O. Análise da produção científica do congresso ANPCONT: um estudo bibliométrico sobre o processo de convergência aos padrões internacionais de contabilidade. **ConTexto**, Porto Alegre, v. 12, n. 22, p. 131-144, 2º semestre, 2012
- SCHMIDT, P, A classificação da contabilidade dentre os ramos do conhecimento humano. **Caderno de estudos**, São Paulo , n. 17, p. 01-17, 1998 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-92511998000100001&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 10/06/2016
- SILVA, H. A. S. da; REINA, D. R. M; ENSSLIN, S. R; REINA, D. Programas de pós-graduação em contabilidade: análise da produção científica e redes de colaboração. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 6. n. 14, p. 145-162, 2012
- SOARES, S. V; RICHARTZ, F; MURCIA F. D.. Ranking da pós-graduação em contabilidade no brasil: análise dos programas de mestrado com base na produção científica em periódicos acadêmicos no triênio 2007-2009. **Revista Universo Contábil**, v. 9, n. 3, p. 55-74, jul./set., 2013

Documentos Consultados

BRASIL, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. Tabela de áreas do conhecimento. Disponível no site

Divulgação Científica da Contabilidade: Análise do Conteúdo dos *Websites* das Instituições de Ensino Superior Brasileiras

<<http://www.cnpq.br/documents/10157/186158/TabeladeAreasdoConhecimento.pdf>>, acesso em 29/06/2016.

BRASIL, Ministério da Educação. Sistema E-mec. Instituições de Educação Superior e Cursos Cadastrados. Disponível no site <<http://emec.mec.gov.br/>>, acesso em 02/11/2015

BRASIL, Ministério de Ciência e Tecnologia. Disponível no site <<http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/78953.html>>, acesso em 28/06/2016.