

EMPRESAS E A INTERFACE DA TRANSPARÊNCIA NO ESTADO DEMOCRÁTICO DE DIREITO: REFLEXÕES, CONCEITOS E TENDÊNCIAS

COMPANIES AND THE INTERFACE OF TRANSPARENCY OF THE DEMOCRATIC STATE OF LAW: REFLECTIONS, CONCEPTS BAND TRENDS

Marcelo Calderari Miguel¹

Antonio Luiz Mattos de Souza Cardoso²

Vitorino Fontenele Freire³

RESUMO

As características do fenômeno conhecido como transparência e como ela se coloca como valor para as empresas no estado democrático de direito. O método de análise compreende uma revisão de literatura sobre o fenômeno da transparência e, no estado da arte de discussões, se averiguam as alterações operadas no modo de se distribuir a transparência na esfera organizacional, situando assim suas correlações e consequências e apelos na ética empresarial. O resultado evidencia que o fenômeno transparência situa consideráveis alterações no sentido de se tornar um “valor econômico”; e nesse cenário, os procedimentos contábeis avançam ao fazer uma interface diretiva ativa das mudanças advindas com as históricas eras das revoluções. Destaca que a transparência cria um processo construtivo para as dimensões de uma nova dinâmica social, explanando um avanço em termos de reflexões e tendências, que cotiza um progredir ético na sociedade em rede. As conclusões sinalizam que dados empíricos de caráter contábil, relativo às corporações, servem como aliados a novos esquemas interpretativos no valor da “imagem” empresarial. Reafirma também que a transparência, no avançar das demandas sociais para a gestão ética, agrega valor às empresas de tal modo que seus câmbios situam um quadro transformador na sociedade do conhecimento – concentrando claros ganhos sociais e representando objetivos bem estruturados para as empresas.

Palavras-chave: Acesso à informação. Direitos civis. Gestão de negócios. Sociedade da informação. Transparência.

¹ Especialista em Educação Científica pela Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG e em Matemática financeira e Estatística; Bacharel em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Espírito Santo - UFES. Av. Fernando Ferrari, 514 - Goiabeiras, Vitória - ES, 29075-073

² Doutor em Educação pela Universidade Federal da Bahia (UFBA - 2010), mestre em Informática pela Universidade Federal do Espírito Santo (2003), especialista em Administração pela Faculdades Integradas Espírito-santense (1997) e graduado em Ciência da Computação pela Universidade Federal de São Carlos (1988). Atualmente, professor do Departamento de Biblioteconomia da Universidade Federal do Espírito Santo.

³ Mestrando em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Espírito Santo – UFES. Licenciado em Ciências Sociais, Bacharel em Ciências Contábeis e em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Espírito Santo. Pesquisador de Povos e Comunidades Tradicionais (PCTs). Email <vitorino.freire@caixa.gov.br>. Av. Princesa Isabel, 86| Bairro Centro | CEP 29010361| Vitória| ES

ABSTRACT

This paper examines and presents the characteristics of the phenomenon known as transparency and how it places itself as a value for companies in the democratic rule of law. The method of analysis comprises a literature review on the phenomenon of transparency and, in the state of the art of discussions, the changes made in the way of distributing transparency in the organizational sphere are investigated, thus situating its correlations and consequences and appeals in business ethics. The result shows that the transparency phenomenon places considerable changes in the sense of becoming an “economic value”; and in this scenario, accounting procedures advance by making an active directive interface of changes arising from the historic eras of revolutions. He emphasizes that transparency creates a constructive process for the dimensions of a new social dynamic, explaining an advance in terms of reflections and trends, which contributes to an ethical progress in the networked society. The conclusions indicate that empirical data of an accounting nature, related to corporations, serve as allies to new interpretative schemes in the value of the corporate “image”. It also reaffirms that transparency, in advancing social demands for ethical management, adds value to companies in such a way that their changes place a transformative framework in the knowledge society - concentrating clear social gains and representing well-structured objectives for companies.

Keywords: Access to information. Civil rights. Information management. Information society. Transparency.

Submissão: 7 jun. 2020

Aprovação: 26 jun. 2020

1 INTRODUÇÃO

A Revolução Industrial durou duzentos anos (1750-1950); naquele período o maior desafio foi a eficiência, fazer o maior número de coisas no menor tempo, aumentar a produtividade, para agregar valor à empresa (MIGUEL, 2017). Cabe destacar que a agricultura precisou de dez mil anos para produzir a indústria; e a sociedade capitalista, em duzentos anos produziu a “era Pós-Industrial” – onde o trabalho físico é produzido pelas máquinas, o mental pelos computadores e o criativo – uma tarefa que, por enquanto, ainda é considerada indelegável para a inteligência artificial é realizado apenas pelos seres humanos (ASSIS, 2008; MIGUEL, 2017). Essas ponderações têm subsídios nos textos de Castells (2003).

Em relação aos fatores econômicos relacionados à internet, Castells (2003) traz à tona reflexões sobre a distopia materialista e sobre o potencial elástico da *web* em suscetivelmente e particularmente intensificar “tendências contraditórias presentes em nosso mundo” e, a invenção da internet reforça a ideia de que a “[...]”

cooperação e a liberdade de informação podem ser mais propícias à inovação do que a competição e os direitos de propriedade.” (CASTELLS, 2003, p. 75).

Santos e Maurer (2020, p. 5) alertam que “[...] é necessária e louvável a iniciativa de verificar se as informações contidas nas declarações das fontes condizem ou não com a realidade.”. Sob esse prisma, encontra-se a busca da verdade como imperativo ético. Deve-se ressaltar que um dos princípios fundamentais de um Estado Democrático é a transparência – suas interfaces coadunam em muitas transformações que circunda o ateliê de humanidades e organizações, empresas e instituições civis ou públicas (ARRUDA, 2016).

Destarte, depreende-se que a transparência sempre esteve presente no valor da empresa, mas no início de forma quase imperceptível e lentamente foi aumentando sua importância.

O valor de mercado de um empreendimento passou a se distanciar do valor contábil, pois o valor de uma empresa passou a ser fortemente influenciada também pelo valor das marcas e muitas vezes a marca se confunde com o próprio nome da Empresa, como por exemplo: *Amazon, Apple, Coca-Cola, Disney, Google, McDonald s, Microsoft, Samsung e Toyota*.

Para exemplificar, pode-se citar que a marca *Apple* teve o seu valor de mercado avaliado em US\$ 234.2 bilhões na 19ª edição da pesquisa *Interbrand – Best Global Brands 2019* – divulgada na *Exame Online* (revista que foca em economia, negócios, política e tecnologia) traz o *ranking* das 100 marcas mais valiosas do mundo (AS MARCAS [...], 2019). Pelo sétimo ano consecutivo, *Apple* e *Google* ocupam as primeiras posições do *Best Global Brands, da Interbrand* o qual:

[...] analisa como uma marca ajuda no crescimento do negócio – desde a entrega de acordo com a expectativa de seus clientes até geração de valor econômico. A metodologia de valoração de marca foi a primeira a receber a certificação ISO. O *ranking* é construído com base em uma trilogia de atributos e as marcas brasileiras ainda não atendem aos critérios para entrar no rol das marcas globais (apesar de possuir valor financeiro não têm presença global) mais valiosas. (MUNDO DO MARKETING, 2016, p. 1).

Assim, no presente artigo, pretende-se abordar o seguinte problema: A transparência agrega valor para a empresa? O objetivo geral do estudo busca saber se a transparência agrega valor para a empresa e contribui de forma significativa e ética para os profissionais contábeis e, os específicos: a) destacar a ênfase para os termos transparência, valor e marca no estado democrático de direito; b) apresentar as revoluções industriais como divisoras para a discussão sobre a transparência e

valor organizacional, com vistas à ética na gestão; e c) enfocar as organizações no contexto da sociedade do conhecimento/informação, no que se refere à gestão da transparência, cerne da governança corporativa.

E, para buscar essa resposta, utiliza-se a pesquisa bibliográfica. Inicia-se a pesquisa a partir da época da instalação das manufaturas na Inglaterra – período que ocorre um ponto de inflexão na economia e nas relações sociais, época em que a força de trabalho se torna mercadoria; e na ocasião o produto do trabalho realizado pelos trabalhadores passa a ser de propriedade do capitalista, encobrindo as relações sociais existentes na mercadoria.

Na exposição do referencial teórico, pretende-se provocar algumas reflexões sobre as possibilidades que a noção de transparência oferece para o entendimento do valor da empresa, por meio de reflexões e conceitos que direcionam o transformar da sociedade nas Eras das Revoluções – Industrial e o capitalismo, a era pós-industrial, refletindo acerca de pesquisa exploratória e descritiva, utilizando como abordagem metodológica, a análise bibliográfica qualitativa, mostrando a contabilidade no bojo que solidifica a transparência como valor nas organizações.

Em que sentido pretende-se usar as palavras transparência e valor? O termo transparência será utilizado para tratá-la no sentido amplo, além da transparência contábil, ou seja, todas as ações buscando a ética e as coerências desenvolvidas em nome da empresa. O termo valor será aplicado com referência ao valor que o mercado atribui àquela empresa para adquirir o direito legal de utilizar o seu nome e as marcas de seus produtos.

O Estado Democrático de Direito e sua relação com as discussões sobre transparência em organizações (vinculados às discussões dos procedimentos contábeis, com vistas à gestão - nos níveis federal, estadual, municipal) e especificidades das organizações diversas, pautam cada vez mais as discussões sobre a ética na sociedade. Com essas considerações, a pesquisa remata a análise sobre o tema a transparência e, a conclusão retoma essa inicial questão, isto é, se na contemporaneidade a transparência realmente agrega valor para a empresa e contribui em seu âmbito para a realização do questionamento ético, perante a classe contábil? Vejamos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

No estado da arte, sinaliza algumas provocações em tópicos que, busca correlacionar as interfaces da transparência no situar do valor para a empresa; nota-se também que o valor da empresa começa sendo percebido por meio da riqueza patrimonial – a qual se tornou dimensionada e apresentada por relatórios contábeis e com o passar do tempo esse valor começou a agregar elementos imateriais que dificultou a sua apresentação nas demonstrações contábeis.

A seguir ressalta a ambiência da era das Revoluções e as mudanças na contabilidade; a aldeia global na era Pós-Industrial e a concorrência empresarial rumo ao construto de uma onda ética.

2.1 Eras das Revoluções: o império industrial e as mudanças na contabilidade

Tigre (2006) aponta que a Revolução Industrial constitui um divisor de águas na economia e na sociedade ocidental, dados seus impactos no novo modo de produção notadamente pelo fato do capitalista se apropriar dos meios de produção e retirar dos artesãos/trabalhadores a propriedade sobre o produto final de seu trabalho. Didaticamente, mencionam Miguel e Silveira (2018), esse – movimento do capitalismo é dividido em três fases, sendo:

- a) Primeira Revolução Industrial: situa-se como um marco do início da instituição das manufaturas (*putting-out*);
- b) Segunda Revolução Industrial: sobreveio em meados do século XIX e meados do século XX caracterizada pela rápida difusão da metalurgia do ferro e do aço, das ferrovias, das novas práticas da indústria química e inovações radicais como a eletricidade, telégrafo, produção de automóvel, avião, rádio, televisor etc.;
- c) Terceira Revolução Industrial: a partir da segunda metade do século XX caracterizada pelo ritmo bastante acelerado do avanço tecnológico, permitindo o lançamento contínuo de novos produtos, novas máquinas, aprimoramento de equipamentos de informática e robôs, sempre controlados pelas multinacionais (MIGUEL; SILVEIRA, 2018).

Já a questão da contabilidade envolve em si os instrumentos empregados pelas empresas para acompanhar a criação da riqueza patrimonial e a mensuração do seu valor. Para se entender melhor a influência da transparência no valor da empresa e a sua mensuração contábil, transcreve-se abaixo o sumário da evolução da contabilidade no mundo e no Brasil:

Quadro 1 - Características da contabilidade no mundo nos últimos cinco séculos

PERÍODO	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS
Até 1500	Primórdios da era do pensamento científico da contabilidade, com a publicação da obra de Frei Luca Pacioli. Primeiras demonstrações contábeis preparadas para fins de prestação de contas aos financiadores das expedições marítimas.
1501 a 1900	Ênfase nos balancetes financeiros. Sistema de partidas dobradas para os registros contábeis preparados quase que exclusivamente para os proprietários do capital. Surgimento da auditoria interna e arrecadadores de impostos.
1901 a 1930	Primórdios da auditoria externa e dos contadores públicos certificados. Surgimento das grandes corporações transnacionais americanas e aprimoramento das demonstrações para atender às finalidades tributárias e Imposto de Renda.
1931 a 1950	Surgiu a contabilidade de custos e os primeiros relatórios da contabilidade gerencial.
1951 a 1970	Aprimoramento da contabilidade de custos. Surgimento das técnicas e procedimentos para as análises de custos, estatísticas de produção, custo-padrão, contabilidade pública, contabilidade e planejamento tributário.
1971 a 1990	Aprimoramento da contabilidade gerencial, custeio por atividades, custo-padrão, orçamento e planejamento estratégico. Primórdios da contabilidade social e ambiental. Nesse período, a contabilidade já assume suas características como um sistema de informações à disposição dos gestores para as tomadas de decisões, com o uso mais intensivo da informática. São discutidas as primeiras tentativas de padronização dos procedimentos contábeis em nível internacional.
1991 a 2000	Surgimento do <i>balanced scorecard</i> e disseminação da controladoria estratégica. Surgem no Brasil as primeiras dissertações e teses sobre capital intelectual. Globalização crescente da economia, dos investimentos internacionais e do uso de instrumentos financeiros.
2001 em diante	Fortalecimento das práticas de governança Corporativa e da tentativa para a harmonização dos padrões de contabilidade internacional.

Fonte: elaborado com base em Oliveira *et al.* (2008, p.4-5).

Pinheiro (1997) reporta que a contabilidade, como ferramenta voltada para o fornecimento de informações, tem no cerne de suas preocupações o usuário, ou seja, a pessoa que irá receber o produto informação, portanto esclarece que a contabilidade nasceu dentro de um cenário totalmente prático.

Para clarificar a análise do papel da contabilidade no cenário corporativo contemporâneo, faz-se necessário elencar os principais fatos mundiais que ajudam a explicar a evolução desta ciência conforme o Quadro 2.

Quadro 2 – Principais fatos ligados à contabilidade ocorridos no Mundo

PERÍODO	ACONTECIMENTOS HISTÓRICOS (MUNDIAL)
Fins do Século XV	<ul style="list-style-type: none"> - As expedições marítimas em forma de joint ventures financiadas pelos reis, príncipes, empresários e banqueiros de Portugal, Espanha, França, Inglaterra e Holanda já fizeram uso da contabilidade para a prestação de contas das receitas e gastos das expedições às Américas, Índia e Ásia; - Publicação em 1494, do Tractatus de computis et scripturis, do Frei Luca Pacioli, que deu início ao pensamento científico da contabilidade.
Revolução Industrial ocorrida em 1756, na Inglaterra	<ul style="list-style-type: none"> - O crescente comércio em toda a Europa e a rápida expansão do capitalismo propiciou um grande impulso para a profissão do contador e do auditor, devido ao surgimento das primeiras fábricas com o uso intensivo do capital, geograficamente fora da jurisdição dos proprietários, com a conseqüente necessidade de delegação de funções e atividades e atribuições de responsabilidades quanto ao uso dos recursos produtivos e comerciais.
Final do século XIX	<ul style="list-style-type: none"> - Criação da Associação dos Contadores Públicos Certificados na Inglaterra – Institute of Chartered Accountants in England and Wales (1880) - Em 1886, criou-se nos Estados Unidos a Associação dos Contadores Públicos Certificados.
Início do século XX	<ul style="list-style-type: none"> - Surgimento das grandes corporações americanas, tais como Ford, Du Pont e rápida expansão do mercado de capitais nos Estados Unidos. - Crash da Bolsa norte-americana em 1929: Devido à grande depressão econômica nos Estados Unidos, que provocou uma quebra generalizada das empresas. Por falta de normas mais rígidas de contabilidade e auditoria, houve enormes perdas para os investidores no mercado de capitais, tendo como conseqüência a criação do Comitê May. - Surgimento (1930) do American Institute of Certified Public Accountants (AICPA) - Teve uma importância decisiva para o desenvolvimento das práticas contábeis e de auditoria. Era o órgão responsável para estabelecer normas contábeis e de auditoria. De 1938 até 1959 o Comitê de Procedimentos Contábeis do AICPA publicou 51 Boletins sobre pesquisas contábeis, sob o título de Accounting Research Bulletins (ARB). A partir de 1959, tais tarefas passaram a ser executadas pela APB – Accounting Principles Board – Junta de Princípios Contábeis -, que emitiu mais 31 pronunciamentos até 1973. - Criação (1934), da Security Exchange Commission (SEC) nos Estados Unidos, Aumentou a importância da profissão do contador e do auditor como guardiões da adequabilidade e transparência das informações contábeis das organizações e sua divulgação para o mercado de capitais e sociedade como um todo.
Final do século XX	<ul style="list-style-type: none"> - Atuação da FASB (Financial Accounting Standards Board) Junta de Normas de Contabilidade Financeira. Criada em 1º de junho de 1973 com o objetivo de determinar e aperfeiçoar os procedimentos, conceitos e normas contábeis. É composta de sete membros indicados pelo AICPA, sendo um órgão independente, reconhecido pelo Security Exchange Commission (SEC). Tem a função de emitir pronunciamentos contábeis, válidos para as empresas privadas norte-americanas e suas subsidiárias ao redor do mundo e Auxiliar a SEC no aperfeiçoamento do mercado de capitais internacional. - Atuação do IASC (International Accounting Standards Committee, ou Comitê de Normas Internacionais de Contabilidade) criado em 1973 - uma organização privada, por um acordo realizado entre diversas outras nações. Sediado em Londres, o IASC tem a função de emitir pronunciamentos contábeis, válidos para as empresas da União Europeia e suas subsidiárias ao redor do mundo e Auxiliar na padronização das normas internacionais de contabilidade.
Século XXI	<ul style="list-style-type: none"> - Depois da escola européia, as primeiras pesquisas, referentes à formulação de conceitos básicos e identificação de postulados e princípios contábeis, foram feitas nos Estados Unidos, onde, também pela primeira vez, utilizou-se da expressão United States Generally Accepted Accounting Principles (US GAAP) ou Princípios Contábeis Geralmente Aceitos nos Estados Unidos. - Aprofundamento do processo de Globalização da economia e da informação, potencializada sobretudo pela Revolução da Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC).

Fonte: elaborado com base em Oliveira *et al.* (2008, p.3-5)

Aproximando essa análise para as empresas brasileiras, considerando o contexto global, destacam-se os principais fatos ligados à contabilidade ocorridos no Brasil, como pode ser visualizado no Quadro 3.

Quadro 3 – Principais fatos ligados à contabilidade ocorridos no Brasil

PERÍODO	ACONTECIMENTOS HISTÓRICOS (NACIONAL)
Década de 1960	- Criou o Banco Central. O governo buscou dotar a instituição de mecanismos voltados para o desempenho do papel de "banco dos bancos". (Lei 4.595) - instituiu o Sistema Nacional de Seguros Privados, do qual fazem parte o Conselho Nacional de Seguros Privados - CNSP, o IRB Brasil Resseguros S.A. - IRB Brasil Re e a SUSEP, órgão responsável pelo controle e fiscalização dos mercados de seguro, previdência privada aberta, capitalização e resseguro.
Década de 1970	- Criação (1971) do Instituto Brasileiro de Contadores (IBRACON), com a fusão de dois institutos até então existentes: O Instituto dos Contadores Públicos do Brasil (ICPB), criado em 26 de março de 1957, e o Instituto Brasileiro de Auditores Independentes (IBAI), fundado em 2 de janeiro de 1968. - Em dezembro de 1976, com a Lei nº 6.404, conhecida como Lei das Sociedades por Ações, houve a normatização das práticas e relatórios contábeis, o que contribuiu enormemente para a disciplina do mercado de capitais. - Criação da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), pela Lei nº 6.385/76, com a responsabilidade de normatizar as práticas contábeis e trabalhos de auditoria das empresas de capital aberto, além de exercer as funções de fiscalização, semelhantemente à <i>Security Exchange Commission</i> norte-americana.
Década de 1980	- Em 1985, o Banco Central do Brasil emitiu a Resolução nº 1007 – Normas Gerais de Auditoria -, com o auxílio do Instituto Brasileiro dos Contadores (IBRACON) e do Conselho Federal de Contabilidade (CFC), o que normatizou a auditoria e a contabilidade nas instituições financeiras.
Década de 1990	- O aumento na oferta de cursos superiores no Brasil e dentre esses os de Ciências Contábeis, ocorrida ao longo da década de 1990
Década de 2000	- Em 2005, O Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) foi criado pela Resolução CFC nº 1.055/05

Fonte: elaborado com base em Oliveira *et al.* (2008, p. 6)

Assim sendo, a sociedade pós-industrial, no contexto da evolução sociocultural, constitui um cenário de transformações econômicas, políticas e sociais que enfoca diversos estudos do ramo empresarial; isto é, uma área para se pensar a ciências contábeis juntamente com seu papel social na evolução da sociedade da informação.

Nessa via, o aumento na eficiência, eficácia e transparência das empresas agrega valor ao processo – movimentos corporativos e organizações – e, Mendes (2009, p. 87) destaca que a “[...] desmaterialização da sociedade implica em mudanças de atitudes e valores humanos que criam a demanda para o consumo dos produtos já existentes e de novos produtos.” e serviços.

2.2 Era Pós-Industrial: rumo a uma aldeia global

A título elucidativo a era pós-industrial, também conhecida como era da informação e do conhecimento, nasceu com a Segunda Guerra Mundial e, no advento do pós-industrialismo surge uma valorização do conhecimento e da informação na estrutura das relações de poder existentes no interior desse processo (CARVALHO; KANISKI, 2000; JAMIL; NEVES, 2000).

Assim, uma de suas características é que essa nova sociedade (da revolução industrial e informacional) não se baseia apenas na produção agrícola, nem na indústria, mas na produção de informação, serviços, símbolos (semiótica), a difusão da mídia (LUCCI, 2008). Um destaque foi notável com a globalização é o crescimento do setor de serviços que hoje absorve a maior quantidade da mão-de-obra, antes concentrada no setor industrial.

A característica da época industrial era a padronização das mercadorias, a especialização do trabalho enquanto na era pós-industrial o foco está na intelectualização, a superabundância do tempo e do espaço, isto é, fazer uma mesma coisa simultaneamente em tempos e lugares diferentes (TIGRE, 2006). Ainda, na era do conhecimento, as organizações aumentam a sua competitividade saindo da competição em mercados já saturados e criando novos mercados, notadamente na área de serviços e produtos.

Assim, cabe ressaltar que os bens e serviços da era da informação apresentam a característica de serem imateriais, não se desgastam com o uso, e o de não estarem sujeitos ao problema da escassez, além de poderem ser copiados e transmitidos infinitamente praticamente sem custos.

Com produtos essencialmente virtuais, que podem ser vendidos por meio do comércio eletrônico e receber apoio pós-venda pela internet, torna-se cada vez mais imprecisa a fronteira entre bens físicos e virtuais. O novo paradigma se caracteriza pela exploração dos efeitos de redes e pela intensa segmentação de clientes, customização de bens e serviços (TIGRE, 2006).

Assim, se adentra em característica da época globalizada e Leme (2010) reporta que a globalização é um movimento coevo que busca o entendimento dos novos processos e formas de organização das relações sociais em esfera mundial. Percebe-se ainda que as alterações ocorridas na modernidade pela globalização

ocasionaram mudanças significativas e ainda acarretam diante os atores da globalização, conforme a ilustração a seguir:

Figura 1 – Atores da globalização



Fonte: adaptado de Bailly (2005)

Ainda sobre este quesito, há que se falar de arte de “desinformação” e para as técnicas de monitoramento ou sobre o uso de alguma tecnologia específica, segundo Santos e Maurer (2020, p. 9) servem para “[...] monitorar as redes sociais, por exemplo, tendo em vista que é no ambiente digital que a desinformação se dissemina mais livremente.”.

Tigre (2006, p. 241) esclarece que o novo paradigma “economia do conhecimento” trabalha com sociedade em rede e “[...] à medida que a economia se desmaterializa, o conhecimento assume um papel cada vez mais importante na dinâmica econômica e social.”. Dada a importância do assunto para a contemporaneidade o tema “economia do conhecimento” é paralelamente desenvolvido por vários autores da Ciência da Informação, como Pereira, Ribeiro, Tractenberg e Medeiros (1999), Finquelievich (2005), Albagli (2007), Gerbasi (2017) e por Correa, Ribeiro e Pinheiro (2017). Em síntese, esses pesquisadores apontam que a “era da economia do conhecimento” abarca o uso do conhecimento (saber, saber-fazer, *know-how*, *savoir-être*) para gerar valores tangíveis e intangíveis.

2.3 A concorrência local e global: reflexões em prol da onda ética

A partir da Segunda Guerra Mundial, o desenvolvimento do comércio internacional vem ganhando uma importância cada vez maior, sendo capaz de gerar uma mudança na visão corporativa, para identificar melhor seus concorrentes. A empresa cada vez mais tem aumentado seus concorrentes globais tanto no mercado interno quanto externo. Com isso a competição em muitos setores passou a ter âmbito mundial, e o ritmo de inovação em termos de serviços e produtos tem-se acelerado. Isto tem sido bom para os consumidores, pois o aumento da competição tem levado, em geral, a preços mais baixos, qualidade mais alta, e mais opções.

Para aumentar mais ainda o dinamismo, a internet tem modificado as maneiras de operar em cada vez mais setores desde meados da década de 1990. Desde o início da década de 1980, muitas empresas têm passado por diversas ondas de programas de aperfeiçoamento, começando com *Just-In-Time (JIT)* e passando por Gestão da Qualidade Total (*TQM*), Reengenharia de Processos, Produção Enxuta, Seis Sigma e vários outros programas de gestão.

Esses fatores, aliados aos progressos nos sistemas de transporte internacional e aumento da sofisticação dos mercados internacionais, têm contribuído para a redução dos custos da realização de comércio entre nações e possibilitam às empresas estrangeiras condições de competir em pé de igualdade com empresas locais. Por uma questão de sobrevivência, mesmo as empresas que atualmente possuem bom desempenho em seus mercados locais são forçadas a se transformarem em concorrentes globais. Do ponto de vista dos consumidores, uma maior competição promete uma variedade cada vez maior de bens, com qualidade mais alta e preços mais baixos (GARRISON; NOREEN; BREWER, 2007).

Oliveira *et al.* (2008) apontam que a governança corporativa e as relações com a transparência muda diversos parâmetros para a contabilidade internacional e a relação com os *stakeholders* - isso culmina com o avanço da governança corporativa nas relações com a transparência. Os autores destacam na obra o conceito de governança corporativa e *disclosure* (transparência), referindo que:

[...] existe há pelo menos 50 anos, sendo que nos últimos anos vem se transformando em uma preocupação importante em diversos países, seja em mercados desenvolvidos ou em emergentes, sendo o conjunto de mecanismos internos e externos que visam a harmonizar e compatibilizar a relação entre gestores e acionistas, dada a natural separação entre controle e propriedade. (OLIVEIRA *et al.*, 2008, p. 193).

Nas últimas décadas, houve um movimento para a criação de valor através de elementos imateriais, ações em ambientes externos da empresa, ações que os relatórios contábeis ainda não conseguem incluí-las na escritura contábil, tais como: valor das marcas, valor do cliente, responsabilidade social, sustentabilidade, adesão ecológica e a partir do final de 2001 com o escândalo na *Enron* e outras multinacionais americanas entrou em cena a valorização da transparência que tem se materializado através da ética, governança corporativa e a harmonização contábil nas empresas (PROVA ESAF [...], 2018). Nessa acepção,

No final da década de 1990, empresas como *Enron*, *Tyco*, *HealthSouth* e *WorldCom* entraram em processo de falência em decorrência de graves escândalos contábeis, gerando uma forte crise no mercado de capitais norte-americano. Por causa disso, em julho de 2002, entrou em vigor dispositivo legal que, visando melhorias em governança corporativa, definiu novos controles para as operações de negócio e processos relacionados aos relatórios financeiros, afetando não só o comportamento das organizações, em especial as de capital aberto cujos papéis circulam pelos principais mercados financeiros mundiais, mas também as práticas internacionais de auditoria interna até então vigentes. Trata-se, aqui, da(s):[Lei Sarbanes-Oxley] (PROVA ESAF [...], 2018, p. 13).

Assim, diante esse painel apresentado, é possível questionar: desde quando a ética, a transparência, consta do valor empresarial? E, como compreender as razões desse crescimento da exigência de valores no mundo econômico? A cobiça, no sentido de que a economia não necessita de virtudes morais e dos bons sentimentos recíprocos dos homens, é muitas vezes citada como o único motor da vida empresarial. Mas, seguindo o percurso da história até a época medieval e antiga, quando além dos ataques à atividade empresarial que encontramos na filosofia e na religião, pensadores tão práticos como Cícero prestaram atenção cuidada à questão da equidade nas transações comerciais correntes (LIPOVETSKY, 2004).

A preocupação ética aparece, então numa visão liberal clássica, como um freio ou como um obstáculo à eficácia econômica, mas começa a mudar e em algumas décadas, o respeito aos princípios da moral tornou-se a condição para o sucesso a longo prazo dos negócios, fazendo parte das necessidades do comércio e do próprio capitalismo; até então esse respeito era considerado como uma utopia

mais ou menos contraprodutiva. Essa reviravolta ideológica maior faz com que a transparência aumente de importância no mundo corporativo (LIPOVETSKY, 2004).

Deixando de lado as origens históricas e religiosas do fenômeno, é possível ligar essa nova ascensão do parâmetro ético ao fato de que:

Ao longo dos anos 80, a imagem do mundo dos negócios degradou-se fortemente na esteira dos diversos escândalos das bolsas, dos lucros miraculosos e dos ganhos fáceis. Sabemos que dois terços das quinhentas sociedades cotadas pela revista *Fortune*, na metade dos anos 80, estiveram envolvidas ao menos numa atividade ilegal em dez anos. Na Europa, foi possível observar um fenômeno similar com a disparada dos processos e dos casos de corrupção. A valorização da ética dos negócios pode ser compreendida com uma reação à degringolada das práticas desonestas do *business* e ao individualismo desenfreado, mais preocupado com rentabilidade imediata que com investimentos a longo termo, mais voltado para a especulação vertiginosa que para a conquista de mercados. (LIPOVETSKY, 2004, p. 44).

Lipovetsky (2004) menciona que os casos de corrupção ou escândalos financeiros não são condenáveis apenas a moralidade; eles prejudicam o desenvolvimento das empresas e afetam gravemente o ritmo das atividades bancárias e das bolsas, que é a razão da contratação de deontólogos pelas grandes empresas.

Destarte, esses profissionais são encarregados de garantir a transparência dos mercados, de fazer respeitar as regras da boa conduta profissional, e desempenham um papel essencial: impedir processos judiciais e indiciamento de executivos, evitar sanções financeiras e penais, que podem ser pesadas, tudo isso através de um trabalho de observação e de controle das operações em curso. A sua função é, primeiramente, prevenir ilícitos como o estelionato, manter a segurança dos mercados, proteger o pessoal e a empresa.

Nesse contexto, a transparência passou a ser uma exigência fundamental para o valor da empresa, e assim:

Numa sociedade cada vez mais dominada por valores de segurança e de saúde, na qual triunfa a sensibilidade ecológica, sendo a oferta diversa, submetida ao controle das associações de consumidores, a imagem do cinismo comercial e a negação do parâmetro ético tornaram-se não somente faltas morais, mas erros de comunicação que custam caro. Nesse contexto, as empresas têm cada vez mais interesse em administrar a variável ética. É nesse sentido que se pode afirmar que a “ética dá retorno”. Com efeito, os consumidores mudaram, podem escolher, levam em consideração, na hora de escolher um produto, a relação aos valores morais e o respeito ao meio ambiente. Nenhuma empresa pode ignorar isso e o *marketing* ético é a resposta a essas mudanças. É nesse sentido que se pode falar de uma ética estratégica ou de *marketing* de valores. A ética nos negócios não é uma prática desinteressada, mas um investimento estratégico e comunicacional a serviço da imagem de marca e do

crescimento da empresa a médio e longo prazo. (LIPOVETSKY, 2004, p. 48).

O comportamento ético é o lubrificante que mantém a economia em funcionamento. Sem esse indicador, a economia operaria com muito menos eficiência; estaria menos disponível aos consumidores, a qualidade do que estivesse disponível seria inferior, e os preços seriam mais altos.

Nessa via, sob o império da lei afirma Arruda (2016, p. 48), que viver em Estado Democrático de Direito é “[...] ter lastreado um vasto acesso à informação como meio de possibilitar que o cidadão esteja informado.” e, assim, possa “inteligentemente exercer” o direito de informação (*recht auf information*) perante diversos órgãos – empresariais (estabelecimentos públicos e privados), por exemplo.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No princípio, a transparência organizacional era uma arte mantida sobre certa inércia; todavia, após a falência de empresas de renome – multinacionais americanas de prestígio – que maquiavam seus balanços, a transparência passou a ter e ser uma grande relevância no valor das empresas.

Nota-se, assim, que a transparência passa a ser importante para os clientes, fornecedores, sindicatos de trabalhadores, enfim para todos os *stakeholders*. A transparência transformou-se em meio econômico, em instrumento de gestão, em técnica de administração. De fato, produziu-se uma reviravolta, pois, de agora em diante, a transparência é fundamental para o valor da empresa. E os procedimentos contábeis apresentam uma relação direta com a transparência da organização e tais padrões (*Internacional Financial Reporting Standards (IFRS)*) servem para otimizar a gestão organizacional (demonstrações contábeis / financeiras) nos diversos níveis – internacional e nacional.

Destarte, o direito à informação expressa um basilar princípio do Estado Democrático de Direito e do processo legal (*due process of law*) na esfera da atuação institucional. Todavia, o embaraço da atuação de companhias como a Enron desponha que há vias, na era digital, para se agenciar uma simplificação em processos que buscam esconder os dígitos – ocorre assim, a contabilidade criativa em informações e cifras, e novas formas para articular e arquitetar a desinformação.

Portanto, feito o percurso bibliográfico, vê-se claramente que atualmente o aspecto instrumental da transparência dos negócios comandada pelos interesses vitais das empresas, contribui também em seu âmbito para a realização do questionamento ético, perante a classe dos profissionais contábeis.

Assim, o comportamento ético é o combustível que mantém a economia em equilíbrio, não expressa uma onda contingente e intermitente. Atualmente é exigido um nível elevado de confiança na segurança e na equidade das transações no dia-a-dia e com isso as empresas passam a gerenciar também os ativos intangíveis. E, ancorado no referencial teórico citado, pode-se responder com segurança que realmente a transparência agrega valor para a empresa.

Assim, em linhas gerais, se pode assinalar que – o valor – se concentra em informações claras, objetivas e bem estruturadas na concretização da transparência contábil, e por meio de sua evolução histórica. Contudo, não se pode prescindir do bom senso; e não basta às instituições divulgar informações – preciso é que estas sejam disponibilizadas de forma ampla, com linguagem acessível e apresentação para gerar transparência e benefícios para a sociedade.

REFERÊNCIAS

ALBAGLI, S. Sociedade da Informação e do Conhecimento: desafios teóricos e empíricos. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, 2007. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/94114>. Acesso em: 7 jun. 2020.

ARRUDA, C. S. L. de. Direito à informação: requisito do devido processo legal em um estado democrático de direito. **Páginas a&b: Arquivos e Bibliotecas**, Porto, n. 6, p. 32-51, 2016. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/67173>. Acesso em: 13 jun. 2020.

AS MARCAS mais valiosas de 2019, segundo ranking da Interbrand. **Exame.**, São Paulo, 17 out. 2019. Disponível em: <https://exame.com/marketing/as-marcas-mais-valiosas-de-2019-segundo-ranking-da-interbrand/>. Acesso em: 17 out. 2019.

ASSIS, R. V. **Dinâmica organizacional da empresa moderna: as relações jurídicas de trabalho frente às transformações político-econômicas do século XXI**. 2008. 158 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Metodista de Piracicaba, Piracicaba, 2008. Disponível em: http://iepapp.unimep.br/biblioteca_digital/pdfs/2006/RGCNTLPJMVJB.pdf. Acesso em: 19 fev. 2020.

BAILLY, A. **Les concepts de la géographie humaine**. 5. ed. Paris: Armand Colin, 2005. 333 p.

CARVALHO, I. C. L.; KANISKI, A. L. A sociedade do conhecimento e o acesso à informação: para que e para quem? **Ci. Inf.**, Brasília, DF, v. 29, n. 3, p. 33-39, dez.

2000. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0100-19652000000300004>. Acesso em: 17 fev. 2020.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003. 243 p. (Coleção interface).

CORREA, F.; RIBEIRO, J. S. A. N.; PINHEIRO, M. M. K. Aspectos da economia da informação: arquétipo conceitual econômico e social. **Informação & Informação**, Londrina, n. 1, v. 22, p. 185-214, 2017. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/33553>. Acesso em: 7 jun. 2020.

FINQUELIEVICH, S. La innovación, la sociedad civil y la economía del conocimiento. **DataGramZero**, Rio de Janeiro, n. 2, v. 6, 2005. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/5638>. Acesso em: 7 jun. 2020.

GARRISON, R. H.; NOREEN, E. W.; BREWER, P. C. **Contabilidade gerencial**. 11. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2007.

GERBASI, V. A. Sociedade da informação: a lógica instrumental do acesso à informação e ao conhecimento. **Informação em Pauta**, Fortaleza, n. 1, v. 2, p. 96-118, 2017. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/40810>. Acesso em: 7 jun. 2020.

JAMIL, G. L.; NEVES, J. T. R. A era da informação: considerações sobre o desenvolvimento das tecnologias da informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 5, n. 1, nov. 2000. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/3581>. Acesso em: 19 abr. 2020.

LEME, A. A. Neoliberalismo, globalização e reformas do estado: reflexões acerca da temática. **Barbaroi**, Santa Cruz do Sul, n. 32, p. 114-138, jun. 2010. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/barbaroi/article/view/1045/1083>. Acesso em: 4 jun. 2020.

LIPOVETSKY, G. **Metamorfoses da cultura liberal**: ética, mídia e empresa. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LUCCI, E. A. **A era pós-industrial, a sociedade do conhecimento e a educação para o pensar**. São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.hottopos.com/vidlib7/e2.htm>. Acesso em: 17 maio 2020.

MENDES, A. A. Reestruturações produtivas e organizacionais na atividade industrial e gerenciamento ambiental. *In*: ORTIGOZA, S. A. G.; CORTEZ, A. T. C. (org.). **Da produção ao consumo**: impactos sócio-ambientais no espaço urbano. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. p. 63-90. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/109101>. Acesso em: 7 jun. 2020.

MIGUEL, M. C. Múltiplos olhares em prol da qualidade de serviços biblioteconômicos. **Revista ACB**: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis, v. 22, n. 2, Especial, p. 192-207, jul. 2017. ISSN 1414-0594. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1312>. Acesso em: 23 fev. 2020.

MIGUEL, M. C.; SILVEIRA, R. Z. Sistema de informação contábil e a tomada de decisão: um dilema que envolve a questão da qualidade informacional nas organizações. **Regrad**: Revista Eletrônica de Graduação do UNIVEM, Marília, v. 11, n. 1, p. 129 -147, ago. 2018. Disponível em: <https://revista.univem.edu.br/REGRAD/article/view/2557>. Acesso em: 11 jun. 2019.

MUNDO DO MARKETING. **Apple, Google e Coca-Cola são as três marcas mais valiosas do mundo.** [S. l.]: Mundo do Marketing, 5 out. 2016. Disponível em: <https://www.mundodomarketing.com.br/ultimas-noticias/36838/apple-google-e-coca-cola-sao-as-tres-marcas-mais-valiosas-do-mundo.html>. Acesso em: 17 out. 2019.

OLIVEIRA, A. M. S. *et al.* **Contabilidade internacional: gestão de riscos, governança corporativa e contabilização de derivativos.** São Paulo: Atlas, 2008.

PEREIRA, M. N. F.; RIBEIRO, C. J. S.; TRACTENBERG, L.; MEDEIROS, P. L. Bases de dados na economia do conhecimento: a questão da qualidade. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, n. 2, v. 28, 1999. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/19509>. Acesso em: 7 jun. 2020.

PINHEIRO, F. A. O postulado do usuário: incentivo ao desenvolvimento da teoria da contabilidade e do contabilista. **Cad. estud.**, São Paulo, n. 16, p. 1-8, dec. 1997. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-92511997000300004>. Acesso em: 4 maio 2016.

PROVA ESAF: Q16134 – Auditoria, Prova 3, Cargo: Analista de Finanças e Controle (AFC/CGU). Rio de Janeiro: ESAF, 31 jul. 2008. Disponível em: <https://www.qconcursos.com/questoes-de-concursos/questoes/cf7cebe4-cb>. Acesso em: 22 dez. 2019.

SANTOS, C. R. P.; MAURER, C. Potencialidades e limites do fact-checking no combate à desinformação. **Comunicação & Informação**, Goiânia, v. 23, 2020. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/137927>. Acesso em: 7 jun. 2020.

TIGRE, P. B. **Gestão da inovação: a economia da tecnologia no Brasil.** Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2006. 282 p.