

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA

**Credibilidade produtiva e observacional das informações contábeis
patrimoniais de Belo Horizonte, MG**

Andreia Lopes Cirino
Doctor Scientiae

**VIÇOSA - MINAS GERAIS
2025**

ANDREIA LOPES CIRINO

**Credibilidade produtiva e observacional das informações contábeis
patrimoniais de Belo Horizonte, MG**

Tese apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Administração, para obtenção do título de *Doctor Scientiae*.

Orientador: Antonio C. Brunozi Junior

Coorientador: Julio C. Soares dos Reis

**VIÇOSA - MINAS GERAIS
2025**

**Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da Universidade
Federal de Viçosa - Campus Viçosa**

T

C578c
2025
Cirino, Andreia Lopes, 1995-
Credibilidade produtiva e observacional das informações
contábeis patrimoniais de Belo Horizonte, MG / Andreia Lopes
Cirino. – Viçosa, MG, 2025.
1 tese eletrônica (129 f.): il. (algumas color.).

Inclui apêndices.

Orientador: Antônio Carlos Brunozi Júnior.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Viçosa,
Departamento de Administração e Contabilidade, 2025.

Referências bibliográficas: f. 113-121.

DOI: <https://doi.org/10.47328/ufvbbt.2025.041>

Modo de acesso: World Wide Web.

1. Contabilidade pública - Belo Horizonte (MG).
2. Propriedade pública - Belo Horizonte (MG).
3. Confiabilidade. I. Brunozi Júnior, Antônio Carlos, 1986-.
II. Universidade Federal de Viçosa. Departamento de
Administração e Contabilidade. Programa de Pós-Graduação em
Administração. III. Título.

CDD 22. ed. 657.8350098151

ANDREIA LOPES CIRINO

**Credibilidade produtiva e observacional das informações contábeis
patrimoniais de Belo Horizonte, MG**

Tese apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Administração, para obtenção do título de *Doctor Scientiae*.

APROVADA: 28 de janeiro de 2025.

Assentimento:

Andreia Lopes Cirino
Autora

Antonio Carlos Brunozi Junior
Orientador

Essa tese foi assinada digitalmente pela autora em 31/01/2025 às 15:26:07 e pelo orientador em 31/01/2025 às 15:29:05. As assinaturas têm validade legal, conforme o disposto na Medida Provisória 2.200-2/2001 e na Resolução nº 37/2012 do CONARQ. Para conferir a autenticidade, acesse <https://siadoc.ufv.br/validar-documento>. No campo 'Código de registro', informe o código **HVKY.26JT.881G** e clique no botão 'Validar documento'.

Dedico esta tese aos meus pais, por terem feito de tudo, com muito esforço, trabalho e luta, para que eu pudesse me dedicar aos estudos e ter as oportunidades que a vida não lhes concedeu. Esta conquista é tanto minha quanto de vocês.

AGRADECIMENTOS

A Deus, a minha Mãe das Mercês e ao meu querido São José por terem me dado perseverança, saúde e força para percorrer o caminho do doutorado e, principalmente, por ter colocado em minha vida pessoas que tornaram esse caminho mais tranquilo.

À minha mãe, minha maior inspiração na vida, por me motivar a jamais desistir dos meus sonhos e por sempre estar ao meu lado torcendo por mim. Ao meu pai, por me encorajar a sair da minha zona de conforto e alçar novos voos. Aos dois, obrigado por tudo o que fizeram por mim e por ser, sempre, o meu porto seguro, o lugar onde encontro apoio e amor.

Ao meu noivo, Pedro, por ser essa pessoa incrível, com coração enorme e por ter lido projetos, debatido conceitos, coletado e organizados dados, e, acima de tudo, por ter sido o maior e melhor ouvinte que eu poderia desejar durante toda a saga do doutorado e por toda a minha vida. É um privilégio dividir minha vida com você.

Ao André, meu irmão, agradeço por sempre estar presente em casa, cuidando de tudo enquanto eu estava no doutorado. Aos meus avôs Josefina e Antônio agradeço por todo amor dedicados a mim.

Aos meus amigos Nathália, Dayse, Carlos, Juliana, Ykaru, Tamires e Lusvânio, que dividiram comigo cafés na sala da pós, artigos e, principalmente, uma amizade para além do meio acadêmico. Que bom que passamos por essa fase juntos, vocês tornaram tudo mais fácil.

À Cownerd, na pessoa de suas moradoras, que durante 4 anos foi meu lar em Viçosa. De modo especial, à Maria Terezinha e Mara que acompanharam de perto esse processo de doutoramento e sempre buscaram me motivar.

Ao Dr. Antônio Carlos Brunozi Júnior, meu orientador, expressei minha profunda gratidão por cada orientação, apontamento e conselho ao longo desta jornada. Durante o período do doutorado, minha admiração por você só aumentou, fruto do seu comprometimento, conhecimento e dedicação, que foram inspirações constantes para mim.

Ao Dr. Júlio Cesar Reis, meu co orientador, agradeço por acreditar na proposta desta pesquisa. Sua gentileza, confiança e apoio foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho.

Aos professores que constituíram a banca de avaliação, pela disposição em participar da e contribuir com o meu trabalho.

Ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Viçosa, na figura de seus docentes, técnico-administrativos e terceirizados com os quais tive o privilégio de conviver.

À Faculdade de Administração e Contabilidade da Universidade Federal de

Juiz de Fora, na figura de seus docentes, técnico-administrativos e terceirizados onde tive a honra de atuar como professora substituta, expresse minha profunda gratidão por tudo o que aprendi nesse período. De modo especial, agradeço a Dr^a. Flávia Vital Januzzi, a Dr^a. Luciana Holtz e a Marion Tormen que tanto me ajudaram a me encontrar nesta nova fase da minha vida.

Aos meus alunos, agradeço o privilégio de poder compartilhar conhecimento e crescer junto. Obrigada por me permitirem fazer parte dessa jornada de aprendizado e transformação.

À fonte financiadora Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG), sem este suporte teria sido impossível a realização desta tese.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

Aos Participantes da Pesquisa que tiveram a sensibilidade de entender o projeto e aceitaram ajudar na sua construção.

Por fim, agradeço a você que está lendo esta pesquisa pela oportunidade de compartilhar os resultados alcançados, os quais podem, eu espero, fazer diferença na prática da gestão pública no nosso país.

‘Mãe das Mercês, nosso espírito sente-se confortado cada vez que a vós nos recorremos. Uma doce esperança imunda nosso ser, porque nos lembramos daquelas palavras de São Bernardo: “Nenhum daqueles que a vós tem recorrido, foi por vós desamparado.”’

(Trecho da oração à Nossa Senhora das Mercês)

RESUMO

CIRINO, Andreia Lopes, D.Sc., Universidade Federal de Viçosa, janeiro de 2025. **Credibilidade produtiva e observacional das informações contábeis patrimoniais de Belo Horizonte, MG.** Orientador: Antonio Carlos Brunozi Junior. Coorientador: Julio Cesar Soares dos Reis.

O setor público possui o dever de comunicar informações capazes de proporcionar aos seus stakeholders conhecimento acerca de seus atos. A informação contábil é um mecanismo capaz de auxiliar a defesa de princípios constitucionais, proporcionando compreensão acerca da criação de valor público e da situação patrimonial dos entes federativos. Para tanto, é necessário que as informações contábeis sejam elaboradas e percebidas como credíveis. A credibilidade no setor público sofre com uma ausência de consenso, já que diferente do setor privado ela não pode ser mensurada por meio do valor monetário que gera. Assim, neste estudo, propõe-se que a credibilidade das informações contábeis seja mensurada por meio da percepção de que há credibilidade nos três elementos que compõem a comunicação da informação contábil (fonte, mídia e mensagem). A credibilidade da informação contábil comunicada é um mecanismo de obtenção de legitimidade para o setor público, conforme a Teoria da Legitimidade. Deste modo especial, o setor público municipal, por ser o ente federativo mais próximo da sociedade civil, está cada vez mais sendo solicitado no que tange a satisfazer a necessidade de haver uma comunicação de informações, seja por meio de relatórios anuais, informações publicadas em sites ou até mesmo em redes sociais. Assim, conforme a Teoria da Comunicação, cabe a dimensão produtiva das informações contábeis elaborá-las e comunicá-las de forma que possam ser decodificadas e compreendidas pela dimensão observacional, proporcionando aos usuários das informações mecanismos que tornem possível a percepção de haver credibilidade nas informações contábeis comunicadas. Desta forma, o presente teve como objetivo geral analisar a percepção de stakeholders sobre a existência de credibilidade das informações contábeis patrimoniais comunicadas pelo poder público no município de Belo Horizonte, Minas Gerais. Para tanto, foi realizada a coleta de percepções dos usuários no X (anteriormente denominado de Twitter), Youtube e Facebook e de em plataformas digitais do tipo site de jornal ou jornais eletrônicos (Agência Minas, BH 24 horas, Estado de Minas e G1) entre o período de 2010 a 2023. Posteriormente, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, possuindo como participantes da pesquisa os produtores das informações contábeis do município. Por fim, foram aplicados questionários para os stakeholders municipais. Os dados

obtidos foram analisados, respectivamente, por meio da análise de Processamento de Linguagem Natural; Análise Descritiva e Análise de Conteúdo; Análise Descritiva; Análise de Conteúdo; Alpha Cronbach e teste ANOVA. Os resultados deste estudo confirmaram a tese de que a informação contábil patrimonial é percebida como credível quando existe confiança (alcançada por meio da boa-fé, competência técnica e honestidade), credibilidade da mensagem (obtida pela qualidade e utilidade da informação), credibilidade da mídia (adquirida por meio da estrutura, precisão, cobertura da informação, afinidade e atratividade) e credibilidade da fonte (autoridade, racionalização, normalização, moralização e sentimento). Todavia, quando a informação contábil é dotada de tecnicidade, como é algo inerente à Contabilidade patrimonial, e mediante contextos de desinformação, há uma dificuldade de se perceber uma informação como de credibilidade, dificultando o processo de legitimação do setor público. Além disso, identificou-se que os produtores de informações contábeis a percebem a informação contábil comunicada pelo setor público municipal como credível, enquanto os stakeholders possuem a percepção contrária.

Palavras-chave: credibilidade. ; contabilidade patrimonial.; municípios.

ABSTRACT

CIRINO, Andreia Lopes, D.Sc., Universidade Federal de Viçosa, January, 2025. **Productive and observational credibility of asset accounting information in Belo Horizonte, MG.** Adviser: Antonio Carlos Brunozi Junior. Co-adviser: Julio Cesar Soares dos Reis.

The public sector has a duty to communicate information capable of providing its stakeholders with knowledge about its actions. Accounting information is a mechanism capable of assisting in the defense of constitutional principles, providing understanding about the creation of public value and the financial situation of federative entities. To this end, it is necessary that accounting information be prepared and perceived as credible. Credibility in the public sector suffers from a lack of consensus, since unlike the private sector, it cannot be measured by the monetary value it generates. Thus, in this study, it is proposed that the credibility of accounting information be measured by the perception that there is credibility in the three elements that make up the communication of accounting information (source, media, and message). The credibility of the communicated accounting information is a mechanism for obtaining legitimacy for the public sector, according to the Theory of Legitimacy. In this particular way, the municipal public sector, as the federative entity closest to civil society, is increasingly being asked to satisfy the need for information communication, whether through annual reports, information published on websites or even on social networks. Thus, according to Communication Theory, it is up to the productive dimension of accounting information to prepare and communicate it in a way that can be decoded and understood by the observational dimension, providing users of the information with mechanisms that make it possible to perceive the credibility of the accounting information communicated. Thus, the general objective of this study was to analyze the perception of stakeholders regarding the credibility of the accounting information communicated by the public authorities in the municipality of Belo Horizonte, Minas Gerais. To this end, user perceptions were collected on X (previously called Twitter), YouTube and Facebook, and on digital platforms such as newspaper websites or electronic newspapers (Agência Minas, BH 24 horas, Estado de Minas and G1) between 2010 and 2023. Subsequently, semi-structured interviews were conducted, with the producers of the municipality's accounting information as research participants. Finally, questionnaires were applied to municipal stakeholders. The data obtained were analyzed, respectively, through Natural Language Processing analysis; Descriptive Analysis and Content Analysis; Descriptive Analysis;

Content Analysis; Alpha Cronbach and ANOVA test. The results of this study confirmed the thesis that equity accounting information is perceived as credible when there is trust (achieved through good faith, technical competence and honesty), credibility of the message (obtained through the quality and usefulness of the information), credibility of the media (acquired through structure, accuracy, coverage of the information, affinity and attractiveness) and credibility of the source (authority, rationalization, standardization, moralization and sentiment). However, when accounting information is endowed with technicality, as is something inherent to equity accounting, and in contexts of misinformation, it is difficult to perceive information as credible, hindering the process of legitimizing the public sector. In addition, it was identified that producers of accounting information perceive the accounting information communicated by the municipal public sector as credible, while stakeholders have the opposite perception.

Keywords: credibility.; equity accounting.; municipalities.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Qualidade das informações contábeis.....	28
Figura 2- Credibilidade da informação	30
Figura 3- Processo de comunicação	35
Figura 4- Credibilidade e legitimidade do setor público	42
Figura 5- Número de publicações por ano em redes sociais	60
Figura 6- Nuvem de palavras publicadas no Facebook.....	61
Figura 7- Nuvem de palavras publicadas no Youtube.....	62
Figura 8- Nuvem de palavras publicadas no X	63
Figura 9- Hashtags mais frequentes, respectivamente, no Facebook, Youtube e X	65
Figura 10- Comportamentos gerados x quantidade de postagens no X, Facebook e Youtube.....	70
Figura 11- Análise por categorias, postagens no Facebook, X e Youtube.....	71
Figura 12- Nuvem de palavras publicadas nos portais: Agência de Minas (A), BH 24 horas (B), G1 (B) e Estado de Minas (D).....	73
Figura 13- Comportamentos gerados x quantidade de postagens nos portais Estado de Minas (A), Agência de Minas, G1 (C) e BH 24 horas (D).....	75
Figura 14- Análise por categorias das postagens nos portais Estados de Minas (A), Agência de Minas (B), BH 24 horas (C) e G1 (D)	76
Figura 15 - Conceito credibilidade	97
Figura 18- Percepção sobre a existência de maneiras de melhorar o modo como a prefeitura produz e comunica as informações contábeis.....	103

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Validação dos constructos por meio do Alfa de Cronbach	96
---	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Diferenças entre o Ranking do Tesouro Nacional e o conceito de credibilidade da informação contábil	44
Quadro 2- Perfis analisados	45
Quadro 3- Categorias de legitimidade utilizadas para convencer os receptores	48
Quadro 4- Participantes da Pesquisa entrevistados	50
Quadro 5- Stakeholders participantes da pesquisa por meio de questionários	52
Quadro 6- Variáveis coletadas	53
Quadro 7- Síntese da metodologia	56
Quadro 8- As três postagens mais curtidas e comentadas no X.....	66
Quadro 9- As três postagens mais curtidas e comentadas no Facebook	67
Quadro 10- Postagens mais curtidas e comentadas no Youtube	69

SUMÁRIO

1 Introdução.....	16
2 Referencial Teórico	25
2.1 Evidenciação e Qualidade das Informações Contábeis perante os <i>Stakeholders</i>	25
2.2 Credibilidade da Informação Contábil	29
2.3 Informações nas Plataformas Digitais	33
2.4 Teoria da Comunicação	35
2.5 Teoria da Legitimidade.....	36
2.6 Posicionamento Teórico para a Tese: Legitimidade e Credibilidade da Informação Contábil no processo de comunicação	38
3 Procedimentos Metodológicos	44
3.1 Delineamento da pesquisa: Amostra, Dados e Operacionalização.....	44
4 Resultados e Discussões	57
4.1 Plataformas Digitais e Credibilidade das Informações Contábeis (Objetivo Específico 1).....	57
4.1.1 O uso, características e interações nas redes sociais na emissão de informações contábeis patrimoniais pelo município	57
4.1.2 O uso, características e interações nos portais de notícias na emissão de informações contábeis patrimoniais pelo município	72
4.1.3 A Credibilidade da Comunicação emitida em Plataformas Digitais	77
4.2 Produtores e Credibilidade das Informações Contábeis Patrimoniais (Objetivo Específico 2).....	80
4.2.1 Contexto Institucional Contemporâneo do processo de comunicação de informações contábeis	80
4.2.2 Produtores e Comunicação de Informações Contábeis Patrimoniais	84
4.3 A percepção dos <i>stakeholders</i> sobre a credibilidade nas informações contábeis patrimoniais (Objetivo Específico 3).....	96
4.3.1 Proposta de mensuração (e validação) do conceito de credibilidade das informações contábeis no setor público	96
4.3.2 Percepção dos <i>stakeholders</i> sobre o processo comunicativo: Perfil da dimensão observacional e sua percepção sobre a dimensão produtiva.....	98
5 Considerações Finais	107
Referências	113
APÊNDICE A - Palavras-chave utilizadas no objetivo 1	122
APÊNDICE B - Roteiro de entrevista semiestruturada.....	124

APÊNDICE C - Roteiro do questionário.....	125
---	-----

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização inicial do tema

A contabilidade aplicada ao setor público é um instrumento informacional que pode auxiliar na promoção e na defesa de princípios constitucionais, bem como proporcionar maior compreensão acerca da criação de valor público e do cenário econômico. A ciência contábil é capaz de influenciar as organizações e a sociedade, e avaliar e monitorar a realização das ações planejadas (Agostino; Saliterer; Steccolini, 2022; Muh et al., 2022; Leoni et al., 2021; Steccolini, 2018; Tran; Nguyen; Hoang, 2021).

O principal produto da contabilidade é a informação contábil. No entanto, ela deve atender a padrões de qualidade a fim de tornar a informação útil e minimizar a assimetria informacional entre quem as divulga e os *stakeholders*¹ - partes interessadas que possuem influência e são influenciados por atos realizados por uma organização (Bastiella et al., 2021; Horish; Schaltegger; Freeman, 2020; Brugha; Varvasovszky, 2000; Bryson, 1988; Donaldson; Preston, 1995; Freeman, 2010; Freeman; Reed, 1983; Gomes; Liddle; Gomes, 2010). No setor público, os *stakeholders* podem ser qualquer indivíduo ou organização, como os cidadãos, as Organizações da Sociedade Civil, governos (municipais, estaduais, federais, internacionais), contribuintes, entidades acadêmicas e de ensino, organizações privadas, sindicatos, mídia, empresas, indústrias, entre outros. Consequentemente, tem-se que a sociedade civil é um importante *stakeholder* do poder público (Riege; Lindsay, 2006).

No que tange ao setor público, a informação contábil é um elemento capaz de auxiliar no entendimento das ações governamentais, possibilitando a avaliação do desempenho das autoridades locais (Gomes; Osborne; Guarnieri, 2020). O setor público possui o objetivo é prestar serviços para a sociedade gerando valor público, e não em obter lucro (Meijer, 2014).

Nesse interim, segundo previsto na Teoria da Legitimidade, a comunicação de informações é parte relevante do diálogo entre organização e partes interessadas (Dowling; Pfeffer, 1975; Magness, 2006). Na administração pública, impulsionada pelo *New Public Management* e a governança pública, tem-se desempenhado meios de engajar os *stakeholders* e comunicá-los de modo mais significativo, bem como há uma maior tendência de garantia de

¹ Estudos (Best; Moffett; McAdam, 2019; Bryson, 1988; Dahan; Doh; Raelin, 2015; Godenhjelm; Johanson, 2018; Gomes; Liddle; Gomes, 2010; Gomes; Osborne; Guarnieri, 2020; Riege; Lindsay, 2006) explicam que o uso da Teoria dos *Stakeholders* e, concomitantemente, o termo e o conceito acerca dos *stakeholders* é apropriado para se analisar o setor público no que tange elementos de gestão. Isto porque, através desta lente é possível compreender o papel do governo e suas ações mediante pressões exercidas pelos cidadãos para garantir seus direitos, sendo que estes grupos de cidadãos podem ser divididos segundo suas formas de exercer seu poder perante ao poder público: Poder econômico, poder político, poder de voto.

credibilidade, devido a ampliação da divulgação, transparência e *accountability* (Aboukhadeer; Azam; Albattat, 2023; Bracci *et al.*, 2019; Ripoll; Schott, 2020).

O setor público, em prol de haver legitimidade², deve comunicar informações contábeis com alta qualidade e percebidas como de credibilidade (Balluchi; Lazzini; Torelli, 2021; Dunn; Laing, 2017). Assim, a credibilidade é uma característica relevante da comunicação (Balluchi; Lazzini; Torelli, 2021). Para estabelecer a legitimidade no relacionamento entre setor público e *stakeholders*, a administração pública deve comunicar suas informações contábeis de forma credível (Troczyński *et al.*, 2022).

Portanto, dada a natureza complexa dos entes federativos brasileiros e de como suas informações afetam múltiplos *stakeholders*, a administração pública deve voltar-se para identificar as melhores e novas formas de realizar essa comunicação, estabelecendo uma relação estreita com os *stakeholders* de modo eficaz. Nota-se que o desenvolvimento de tecnologias de informação e comunicação impulsionou uma transformação digital na comunicação entre poder público e sociedade (Duan *et al.*, 2023).

1.2 Problema de Pesquisa

Apesar da importância da credibilidade das informações emitidas para o setor público, Muh e outros (2022) demonstraram que há maior foco de pesquisa quando associada ao setor privado. Isso indica a necessidade de investigações acerca da qualidade da informação para o setor público e as características qualitativas que auxiliam neste processo comunicativo para encontrar meios de implementar melhorias.

De acordo com Kumar e Utkarsh (2023), a credibilidade surge como um mecanismo capaz de ampliar a qualidade da informação e seus efeitos para o usuário da informação. Além disso, de acordo com Xiao e Shailer (2022), há um limitado número de pesquisas acerca da credibilidade. Estudos acerca da credibilidade aplicada ao setor privado têm aumentado. Contudo, segundo Balluchi, Lazzini e Torelli (2021), pouca atenção tem sido dada para explicar como a credibilidade legitima uma organização pública, bem como há uma escassez de pesquisas que operacionalizaram empiricamente o conceito de credibilidade e que o associaram à comunicação de informações.

Estudos sobre credibilidade têm sido realizados nas áreas de Comunicação (Hanimann *et al.*, 2023; Dunbar *et al.*, 2015; Guinea, Villafane, Caffarel-Serra, 2018; Keshavarz, 2020a,

² Legitimidade, neste estudo, é um conceito que se refere às ações de uma entidade, pessoa ou organização serem socialmente validadas por parte do sistema social em que ela está inserida (Rossoni, 2016).

2020b; Keshavarz; Esmaeili Givi, 2020; Keshavarz; Esmaeili Givi; Norouzi, 2020; Metzger; Flanagin, 2013; Serra, 2003; Shabani; Keshavarz, 2021; Westerman; Spence; Van Der Heide, 2014), Psicologia (Hovland; Weiss, 1951; Hyman; Sheatsley, 1947; Mccallig; Robb; Rohde, 2019; Sternthal; Phillips; Dholakia, 1978); Ciência da Informação (Fachin *et al.*, 2020; Keshavarz, 2020b; Savolainen, 2011; Sharma; Kumar, 2022); Administração (Hajli *et al.*, 2015; Hajli, 2018; Kumar; Utkarsh, 2023), e Ciências Contábeis (Balluchi; Lazzini; Torelli, 2021; Beaulieu, 1994; Dando; Swift, 2003; Ehrmann; Georgarakos; Kenny, 2023; Xiao; Shailer, 2022).

Porém, em Administração e Ciências Contábeis, o conceito de credibilidade tem sido utilizado como uma percepção em referência aos valores monetários que uma informação proporciona aos seus usuários. Já nas demais áreas citadas, respeitando as distinções próprias do ramo de estudo, a credibilidade é apresentada como uma percepção subjetiva vinculada ao sentimento obtido sobre a informação comunicada em aspectos mais amplos, como valor público, transparência, *accountability* e boa vontade de comunicar.

Este estudo considera que a credibilidade é a qualidade da informação de ser crível, ou seja, de ser considerada digna de confiança, acreditável, autêntica e verdadeira. A credibilidade da informação é obtida por meio da percepção de que há credibilidade nos três elementos que compõem a informação contábil (fonte, mídia e mensagem) (Serra, 2003). Assim, a credibilidade refere-se a capacidade das informações contábeis serem consideradas confiáveis e integras, permitindo que os *stakeholders* consigam obter conhecimento adequado e tomar decisões fundamentadas nestas informações (Balluchi; Lazzini; Torelli, 2021; Beaulieu, 1994; Dando; Swift, 2003; Ehrmann; Georgarakos; Kenny, 2023; Xiao; Shailer, 2022). Cabe destacar que uma informação confiável e íntegra vai sofrendo alterações de tempos em tempos de acordo com a realidade da sociedade.

A credibilidade da informação contábil comunicada é um mecanismo de obtenção de legitimidade para o setor público, perante outros entes federativos, instituições de diversas categorias e cidadãos (Dowling; Pfeffer, 1975; Wang *et al.*, 2014). A Teoria da Legitimidade foi, segundo Magness (2006), inserida no âmbito contábil como um mecanismo capaz de auxiliar no entendimento do motivo pelo qual determinadas informações são ou não comunicadas ao público ou quando serão (Castelo Branco; Lima Rodrigues, 2006; Deegan, 2002, 2019; Dowling; Pfeffer, 1975; Lee; Raschke, 2023; Magness, 2006; Suchman, 1995; Wang *et al.*, 2014).

Por sua vez, a Teoria da Comunicação favorece o avanço da contabilidade, visto que a sua estrutura pode ser utilizada para descrever os processos contábeis e auxiliar em

pesquisas na área, bem como revela novas ideias sobre contabilidade como um sistema integrado e credível (Bedford; Baladouni, 1962). Além disso, nesta teoria se apresenta que a comunicação contábil depende de dois elementos, encontrados em duas dimensões: produção (dimensão produtiva) e a interpretação de informações contábeis (dimensão observacional). A primeira está diretamente ligada aos produtores das informações contábeis, enquanto a segunda está vinculada a percepção dos usuários (Bedford; Baladouni, 1962).

Porém, a percepção de credibilidade da informação contábil não é igual para todos os *stakeholders* envolvidos com a Administração Pública, sejam entes ou pessoas. Ao setor público, especificamente aos municípios, cabe ser responsabilizado por seus atos, haja vista que a responsabilização está relacionada ao dever de relatar e justificar sua conduta e possivelmente enfrentar consequências sobre seus atos. A responsabilização está vinculada aos aspectos de como os emissores das informações constroem o processo de comunicação com os receptores, se estes estão envolvidos em um diálogo ou se são mantidos distantes (Bakar; Saleh, 2015; García; García, 2008; Päril *et al.*, 2020).

Para ser responsável, o setor público municipal, foco desta pesquisa, está cada vez mais sendo solicitado no que tange a satisfazer a necessidade dos *stakeholders* quanto a comunicação de informações. A responsabilidade pode ser efetiva quando há um nível razoável de divulgação por parte do setor público. Esta divulgação pode ocorrer de diversos modos, como relatórios anuais, informações publicadas em sites ou até mesmo em redes sociais (Bakar; Saleh, 2015).

Vale uma menção neste contexto que, a fim de incentivar o processo de comunicação, foram criadas premiações, para os municípios, como *Ranking* da Qualidade da Informação Contábil e Fiscal elaborado pelo Tesouro Nacional, que elegeu Belo Horizonte, foco desta pesquisa, como primeiro lugar nas edições de 2019, 2020 e 2021.

Em adjacência a essa questão da credibilidade informacional municipal, discute-se que a informação contábil também é um conceito diverso e que pode envolver amplos caminhos para os *stakeholders*. Para esta pesquisa, informação contábil é aquela produzida e evidenciada pelo regime de competência, especificamente, a patrimonial, que é normatizada para ser construída com qualidade, transparência, consistência, *accountability* e, especialmente, credibilidade. Esses atributos, previstos também nas *International Public Sector Accounting Standards* (IPSAS), tendem a garantir a conformidade técnica da informação e estabelecem uma base para um processo de comunicação eficaz e confiável com os *stakeholders*. No contexto dos municípios, o papel da comunicação não deve ser apenas uma divulgação de dados, mas sim um mecanismo para aproximar as informações técnicas das necessidades dos cidadãos, a fim de legitimar atos governamentais (Bakar; Saleh, 2015).

Com base neste cenário, é provável que os produtores das informações contábeis - ou seja, a dimensão produtiva - realizem a construção de informações de credibilidade – ou buscam realizar dessa maneira. No entanto, é necessário que os *stakeholders* - elementos da dimensão observacional - percebam a existência da credibilidade. Assim, não basta que haja a produção de informações credíveis sem que haja uma decodificação que a torne perceptível. Essa percepção deve ocorrer no cotidiano dos *stakeholders* e tende a ser ampliada, principalmente, pela popularização da internet, mediante ao acesso a redes sociais (como X, Facebook e Youtube) e plataformas digitais, como por exemplo, páginas de jornais eletrônicos (por exemplo, G1). Desta forma, emerge a dúvida se o *stakeholders* conseguem perceber a produção de informações contábeis patrimoniais de credibilidade realizada por pelos produtores das informações.

Mediante a isso e a partir das lentes teóricas da Comunicação e da Legitimidade, o presente estudo buscou responder a seguinte questão: **como a credibilidade da informação contábil patrimonial do setor público é percebida³ pelos *stakeholders*?**

1.3 Objetivos

Como objetivo geral analisar a percepção de *stakeholders* sobre a existência de credibilidade das informações contábeis patrimoniais comunicadas pelo poder público no município de Belo Horizonte, Minas Gerais. Especificamente, pretendeu-se:

1. Analisar o uso, as características e as interações nas plataformas digitais por meio das informações contábeis patrimoniais emitidas pelo poder público;
2. Avaliar a percepção dos produtores das informações contábeis sobre o processo de comunicação e a credibilidade das informações contábeis patrimoniais emitidas pelo poder público, e
3. Identificar e analisar a percepção dos *stakeholders* sobre a credibilidade nas informações contábeis patrimoniais emitidas pelo poder público.

1.4 Tese do Estudo

Com o exposto, tem-se como tese: **a informação contábil patrimonial é percebida como credível quando existe confiança, credibilidade da mensagem, credibilidade da mídia e credibilidade da fonte (autoridade, racionalização, normalização, moralização e sentimento). Todavia, quando essa informação é dotada de tecnicidade e mediante**

³ A percepção é obtida por meio ambiente vivenciado no dia-a-dia e também pelos conteúdos que são consumidos, como redes sociais e jornais eletrônicos.

contextos de desinformação, há uma dificuldade de se perceber uma informação como de credibilidade, dificultando o processo de legitimação do setor público.

1.5 Justificativas e Contribuições

Optou-se por analisar o nível municipal devido ao fato de que o município é o ente federativo com maior proximidade das demandas da população, bem como é aquele em que as ações podem ser mais bem percebidas pelos *stakeholders* locais, visto que estes são afetados diretamente. Além disso, há uma tendência de haver uma comunicação mais próxima entre prefeituras e moradores. Assim, as ações do setor público são mais fáceis de serem legitimadas ou não.

A escolha do município de Belo Horizonte ocorreu em razão do município ser a capital com a melhor nota no Índice de Concorrência dos Municípios (ICM) de 2021, está entre as três capitais brasileiras com os melhores índices de desenvolvimento econômico do país, e conquistou o primeiro lugar nas edições de 2019, 2020 e 2021 do *Ranking* da Qualidade da Informação Contábil e Fiscal, elaborado pelo Tesouro Nacional. Justifica-se esta escolha em razão de que esta avaliação técnica pode não refletir a real percepção dos *stakeholders*.

Esta pesquisa parte do entendimento de ser necessário compreender os elementos que permeiam a relação entre setor público e a sua necessidade de legitimação perante os múltiplos *stakeholders* (incluindo os cidadãos leigos), sendo a comunicação das informações contábeis um mecanismo para isto. Entende-se que as decisões organizacionais devem ser realizadas em prol da satisfação dos interesses de seus *stakeholders*, pois estes indivíduos ou grupos são fundamentais para a existência da organização (Freeman, 2010). Desta forma, é dever do setor público, enquanto organização, alinhar seus interesses aos dos *stakeholders*, impulsionando a sua legitimidade por meio da credibilidade informacional (Deegan, 2019). Em uma democracia, como a existente no Brasil, ocorre por meio das eleições. Em suma, os políticos buscam a legitimidade perante seus *stakeholders* com o intuito de permanecer atuando como eleitos

A justificativa deste estudo robustece a contextualização do problema de pesquisa na consideração da credibilidade da informação contábil no setor público como o objeto de análise a ser pesquisado. O setor público, mediante a sua necessidade de se manter legítimo (as eleições dão legitimidade – primeira forma de *accountability*) perante os seus múltiplos *stakeholders*, deve utilizar do processo de comunicação de informações, dando ênfase nas informações contábeis devido a sua capacidade de informar sobre como estão sendo geridos os recursos financeiros do ente federativo, evidenciando a produção de valor público, bem como pode-se

utilizar do processo de comunicação para gerenciar a percepção dos *stakeholders* a fim de se legitimar.

O setor público tem sido incentivado a ampliar atos de transparência e *accountability*, bem como a harmonizar as informações contábeis, a fim de melhorar a comunicação entre setor público e *stakeholders* e mitigar atos corruptos ou que discordam dos valores constitucionais. Com isso, esta investigação também avança no entendimento das características do processo de comunicação para legitimidade do setor público, por meio do uso de informações contábeis.

A pesquisa voltou-se para a necessidade de uma comunicação eficaz, considerando as condições dos *stakeholders* para compreender e utilizar as informações no processo da tomada de decisão. Historicamente, as informações contábeis têm a tendência de serem ignoradas pelos usuários (Amalia, 2023), dificuldade já apontada no final da década de 80 pela literatura acerca da comunicação contábil (Guerreiro, 1989). Esta situação ocorre porque os *stakeholders* possuem diferentes níveis e tipos de interação e engajamento e identidades diferentes, como a existência de cidadãos com o conhecimento leigo ou especializado sobre o assunto. Além disso, os *stakeholders* têm que lidar com a sua racionalidade limitada, os interesses conflitantes e as assimetrias informacionais (Best; Moffett; McAdam, 2019). Contudo, para que haja a legitimidade que o setor público busca, eles precisam se manter legítimos perante o público de conhecimento leigo. Segundo Himick e outros (2016), além da legitimidade técnica, obtida por meio da percepção do conhecimento especializado, é necessário a obtenção de legitimidade política, alcançada pela percepção também dos leigos.

Tem-se ampliado a discussão sobre o problema da desinformação na sociedade contemporânea. Neste contexto, o estudo avançou na relação da disseminação de informações percebidas como de credibilidade, o que segue um caminho inverso a divulgação de informações imprecisas ou falsas (Reisach, 2021).

Notou-se que não há um consenso sobre a conceituação e a mensuração da credibilidade (Hanimann *et al.*, 2023). O estudo possui como originalidade o conceito de credibilidade no âmbito contábil baseado na percepção para além de valores econômicos, focando no valor público que a credibilidade informacional emitida pelo setor público pode gerar para os *stakeholders*. Para tanto, volta-se para a credibilidade dos elementos que compõem o processo de comunicação (mensagem, fonte e mídia) e a confiança. Assim, o estudo inovou no modo de compreender a credibilidade na área contábil por uma perspectiva baseada nas pesquisas das áreas da Psicologia, Ciência da Informação e Comunicação, haja vista que os estudos na área das Ciências Contábeis (Balluchi; Lazzini; Torelli, 2021; Beaulieu, 1994; Dando; Swift, 2003; Ehrmann; Georgarakos; Kenny, 2023; Xiao; Shailer, 2022) e Administração (Hajli *et al.*, 2015;

Kumar; Utkarsh, 2023) relacionaram o conceito a fins monetários e de mercado, associados ao setor privado. Isto posto, buscou-se demonstrar que a credibilidade da informação contábil do setor público pode ser entendida como uma percepção subjetiva em relação a aspectos como valor público, transparência, *accountability* e boa vontade de comunicar. Adicionalmente, o estudo diferenciou-se dos demais realizados na área contábil por ter como foco a credibilidade no setor público e não no setor privado.

O estudo debruçou-se sobre a credibilidade da informação por meio da confiança e dos três elementos da comunicação de informações (fonte, mensagem e mídia), diferenciando-se dos estudos que analisaram apenas um elemento do processo de comunicação, a saber: fonte (Beaulieu, 1994; Keshavarz; Esmaeili Givi; Norouzi, 2020; Mccallig; Robb; Rohde, 2019; Savolainen, 2011; Sternthal; Phillips; Dholakia, 1978; Dunbar et al, 2015), mensagem (Balluchi; Lazzini; Torelli, 2021; Dando; Swift, 2003; Ehrmann; Georgarakos; Kenny, 2023; Xiao; Shailer, 2022), mídia (Hajli et al., 2015; Keshavarz; Esmaeili Givi, 2020; Keshavarz; Esmaeili Givi; Norouzi, 2020; Shabani; Keshavarz, 2021; Guinea, Villafane, Caffarel-Serra, 2018), ou combinando dois componentes, a saber, mídia e fonte (Metzger; Flanagin, 2013; Sharma; Kumar, 2022; Westerman; Spence; Van Der Heide, 2014), fonte e mensagem (Fachin et al., 2020; Hovland; Weiss, 1951), mídia e mensagem (Hajli et al., 2015; Kumar; Utkarsh, 2023). Os estudos (Hyman; Sheatsley, 1947; Serra, 2003) analisaram os três elementos da comunicação em conjunto, contudo, estes possuem um olhar mais reflexivo sobre a comunicação, sendo estes realizados dentro da área de Comunicação.

Na literatura (Bedford; Baladouni, 1962) apontou-se que a comunicação no âmbito contábil é composta pelos setores de produção das informações e interpretação delas por parte dos usuários. Neste sentido, esta pesquisa avançou ao debruçar-se sobre ambos os setores. Adicionalmente, buscou-se avançar no entendimento de como os distintos *stakeholders* percebem a credibilidade da informação do setor público, desde aqueles que recebem as informações até aqueles que a geram, a fim de conseguir compreender de modo amplo a credibilidade. Haja vista que a credibilidade é um conceito com componentes que vão se adequar aos usuários e formuladores (Keshavarz; Esmaeili Givi; Norouzi, 2020). Assim, o estudo diferenciou-se de estudos (Balluchi; Lazzini; Torelli, 2021; Dando; Swift, 2003; Ehrmann; Georgarakos; Kenny, 2023; Hajli et al., 2015; Hajli, 2018; HOVLAND; WEISS, 1951; Kumar; Utkarsh, 2023; Metzger; Flanagin, 2013; Shabani; Keshavarz, 2021; Xiao; Shailer, 2022) que analisaram a credibilidade por meio de única perspectiva, a dos *stakeholders*.

Além disso, dentro do próprio grupo de receptores de informações, foram analisadas percepções de diferentes grupos de *stakeholders*, visto que, de acordo com Hyman e Sheatsley

(1947), mesmo mediante a ausência de qualquer barreira física à comunicação de informações, os *stakeholders* ainda seriam limitados pelas próprias barreiras psicológicas, o que faz com que os mais interessados adquiram um número maior de informações do que os menos interessados, bem como estes buscam informações de acordo com suas atitudes e diferentes grupos de *stakeholders* recebem e percebem informações de formas distintas.

O estudo buscou identificar a percepção acerca da credibilidade na mídia e nas plataformas digitais a fim de auxiliar na compreensão sobre como a sociedade tem abordado o tema. Diferenciando assim dos estudos de Kumar e Utkarsh (2023), Shabani e Keshavarz (2021), Hajli e outros (2015), Metzger e Flanagin (2013), e Dando e Swift (2003), que analisaram apenas a credibilidade da informação emitida em relatórios. A escolha de analisar também as plataformas digitais (redes e mídias sociais) ocorreu mediante a crescente popularidade destas, o que tem as tornado influentes na formação de decisões dos *stakeholders* (Hajli, 2018). A digitalização contábil ajuda na responsabilização, bem como torna a contabilidade mais abrangente e significativa (Agostino; Saliterer; Steccolini, 2022).

O estudo de Dunbar e outros (2013) identificou que a mesma informação quando repassada por fontes distintas pode possuir níveis diferentes de credibilidade. Adicionalmente, Guinea, Villafane e Caffarel-Serra (2018) perceberam a impossibilidade de atribuir um perfil de reputação de mídia padronizado para os *stakeholders*. Desta forma, o presente estudo explorou em sua coleta de dados mecanismos para identificar estas situações.

Com o exposto, em termos de relevância e/ou impacto social, esta pesquisa apresenta várias implicações: 1) para os gestores municipais, bem como para os gestores de demais entes federativos, pois evidenciou a importância da comunicação de informações credíveis perante os *stakeholders*, proporcionando a ampliação da legitimidade da gestão pública, bem como auxilia na minimização a assimetria informacional; 2) para os políticos, o estudo proporcionou a evidenciação da importância da comunicação de informações de credibilidade; 3) para a academia, os achados contribuem devido ao foco na credibilidade no setor público e no entendimento da credibilidade para além de valores monetários, e 4) a sociedade se beneficia em virtude de que ao evidenciar para os gestores públicos a importância de comunicar informações credíveis, pode-se haver avanços no processo de comunicação de informações contábeis.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para atingir o objetivo da tese, nesta secção, foram realizadas discussões sobre a evidenciação e a qualidade das informações contábeis perante os *stakeholders* no primeiro tópico. Posteriormente, foi apresentado o conceito de credibilidade da informação contábil que direciona este estudo. As informações nas plataformas digitais são discutidas em seguida. Em continuidade, são apresentadas as teorias que norteiam a presente tese: a Teoria da Comunicação e a Teoria da Legitimidade. Por fim, foi exposto o posicionamento teórico para a tese, destacando a legitimidade e a credibilidade da informação contábil no processo de comunicação.

2.1 Evidenciação e Qualidade das Informações Contábeis perante os *Stakeholders*

O setor público, de modo especial os municípios, está sujeito a inconstância política, devido a reestruturação e reorganização que pode ocorrer, e, portanto, impactar na mudança de objetivos e alocação de recursos. Neste contexto, muitas vezes, o sucesso do setor público é medido por meio dos recursos orçamentários. Assim, relatórios contábeis tornam-se importantes para a compreensão das ações governamentais (Pärl *et al.*, 2020).

A ciência contábil é uma ferramenta de divulgação e elaboração de informações de um instituição, pública ou privada, para os seus *stakeholders* (Bakar; Saleh, 2011; García-Tabuyo; Saez-Martin; Caba-Perez, 2017; Peres, 2017; Ramos; Klann, 2019; Rudzioniene; Juozapaviciute, 2013). De modo particular, no âmbito do setor público, tem-se que a comunicação das informações contábeis é uma ferramenta útil para que os *stakeholders* possam se manter informados acerca das ações públicas, haja vista que a Constituição Federal de 1988 garante o direito à informação, possibilitando que os *stakeholders* possam acompanhar atos do governo, inclusive os orçamentos (Baldissera *et al.*, 2023).

Bryson (1988) identificou a existência de dois tipos de *stakeholders* existentes no setor público, os beneficiários, compostos pelos usuários de bens e serviços públicos, e os operadores, grupo formado pelo próprio Estado. Por sua vez, Gomes, Liddle e Gomes (2010) realizaram uma pesquisa nos municípios brasileiros e encontraram três categorias de *stakeholders*: 1) atores com poder de voto; 2) atores com poder econômico, e 3) atores com poder político. Cada uma dessas categorias engloba diversos *stakeholders* que possuem como ponto em comum o seu poder de influência nas ações do setor público (Gomes; Liddle; Gomes, 2010).

Nos municípios, os beneficiários são divididos entre aqueles que possuem poder de voto e poder econômico. Os operadores são aqueles que possuem poder político. Desta forma, os

operadores são os membros do Poder Executivo e Legislativo de cada ente federativo. Assim, as informações contábeis são uma forma dos operadores comunicarem aos beneficiários seus atos, bem como também servem para direcionar as ações dos operadores.

Todavia, os *stakeholders* possuem suas características próprias e, por isso, alguns possuem um conhecimento mais técnico ou especializado do que outros acerca de um assunto, emergindo o conceito de cidadão leigo, aquele que não possui conhecimento técnico (Kim; Kim; Song, 2020). Cabe destacar que todos os *stakeholders*, inclusive os que possuem conhecimento leigo, possuem características distintas e conhecimentos diversos (Sarabia-Sanchez; Cerda-Bertomeu, 2018).

Ao poder público cabe comunicar informações a todos os seus *stakeholders*, inclusive os leigos. No âmbito das informações contábeis, tem-se a existência de certa dificuldade, por parte dos cidadãos leigos, sobre as ações públicas caso não haja o fornecimentos de informações relevantes e, caso haja, estas sejam emitidas apenas por detalhes técnicos que o público leigo não esteja familiarizado (Wynne, 2008). A contabilidade pública emite informações orçamentárias, financeiras, econômicas e patrimoniais em prol da prestação de contas das ações do agente público, muitas vezes estas são dotadas e comunicadas apenas com termos técnicos (Nascimento, 2022).

Para que a informação contábil seja útil para os *stakeholders*, ela deve ser dotada de qualidade, ou seja, deve atender plenamente às necessidades das partes interessadas, ser elaborada em conformidade com as normas contábeis e ser envolta de características qualitativas - atributos que tornam as informações contábeis úteis para as partes interessadas (Batistella et al., 2021; Muh Et Al., 2022; Dechow; Ge; Schrand, 2010; Dewi; Azam; Yusoff, 2019; Pășcan, 2015; Ramos; Klann, 2019; Rudzioniene; Juozapaviciute, 2013; Tran; Nguyen; Hoang, 2021).

As características qualitativas são alocadas em dois grupos: 1) características fundamentais: relevância e representação fidedigna – que compõem a utilidade da informação; 2) características de melhoria: comparabilidade, verificabilidade, tempestividade e compreensibilidade - que buscam aumentar a utilidade da informação (Batistella et al, 2021; CPC 00, 2019; Ramos; Klann, 2019; Pășcan, 2015). A relevância refere-se à capacidade das informações de influenciar as tomadas de decisão, seja por meio de seu valor preditivo, ao prever resultados futuros, ou valor confirmatório, ao fornecer *feedback* sobre avaliações anteriores. Por sua vez, a representação fidedigna exige que as informações reflitam fielmente a essência dos fenômenos, sendo completas, neutras e livres de erros.

As características de melhoria aprimoram a qualidade da informação contábil. A comparabilidade permite que os *stakeholders* identifiquem e compreendam similaridades e diferenças entre itens; a verificabilidade assegura que a informação represente fielmente o fenômeno econômico proposto; a tempestividade destaca a importância de apresentar informações oportunamente para influenciar as decisões, e a compreensibilidade enfatiza a necessidade de classificar, caracterizar e apresentar informações de maneira clara e concisa, facilitando a compreensão dos usuários (CPC 00, 2019).

O emprego das características qualitativas de melhoria devem ser maximizadas tanto quanto for possível nas demonstrações contábeis e em outras informações contábeis e/ou financeiras que são fornecidas de outras maneiras (Barth; Landsman; Lang, 2008; Muh et al., 2022; Lang; Raedy; Yetman, 2003; Moura et al., 2017; Pășcan, 2015; Ramos; Klann, 2019; Rudzioniene; Juozapaviciute, 2013), a fim de auxiliar o processo de comunicação entre o setor público e seus *stakeholders*, sendo um mecanismo para legitimar atos daqueles.

As informações contábeis em conformidade com as normas contábeis e, conseqüentemente, dotadas de características qualitativas, aumentam a disciplina, unificam a eficiência do sistema contábil público, reduzem a probabilidade de que os recursos sejam dissipados devido a controles ruins e fornecem informações mais relevantes para uma tomada de decisão bem informada e completa (Okere et al., 2017).

A necessidade de dados contábeis de alta qualidade é um dos principais impulsionadores das *International Public Sector Accounting Standards* (IPSAS), ferramenta apresentada como capaz de auxiliar no aumento da qualidade, credibilidade e na confiabilidade das demonstrações contábeis, ajudando na capacidade do governo de gerenciar suas competências, bem como aumentar sua legitimidade. As IPSAS baseiam-se nas *International Financial Reporting Standards* (IFRS), que são amplamente aplicadas ao setor privado, por isso, há uma aproximação da contabilidade pública com a contabilidade privada (Araújo; Souza, 2020; Cuadrado-Ballesteros; Bisogno, 2021; Gama; Duque; Almeida, 2014; Neves; Gómez-Villegas, 2020; Ramos; Klann, 2019; Rudzioniene; Juozapaviciute, 2013; Schmidhuber; Hilgers; Hofmann, 2022).

. Em prol de melhorar a qualidade das informações, devido às exigências e cobranças sofridas, o setor público tem criado novas formas de prestação de contas, proporcionando aos *stakeholders* o acesso mais fácil às informações e serviços. A disponibilização de informações contábeis permite a supervisão social, contudo, o monitoramento só ocorrerá caso haja qualidade na informação contábil disponibilizada (Agostino; Saliterer; Steccolini, 2022; García-Tabuyo; Saez-Martin; Caba-Perez, 2017).

A busca por uma ampliação da qualidade das informações contábeis emitidas pelo poder público, bem como a própria decisão de adotar ou não as IPSAS, reflete a necessidade do governo de se legitimar perante os *stakeholders*, conforme a Figura 1. Pois, com a disponibilização de informações contábeis de maior qualidade há a tendência de melhorar a legitimidade do ente federativo perante os usuários das mesmas.

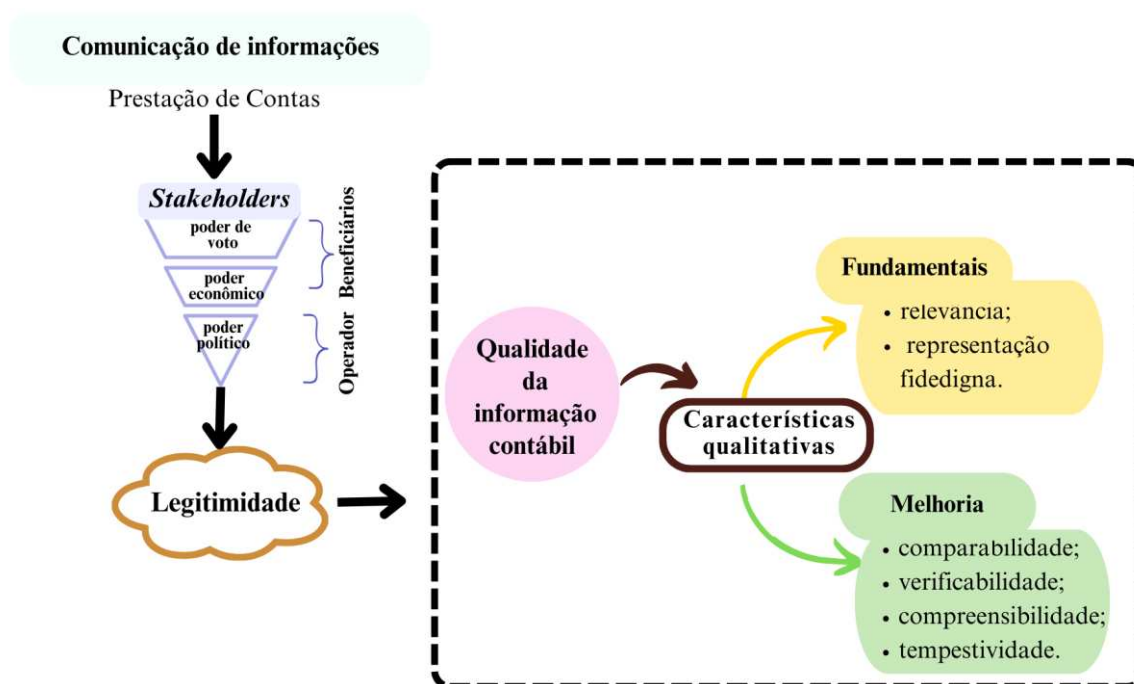


Figura 1-Qualidade das informações contábeis
Fonte: Elaborado pela autora.

Isto posto, nota-se que os *stakeholders*, inclusive os leigos, constituem a base que impulsiona a busca pela ampliação da qualidade das informações contábeis. É por intermédio da mobilização e/ou cobrança dos *stakeholders* que tem-se aumentado a busca por uma transmissão de informações capazes de serem identificadas como credíveis (Balluchi; Lazzini; Torelli, 2021), podendo ou não acontecer com a implementação das IPSAS, que trazem para o setor público um modo de comunicar informações contábeis mais próximo do que ocorre na ótica privada. Pois, as IPSAS voltam-se para a eficiência do governo e melhorar o fornecimento de serviços.

Uma das mudanças impulsionadas pelas IPSAS é a adoção do regime de competência em detrimento do regime de caixa. Assim, a partir da implementação do regime de competência ocorre o registro da receita quando auferida e a despesa é reconhecida quando o resultado no passivo é conhecido ou quando os benefícios são recebidos. Neste regime, os reconhecimentos são realizados independentemente do pagamento ou recebimento (Kolawole; Olajumoke; Yemisi, 2021).

A garantia da existência de qualidade na informação contábil é uma necessidade para melhorar a dinâmica da relação poder público e partes interessadas, proporcionando minimizar problemas públicos complexos que permeiam esta relação. Cabe destacar que não se trata apenas da relação em nível local, mas que outros entes federativos, bem como *stakeholders* internacionais, também necessitam da qualidade nas informações contábeis. Por meio disso, o setor público pode ser entendido como um comunicador de informações credíveis com o intuito de melhorar sua legitimidade perante seus *stakeholders*.

2.2 Credibilidade da Informação Contábil

A busca por ampliar a qualidade das informações contábeis tende a ser por meio de mecanismos que aumentem a confiança, visto que se trata de um modo de institucionalizar a contabilidade (Baldvinsdottir *et al.*, 2011). A confiança nas demonstrações contábeis surge por intermédio da capacidade da informação de transmitir segurança sobre a genuinidade delas (Muh *et al.*, 2022).

A confiança sofre com o dissenso de inúmeras definições. Neste estudo ela é definida como a percepção de confiabilidade no outro, sendo a confiabilidade composta por três dimensões: competência, benevolência e honestidade. A primeira diz respeito ao conhecimento e habilidades para que o objeto seja confiável. A benevolência refere-se à existência de acordos de boa-fé, os quais são cumpridos. Já a honestidade centra-se na preocupação com o bem-estar de outrem (Grimmelikhuijsen; Meijer, 2014).

A confiança também pode ser analisada por três lentes: 1) a confiança individual - gerada por meio de fatores desenvolvimentistas e sociais; 2) a confiança interpessoal - emerge através de derivadas e de repetidas interações, e 3) a confiança organizacional - fator fundamental na gestão organizacional. A confiança é o elemento principal da credibilidade (Dando; Swift, 2003). A credibilidade é a percepção de que uma informação é adequada, oriunda de fonte confiável e autorizada cientificamente para a comunicação (Balluchi; Lazzini; Torelli, 2021; Dunn; Laing, 2017).

A credibilidade abarca as percepções de todos os *stakeholders* (Xiao; Shailer, 2021). De acordo com Fachin (2020), a credibilidade é um adjetivo relacionado à pessoa e ao seu caráter, tendo se originado na retórica. Além disso, a ética está fortemente relacionada à credibilidade (Metzger; Flanagin, 2013).

A credibilidade é um resultado de um processo no qual os *stakeholders*, enquanto destinatários de uma mensagem, julgam/avaliam com base em elementos pessoais se a fonte, a mídia e a mensagem que abordam aquela informação é digna de confiança, acreditável,

autêntica e verdadeira (Balluchi; Lazzini; Torelli, 2021). Consequentemente, trata-se de uma característica da comunicação de informações (Dunbar et al., 2015). A credibilidade é um elemento percebido no processo de comunicação de informações de uma organização para seus *stakeholders*.

Existe uma ausência de consenso sobre a definição do conceito credibilidade. Todavia, neste estudo, orientou-se pela perspectiva do termo na psicologia, ciência da informação e comunicação, que entende a credibilidade da informação como a percepção dos *stakeholders* sobre os três elementos que compõem o processo de comunicação informacional: mensagem, mídia e fonte, conforme a Figura 2. Além disso, nota-se a presença de confiança em todas as percepções de credibilidade de cada um dos três elementos.

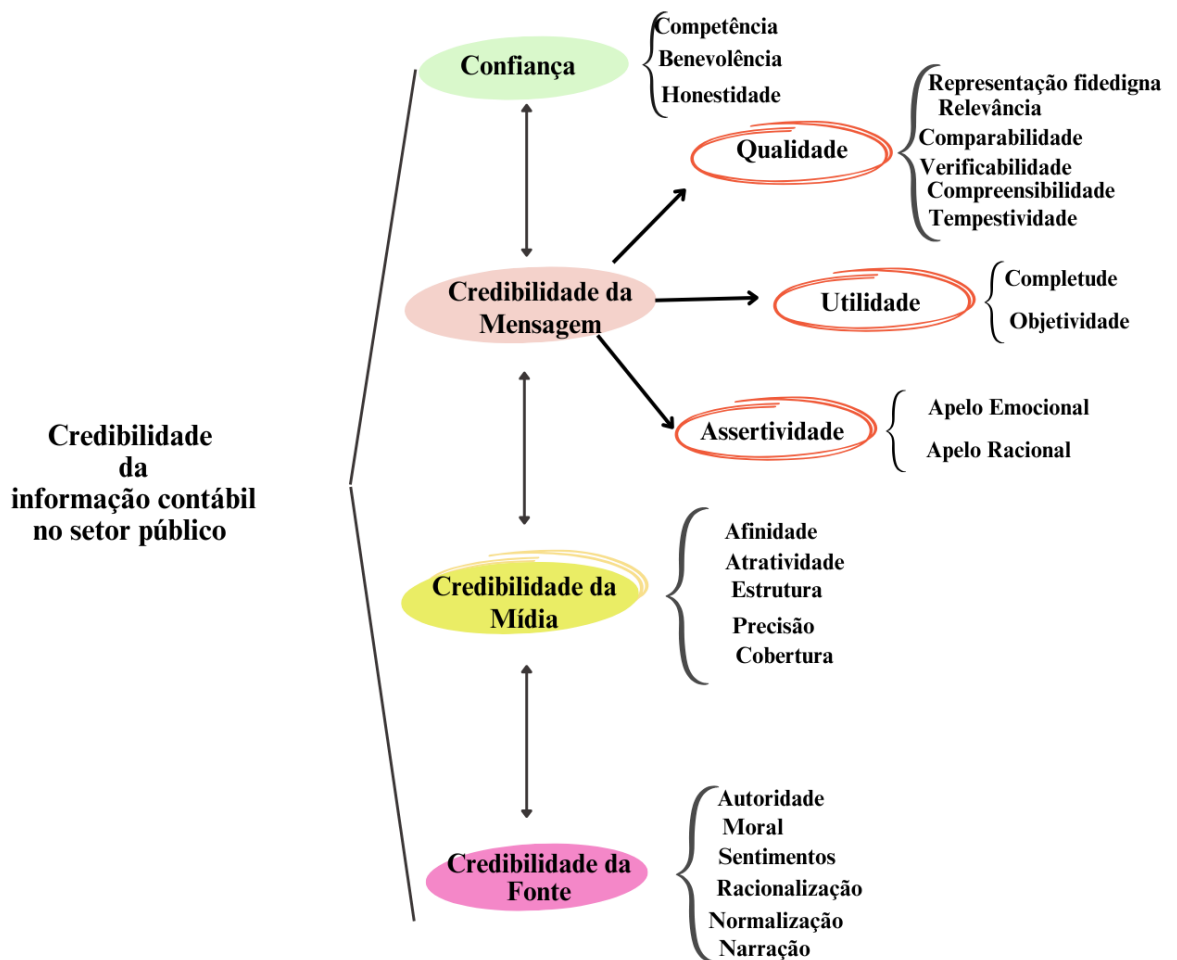


Figura 2-Credibilidade da informação

Fonte: Elaborado pela autora, baseado em Fachin e outros (2020); Metzger e Flanagin (2013); Savolainen (2011); CPC 00 (2019); Poorisat e outros (2019) e Serra (2003).

A credibilidade da mensagem trata de seu conteúdo informativo. Estudos destacam a necessidade desta ser dotada de qualidade (Fachin *et al.*, 2020; Metzger; Flanagin, 2013;

Savolainen, 2011). No cenário contábil, entende-se que a informação tem qualidade quando ela é dotada de características qualitativas, a saber: relevância, representação fidedigna, comparabilidade, verificabilidade, tempestividade e compreensibilidade (CPC 00, 2019).

A informação deve ser útil para os usuários e para tanto ela deve ser percebida como dotada de completude ou abrangência e objetiva. A completude refere-se ao conteúdo de informações suficientes para cobrir a necessidade de cada um dos usuários. Por sua vez, a objetividade da mensagem está relacionada a uma mensagem direta, sem rodeios e prezando pela clareza, bem como deve passar confiança para os receptores (Fachin *et al.*, 2020; Metzger; Flanagin, 2013; Savolainen, 2011).

Além disso, a mensagem deve ser percebida como assertiva, ou seja, há o uso de apelos positivos tanto do âmbito racional quanto emocional, o primeiro enfatiza os benefícios (conveniência, conforto, facilidade de uso) e o segundo centra-se nas experiências hedônicas como culpa, medo, aventura e romance (Poorisat *et al.*, 2019).

A credibilidade da mídia diz respeito ao meio pelo qual a mensagem sai da fonte e vai até os *stakeholders*. Assim, engloba vários canais de mídia, como a televisão, rádio, jornal, plataformas digitais (*Facebook, X, YouTube, Instagram, WhatsApp* e sites) (Fachin *et al.*, 2020; Metzger; Flanagin, 2013). Nota-se que houve uma mudança no panorama informacional causado pela Internet, visto que os usuários podem se expressar, compartilhar e trocar opiniões de modo proativo. Especialmente, as plataformas digitais fornecem o acesso a inúmeras informações com baixo custo e de modo fácil (Alkhamees *et al.*, 2021; Khan; Soroya; Mahmood, 2022; Yuen *et al.*, 2023).

Os usuários das redes sociais conseguem expressar sua opinião sobre qualquer assunto (política, cultura, serviços, esportes e outros) podendo ou não se identificar (Khan; Soroya; Mahmood, 2022). De modo específico, as redes sociais tornam possível a propagação de opiniões sem censura de uma autoridade (Alkhamees *et al.*, 2021; Farias-Batlle; Córdoba-Cabús; Gómez-Calderón, 2024).

Em razão da facilidade de se publicar conteúdos torna-se difícil diferenciar informações verdadeiras de informações imprecisas, o que pode impulsionar a disseminação de informações falsas. Assim, cabe aos receptores das mensagens julgar a credibilidade dos conteúdos das redes sociais, em razão da mudança do modo de comunicar-se devido à crescente divulgação de informações (Alkhamees *et al.*, 2021; Farias-Batlle; Córdoba-Cabús; Gómez-Calderón, 2024).

A popularidade das plataformas digitais tem aumentado e, conseqüentemente, a importância delas para o governo como mecanismo de comunicação para engajar cidadãos, ampliar o diálogo, aumentar a transparência, mas também para dar visibilidade ao que o

governo deseja (Wang et al., 2019). As plataformas digitais aumentaram a quantidade (mas ainda não se sabe claramente da qualidade) das comunicações entre setor público e *stakeholders* (Keshavarz, 2020b).

O estudo de Sun (2024) argumenta que a credibilidade da divulgação em mídias sociais, no setor privado, de modo especial, é influenciada se a notícia é positiva ou negativa. Isto porque divulgações positivas podem influenciar positivamente os preços das ações, custos de capital, acordos de dívida e remuneração da administração. Por sua vez, organizações tendem a evitar divulgar más notícias, tornando as notícias negativas vistas como credíveis.

Apesar de bastante discutido sobre como compreender a credibilidade da mídia (Alkhamees et al., 2021; Farias-Batlle; Córdoba-Cabús; Gómez-Calderón, 2024; Sun, 2024), neste estudo, a credibilidade da mídia diz respeito à capacidade dela para informar e o relacionamento com os *stakeholders* (Savolainen, 2011). Assim, a credibilidade da mídia é obtida por meio da estrutura, precisão, cobertura da informação, afinidade e atratividade. A estrutura está relacionada com a existência de ferramentas e mecanismos para informar. A precisão retrata a capacidade de comunicar informações de modo correto. A cobertura da informação trata da competência de retratar uma informação de modo completo. Por sua vez a afinidade encontra-se na relação de proximidade entre os usuários e a mídia. Já a atratividade envolve a capacidade de obter a atenção dos usuários (Poorisat et al., 2019).

A credibilidade da fonte pode ser definida com os julgamentos feitos por um observador das estratégias utilizadas pelo comunicador ou autor da mensagem. A credibilidade da fonte remonta aos estudos de Aristóteles sobre retórica (Metzger; Flanagin, 2013; Serra, 2003), especialmente, as estratégias retóricas de persuasão *ethos* (apelo a autoridade, credibilidade e caráter), *logos* (apelo a lógica e a razão) e *pathos* (apelo sentimental) (Aristotle, 350 a.C./2010).

Desta forma, nota-se que *logos*, *ethos* e *pathos* estão relacionados a busca por legitimar o discurso, assim, aponta-se que o *logos* pode ser subdividido em racionalização, normalização, narração; *ethos* pode ser obtido por meio da autoridade e da moral; e *pathos* pode ser identificado por sentimentos, por exemplo, de compromisso pessoal, dedicação, patriotismo, ira, raiva, ou seja, sentimentos positivos ou negativos (Liguori; Steccolini, 2018). Neste sentido, respectivamente, tratam da confiabilidade na honestidade de uma fonte, desejo de informar e experiência para fazer afirmações válidas (Beaulieu, 1994; Fachin et al., 2020; Metzger; Flanagin, 2013; Westerman; Spence; Van Der Heide, 2014). Contudo, há informações que não possuem fonte, impactando a sua credibilidade.

A relação entre a credibilidade da fonte, da mídia e da mensagem estão fortemente interligadas (Fachin et al., 2020). Por exemplo, as informações comunicadas *on-line*, com

exceção daquelas disponibilizadas em sites oficiais, geram um aumento na preocupação da credibilidade, pois a sua fonte é menos clara e não há garantias da qualidade da mensagem transmitida, gerando uma redução na percepção da credibilidade (Metzger; Flanagin, 2013).

Aristóteles (350 aC/2010) expõe a existência de uma relação bidimensional entre a mensagem credível e a credibilidade da fonte, pois, a credibilidade deste último torna a primeira credível, mas também a credibilidade de uma mensagem faz com que a fonte seja identificada como credível. Assim, há uma relação dialética, na qual a qualidade de um repercute no outro originando um círculo vicioso (Serra, 2003). Adicionalmente, quando a identidade da fonte não é evidente, uma mensagem com qualidade pode ser a chave para estabelecer a credibilidade (Kapoor; Balaji; Jiang, 2021).

A credibilidade informacional está relacionada ao universo no qual ela circunda, ou seja, os elementos que a constitui (fonte, mídia e mensagem) corroboram na aferição ou não de credibilidade da informação de acordo com os valores que os stakeholders possuem, visto que estes vão interferir em como cada uma das características destes elementos são percebidas. Desta forma, a organização deve observar como estes elementos são recebidos pelos stakeholders, leigos ou especialistas, a fim de garantir a credibilidade, compactuando também com a criação de um contrato entre sociedade de organização, como explica a Teoria da Comunicação, e indo ao encontro da Teoria da Legitimidade. Consequentemente, a cultura influencia no que é percebido como credível pelos *stakeholders*.

2.3 Informações nas Plataformas Digitais

A pluralidade de meios e plataformas de comunicação tem transformado as atividades humanas, influenciando a forma como a sociedade lida com a informação, os meios de comunicação e suas relações, inclusive no âmbito contábil (Dudziak; Ferreira; Ferrari, 2017). Nesse cenário, o setor público tem adotado as plataformas digitais e demais plataformas de comunicação com propósitos políticos, como legitimar e deslegitimar atos e propostas, com o intuito de obter aprovação de suas ações e permanecer no poder (Liguori; Steccolini, 2018).

As plataformas digitais permitem a criação de conteúdo e compartilhamento deles com os demais usuários (Romano; Chimenti, 2014). Elas geram aos usuários a sensação de cooperação em grupo (Spindola; Santos, 2023). Consequentemente, essa tecnologia tem provocado mudanças no modo das instituições comunicar (Romano; Chimenti, 2014).

A utilização das plataformas digitais tem tornado a comunicação mais ágil, pois diminui intermediários entre o emissor e o receptor. Além de possibilitar que esses dois atores possam desempenhar seus papéis de modo interativo (Romano; Chimenti, 2014). No âmbito público, a

comunicação é um elemento que se concretiza por meio de mecanismos institucionais que visam garantir a prestação de contas e a fiscalização sobre os atos (Viegas *et al.*, 2022).

Uma comunicação direta entre o setor público e *stakeholders* tende a diminuir a desinformação, sendo esta um problema crescente na sociedade contemporânea, que pode ter consequências graves. A disseminação de informações imprecisas ou falsas pode prejudicar a confiança nas organizações, além de polarizar debates e criar estresse na sociedade (Reisach, 2021). Com o advento das plataformas digitais, a disseminação de informações falsas foi potencializada (Couto *et al.*, 2022; Song *et al.*, 2023). Como resultado, a desinformação tem impacto direto na integridade do discurso público, da governança, do discurso político e das eleições (Couto *et al.*, 2022).

Neste caso, o receptor deve identificar a autenticidade das mensagens recebidas a fim de tomar decisões se deve adotar ou rejeitar o conteúdo acessado. Por este motivo, segundo Khan, Soroya e Mahmood (2022), a credibilidade de informação é uma preocupação durante o processo de decisão.

É importante ressaltar que os *stakeholders* podem ter definições implícitas e pessoais sobre a comunicação, o que pode resultar em diferença na construção e interpretação de mensagens. Isso significa que há diferentes maneiras de organizar mensagens e diferentes meios de interpretá-las (O’Keefe, 1988). Este cenário também é afetado por interpretações inadequadas ou não compreensão de todos os elementos por trás daquela mensagem (Khan; Soroya; Mahmood, 2022).

Além disso, o setor público, no que tange a contabilidade pública, possui *stakeholders* leigos e especialistas, em virtude do tipo de conhecimento que possuem acerca do tema (Bakar; Saleh, 2011). Portanto, meios diversos de comunicar informações contábeis, como o uso de plataformas digitais, podem favorecer a relação entre estes. Haja vista que houve a ampliação do número de cidadãos acessando plataformas digitais (Song *et al.*, 2023). Consequentemente, o uso de plataformas digitais para comunicar informações contábeis do setor público é um meio de incluir um maior número de pessoas e possibilitar que haja uma interação entre emissor e receptor da mensagem.

Neste contexto, o uso de plataformas digitais é um mecanismo que auxilia tanto a comunicação de informações credíveis e importantes para garantir o direito à informação para possibilitar os *stakeholders* possam acompanhar atos do governo, quanto para que o governo legitime seus atos perante as partes interessadas em suas informações.

2.4 Teoria da Comunicação

A Teoria da Comunicação é um campo de estudo que se concentra no processo de reconhecimento das informações transmitidas e em como isso afeta a integração entre os indivíduos (Souza, 2020; Messias; Freitas; Zanchet, 2018). Como uma teoria em constante evolução, ela é composta por um conjunto de conceitos sobre o processo de comunicação, o que pode levar a discordâncias entre os autores quanto ao seu significado.

Este estudo baseia-se na definição de Lasswell (1948), em que a Teoria da Comunicação tem como foco a compreensão de quem realiza ações em um processo comunicativo, abrangendo diversas perspectivas. Para isso, é fundamental que o emissor transmita uma mensagem clara e compreendida ao receptor, promovendo um diálogo efetivo. Caso contrário, pode ocorrer um gargalo na comunicação, que pode ser minimizado através da utilização de sinais específicos que auxiliem na compreensão (Souza, 2020; Ruler, 2018; Bedford; Baladouni, 1962).

Compreender a Teoria da Comunicação envolve considerar o conceito do processo comunicativo, bem como seus elementos e dimensões. O processo é caracterizado por uma mudança contínua ao longo do tempo (Bedford; Baladouni, 1962), envolvendo elementos como a fonte, mensagem, mídia ou canal de comunicação, receptor e destino - que é a ação ou atitude que a informação visa legitimar. A persuasão de saída é influenciada por fatores de entrada (Kapoor; Balaji; Jiang, 2021), conforme a Figura 3.

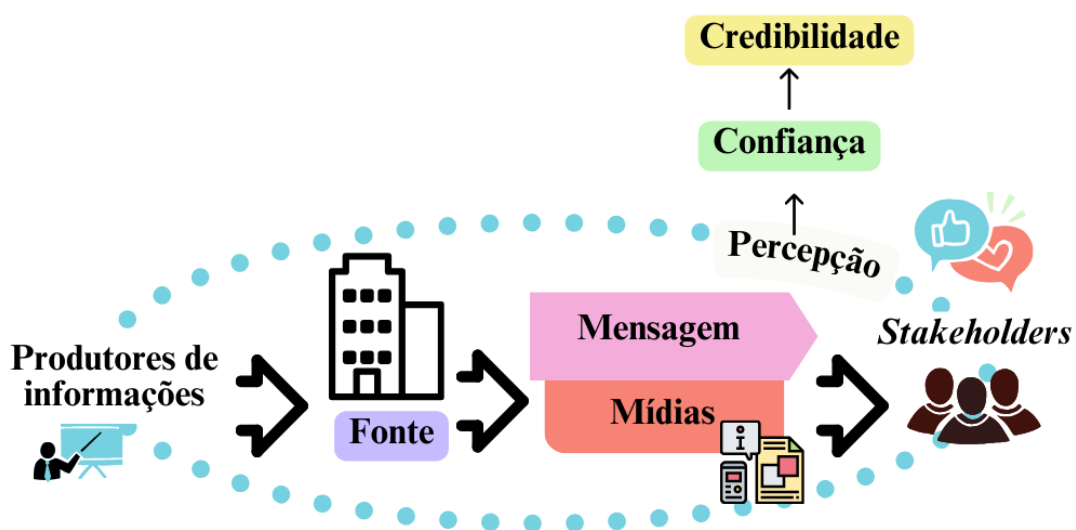


Figura 3- Processo de comunicação
Fonte: Elaborado pela autora.

No contexto contábil, o processo de comunicação envolve diversos elementos, tais como: a entidade, o contador, a equipe contábil, auditores internos e externos, e outros elementos. A contabilidade, enquanto um sistema integral de processo de comunicação, não consegue incluir todos os elementos possíveis do processo. Contudo, todo processo possui três elementos invariáveis: a fonte, a mensagem e o destino (Lopes; Ribeiro; Cavalcante, 2009; Dias Filho; Nakagawa, 2001; Bedford; Baladouni, 1962).

Bedford e Beladouni (1962) propuseram um modelo com o objetivo descrever e avaliar o processo de comunicação contábil, composto por quatro elementos fundamentais: eventos, contador, demonstrativos contábeis e usuários das informações contábeis. Os dois primeiros elementos correspondem à fonte e aos criadores da informação, o terceiro elemento está relacionado à mensagem ou ao assunto e, por sua vez, o último elemento diz respeito ao destino ou à pessoa abordada. O modelo também incorpora dois conceitos essenciais: fidelidade e significância. O conceito de fidelidade estabelece que as mensagens transmitidas devem ser reais e compreensíveis em sua totalidade, enquanto o conceito de significância se refere à voz e transmissão das informações prestadas e como são transmitidas aos usuários.

Na área contábil, a comunicação é essencial para a produção e a interpretação de informações contábeis, envolvendo duas dimensões fundamentais: produtiva, relacionada às técnicas utilizadas na produção e codificação das informações, e a dimensão observacional, que diz respeito à decodificação e interpretação dos dados pelo receptor (Bedford; Baladouni, 1962). Assim, a dimensão produtiva está relacionada aos atos dos produtores das informações contábeis e a dimensão observacional a percepção dos usuários das informações, sendo a credibilidade da informação um dos elementos percebidos dentro desta.

Para que a comunicação seja eficaz, é importante considerar as condições do receptor para compreender e utilizar as informações de forma completa e coerente com a tomada de decisão. Caso contrário, a tendência é que a informação seja ignorada, o que pode levar a consequências negativas para a organização (Guerreiro, 1989).

2.5 Teoria da Legitimidade

A Teoria da Legitimidade tem como pressuposto que a perpetuação das ações organizacionais obrigam aos gestores a assegurar que a organização esteja agindo conforme as expectativas das partes interessadas, a fim conseguir permanecer como *status* de legítimo (Deegan, 2019; Lee; Raschke, 2023; Suchman, 1995). Assim, a legitimidade é uma percepção generalizada acerca das ações de uma organização, ocorre quando os valores organizacionais e os da sociedade são congruentes (Suchman, 1995).

A Teoria da Legitimidade tem como ponto de partida o entendimento de que as organizações só têm o direito de existir mediante o aval da sociedade - este ocorre quando os valores organizacionais coincidem com os da sociedade (Dowling; Pfeffer, 1975; Magness, 2006). Assim, na teoria parte-se da ideia de que as organizações estão inseridas dentro de um sistema social amplo, no qual esta deve atuar em prol de conquistar seus direitos ou recursos necessários (Deegan, 2019).

As organizações legítimas são aquelas que cumprem as expectativas dos *stakeholders*. As organizações que não atendem as demandas tornam-se não legítimas (Deegan, 2019). Quando as expectativas não são atendidas há uma quebra de contrato, a organização é deslegitimada e origina-se uma lacuna de legitimidade, conseqüentemente, estas sofrem sanções impostas pelas partes interessadas, a sociedade vai limitar sua interseção com esta, acarretando no surgimento de sanções sociais e/ou econômicas e/ou sanções legais (Dowling; Pfeffer, 1975; Magness, 2006). Assim, as organizações deslegitimadas tendem a deixar de existir mediante a sua deslegitimação (Archel *et al.*, 2009; Beuren; Söthe, 2009; Castelo Branco; Lima Rodrigues, 2006; Deegan, 2019; Dowling; Pfeffer, 1975; Lee; Raschke, 2023; Magness, 2006).

Desta forma, a legitimidade governamental, bem como suas ações intrínsecas, necessitam de um aval da sociedade (Riege; Lindsay, 2006). Esta situação garante que as organizações apenas existam caso estejam baseadas em um sistema compatível com os valores da sociedade na qual está inserida.

A legitimidade de uma organização pode ser entendida como se houvesse um contrato social com expectativas implícitas e explícitas dos *stakeholders* para com a organização (Castelo Branco; Lima Rodrigues, 2006; Deegan, 2019). De acordo com Lee e Raschke (2023) pode-se trazer esta definição de legitimidade para o entendimento da existência de uma governança efetiva em conformidade com a sociedade e as suas expectativas. Assim, infere-se que a legitimidade organizacional, de modo especial no setor público, é alcançada em maior ou menor grau de acordo com o quanto o gestor público atende as demandas dos *stakeholders*, evidenciadas pela governança por meio de suas arenas de deliberação, conseqüentemente, a legitimidade ocorre quando as ações públicas correspondem a padrões sociais e expectativas de suas partes interessadas (Lee; Raschke, 2023).

Apesar de em países democráticos as leis e valores estejam relacionados, a legitimidade não é definida somente pelo que é legal ou ilegal. Isto porque existe a natureza dinâmica dos valores que alteram-se durante o tempo, enquanto as normas legais tendem a ser mais rígidas ou semirrígidas; pode ocorrer a existência de normas legais que podem ser contrárias aos

valores; podem haver determinados comportamentos aceitáveis no âmbito informacional, mas que não são aceitos por leis (exemplo: jogos de azar) (Dowling; Pfeffer, 1975).

Contudo, as expectativas dos *stakeholders* são suscetíveis a mudanças de acordo com as alterações que as percepções das partes interessadas sofrem. Assim, a legitimidade está associada ao sistema social (tempo, lugar, demandas) em que a organização se encontra (Deegan, 2019).

Para se legitimar socialmente, uma organização tem três opções: adaptar seus resultados, objetivos e métodos a fim de adequar-se a legitimidade predominantes; tentar, através da comunicação, alterar a definição de legitimidade social a fim de que esta se adapte às práticas, resultados e valores organizacionais; ou ainda por meio da comunicação, identificar-se com símbolos, valores ou instituições que tenham forte base de legitimidade social. Contudo, a mudança de normas sociais é um processo difícil, pois a maioria das organizações tende a se adaptar às imposições da sociedade (Dowling; Pfeffer, 1975).

A busca pela legitimidade por meio da comunicação é pautada, principalmente, por meio de argumentos positivos que buscam convencer os ouvintes e minimizar a resistência acerca da legitimidade desta organização. Para tanto, são utilizados argumentos em prol da construção do consenso de legitimidade. Estes argumentos implementados para legitimar ou deslegitimar podem ser divididos em seis: 1) autorização – uso de leis, autoridades tradicionais e figuras de autoridade; 2) moralização – valores éticos e morais; 3) narrativas – histórias sobre fatos; 4) normalização – relação com o adequado ou “normal” em um contexto; 5) racionalização – benefícios ou resultados que uma ação pode trazer; 6) sentimentos – emoções inseridas em contextos sociais específicos (Liguori; Steccolini, 2018).

2.6 Posicionamento Teórico para a Tese: Legitimidade e Credibilidade da Informação Contábil no processo de comunicação

As organizações precisam ser entendidas como credíveis perante a sociedade para prosperarem (Troczyńska *et al.*, 2022), indo ao encontro com a pressuposição da Teoria da Legitimidade. Esta teoria é baseada na percepção e, por isso, atos administrativos organizacionais devem ser comunicados, visto que ações não comunicadas não possuem efeito na mudança de pontos de vista das partes externas da organização. Além disso, para que a organização possua uma política de comunicação relevante, é necessário identificar as questões de interesse público e considerar a importância dos diversos *stakeholders*, leigos ou não, para adaptar a comunicação de informações de acordo com estes fatores (Magness, 2006).

Hetherington (1998) explica que a confiança política é uma percepção ou orientação que avalia a relação entre o governo e as expectativas dos *stakeholders*. Assim, a confiança política também avalia se a organização tende a aderir a ações predispostas pelas partes interessadas. É necessário que os *stakeholders* confiem nas informações disponibilizadas pelo poder público, sendo essa confiança o elemento fundamental para a existência de credibilidade (Dando; Swift, 2003; Hetherington, 1998; Lee, 2021; Richard; Odendaal, 2021; Xiao; Shailer, 2022).

É notável a existência de ceticismo e ausência de confiança dos *stakeholders* para com o setor público quanto às informações emitidas pelo poder público. Este cenário ocorre devido a existência de fatores como escândalos e falhas políticas, assimetria ou ausência de informação entre estado e partes interessadas, incapacidade do desempenho governamental e econômico de atender às demandas (Krishnan, 2023). Dessa forma, nota-se que as situações que minimizam a confiança dos *stakeholders* no setor público são elementos que dificultam a legitimidade dessas organizações ou as deslegitimam e, que majoritariamente, estão relacionados a um processo de comunicação ausente ou ainda manipulado por parte do setor público.

Neste sentido, a desconfiança tende a ser maior por meio dos *stakeholders* tipificados como beneficiários devido às suas características (Bryson, 1988). Contudo, os *stakeholders* operadores são os maiores interessados em serem entendidos como credíveis, a fim de serem entendidos como legítimos e permanecerem no poder. Assim, a tipificação dos *stakeholders* tende a influenciar no grau de ceticismo mediante a comunicação de informações acerca do setor público.

Os *stakeholders* operadores, sendo eles membros dos Poderes Executivo e Legislativo, dependem de ter a legitimidade dos *stakeholders* beneficiários para exercerem suas funções. Para tanto, irão identificar os elementos que compõem o ambiente (tempo, demandas e lugar) em que estão buscando se legitimar para determinar como e o que será comunicado.

A base da credibilidade está no convencimento aplicado no processo comunicativo. Neste contexto, o uso de plataformas digitais para comunicar *stakeholders*, leigos ou não, tem auxiliado a relação comunicativa em prol da obtenção de credibilidade. Este cenário é importante porque o setor público deseja suprir as expectativas dos *stakeholders*, sejam eles leigos ou não, para reduzir a possibilidade de cenários oscilantes sobre a qualidade de seus atos públicos (Sarabia-Sanchez; Cerda-Bertomeu, 2018). Políticos e, conseqüentemente, o setor público precisam da legitimidade técnica, obtida pelo envolvimento de especialistas no tema, e legitimidade política, alcançada por cidadãos leigos (Cegarra-Navarro et al., 2021; Sarabia-Sanchez; Cerda-Bertomeu, 2018; Wynne, 2008).

Os valores e normas são refletidos de diversos modos, inclusive no modo de comunicação de uma determinada sociedade em um período de tempo (Dowling; Pfeffer, 1975). A comunicação é fundamental para legitimar as ações e decisões do setor público e, conseqüentemente, aumentar a credibilidade perante os *stakeholders*, pois, quando as ações administrativas são comunicadas e explicadas de forma clara, isso pode contribuir para que os usuários das informações percebam a coerência e a transparência das decisões tomadas.

É importante que a comunicação considere questões de interesse público e os diversos *stakeholders*, adaptando-se a esses fatores a fim de garantir a efetividade da mensagem transmitida. A confiança dos *stakeholders* na informação disponibilizada pelo setor público é um elemento fundamental para a existência de credibilidade, e a comunicação é uma ferramenta para alcançar esse objetivo. Portanto, uma política de comunicação bem planejada e implementada pode ser uma forma eficaz de legitimar atos do setor público e construir uma relação de confiança com seus *stakeholders*.

Esses alinhamentos de interesses, culminam na legitimação organizacional. Assim, as partes interessadas exercem influência sobre as organizações públicas, direcionando ações públicas, haja vista que as organizações tendem a direcionar seus esforços para atos que os *stakeholders* julguem relevantes em prol de se legitimar (Bryson, 1988), conseqüentemente, gestores realizam ações legitimadoras e as comunicam em prol da sua sobrevivência, ou seja, do seu interesse (Deegan, 2019).

A confiança pode ser adicionada às informações públicas por intermédio de mecanismos que assegurem aos *stakeholders* que as informações são dotadas de características qualitativas contábeis, mas a escolha dos mecanismos irá depender dos níveis pré-existentes de confiança (Dando; Swift, 2003). Um dos impulsionadores dessa confiança é a publicidade e/ou prestação de contas por meio do processo comunicativo. Contudo, mesmo uma maior transparência sozinha não é suficiente para gerar confiança (Richard; Odendaal, 2021; Xiao; Shailer, 2022).

Os *stakeholders* e a organização formam uma rede, na qual os primeiros são ligados à segunda. Todavia, os *stakeholders* também podem ser ligados uns aos outros, caso haja relacionamentos (diretos ou indiretos) entre os mesmos. Este tipo de relacionamento auxilia na influência dos *stakeholders* na organização e no alinhamento entre os mesmos (Kuruppu; Milne; Tilt, 2019).

Como a credibilidade é uma percepção, ela pode ser influenciada por muitas coisas (Westerman; Spence; Van Der Heide, 2014). Neste contexto, os valores que tornam as organizações legitimadas ou não têm relação com fatores relevantes na percepção das

informações sejam credíveis ou não. Surgindo a importância da comunicação das informações contábeis acerca dos atos do setor público.

Estudos (Castelo Branco; Lima Rodrigues, 2006; Patten, 2019) apontaram que a legitimidade no setor privado está relacionada com a responsabilidade social de comunicar. Acredita-se que no setor público este cenário se perpetue, haja vista que a credibilidade é um reflexo da preocupação dos cidadãos com a honestidade e competência - estas bases para gerar a confiança (James; Van Ryzin, 2017).

Na Teoria da Legitimidade expõe-se que as organizações buscam mitigar ou diminuir a lacuna de legitimidade por meio da inserção de ações e valores que a legitimem perante a sociedade (Castelo Branco; Lima Rodrigues, 2006; Deegan, 2019). Neste mesmo caminho, a Teoria da Comunicação na área contábil aponta para a importância de não negligenciar a dimensão observacional, a fim de evitar que o processo de comunicação seja apenas técnico, podendo influenciar na significância da informação contábil para os seus usuários (Bedford; Baladouni, 1962).

O setor público necessita agir de acordo com as expectativas dos *stakeholders* em prol de obter legitimidade. Para tanto, necessita de um mecanismo para comunicar informações que gerem a percepção de credibilidade, minimize a assimetria informacional e amplie a confiança. Neste contexto, mediante a sua importância, destaca-se as informações contábeis.

As organizações, especificamente o setor público, a fim de atender às expectativas de seus *stakeholders*, devem ter índices altos de comunicação evidenciando a transparência e *accountability* (Troczyńska et al., 2022). Informações contábeis são ferramentas para alcançar a estabilidade política e econômica e, conseqüentemente, a legitimidade, pois, por exemplo, por meio destas é comunicado aos *stakeholders* que a receita do governo não é desperdiçada e é gerenciada e investida de forma eficiente, eficaz e transparente na geração de valor público, como por exemplo, em ações voltadas para o cuidados de saúde, educação, transporte e infraestrutura (Okere et al., 2017). Proporcionando um diálogo entre a administração pública, quanto organização, e seus *stakeholders*, corroborando com os pressupostos da Teoria da Legitimidade (Balluchi; Lazzini; Torelli, 2021).

Diante da necessidade de o setor público manter-se legítimo perante aos *stakeholders*, torna-se fundamental que o processo de comunicação entre estes ocorra baseando-se em informações dotadas de credibilidade. Para garantir a credibilidade da informação, o setor público deve reforçar a confiança no processo de comunicação adicionando a existência de credibilidade da fonte, mídia e mensagem empregadas na comunicação. Evidenciando também a existência de uma relação entre vários elementos importantes para o Estado, a sociedade e

outras partes interessadas, como a transparência, *accountability*, criação de valor público e confiança.

Desta forma, durante o processo de comunicação de informações contábeis, o setor público deve voltar-se tanto para a necessidade da dimensão produtiva, no que tange às técnicas de produção e codificação das informações, quanto para a dimensão observacional, a fim de possibilitar que o processo de decodificação e interpretação dos dados pelos usuários possa garantir a percepção da existência de credibilidade e impulsionar a legitimidade do poder público perante seus múltiplos *stakeholders*, conforme a Figura 4.

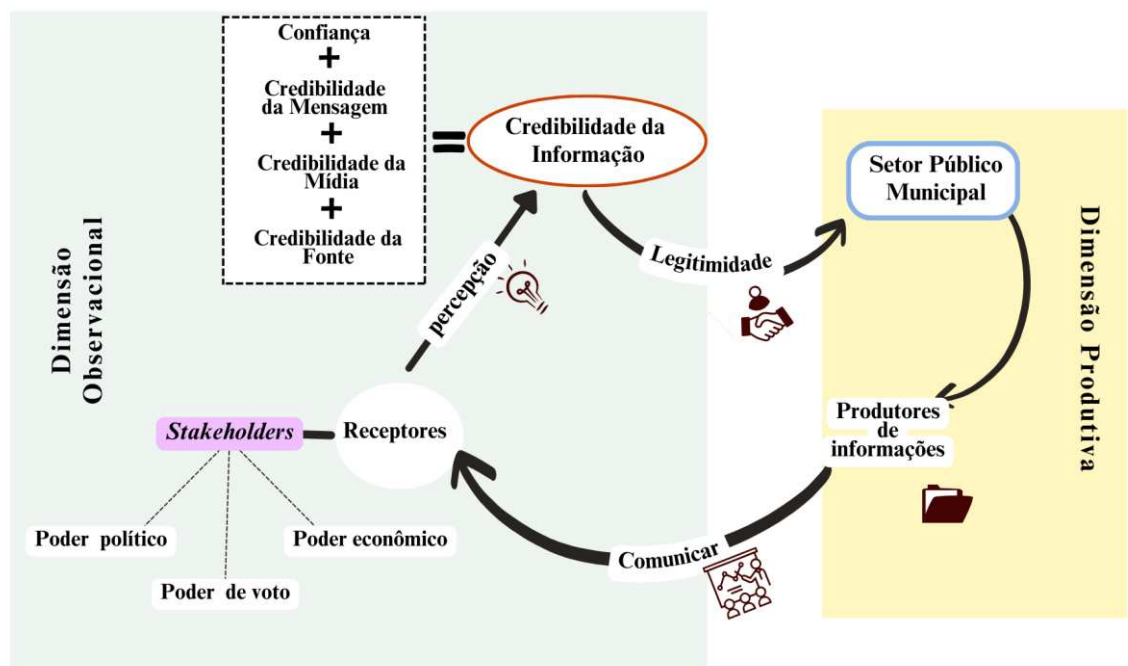


Figura 4- Credibilidade e legitimidade do setor público

Fonte: Elaborado pela autora.

A credibilidade da informação é um dos elementos percebidos pelos *stakeholders* no processo de comunicação de informações contábeis do setor público, assim, esta encontra-se inclusa na dimensão observacional. Defende-se que a credibilidade da informação, obtida por meio da confiança, da credibilidade da fonte, credibilidade da mensagem e credibilidade da fonte, influencia a adoção de medidas voltadas para a transparência e *accountability*, bem como na qualidade da informação contábil, favorecendo a legitimidade que o setor público almeja. Assim, a comunicação torna-se um mecanismo de estímulo e/ou de proteção (Viegas *et al.*, 2022).

O processo pelo qual ocorre a produção das informações contábeis é importante para garantir a sua credibilidade. Ressalta-se que a credibilidade da informação é percebida pelos

stakeholders. Desta forma, trata-se de um elemento que proporciona ou não a legitimidade que o setor público necessita. O processo de comunicar informações contábeis é apontado como um mecanismo de legitimação ou deslegitimação.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Amostra, Dados e Operacionalização

O *locus* de análise da pesquisa é o município de Belo Horizonte, capital do estado de Minas Gerais, região Sudeste do Brasil. Ele foi escolhido em razão de estar na região mais rica no país, bem como ser a capital do estado que atingiu o segundo lugar no Índice de Transparência e Governança Pública (ITGP), em 2022. Belo Horizonte é a capital com a melhor nota no Índice de Concorrência dos Municípios (ICM) de 2021, metodologia que analisa o ambiente de negócios dos municípios brasileiros por meio da coleta e geração de dados e informações, de forma a promover o avanço contínuo da qualidade.

Além disso, Belo Horizonte alcançou em 2022 e 2023 o primeiro lugar da categoria “Governança, Eficiência Fiscal e Transparência” da etapa estadual do Prêmio Band Cidades Excelentes. Adicionalmente, o município apareceu em terceiro lugar entre as capitais brasileiras com os melhores índices de desenvolvimento econômico do país. O município ainda conquistou o primeiro lugar nas edições de 2019, 2020 e 2021 do *Ranking* da Qualidade da Informação Contábil e Fiscal, elaborado pelo Tesouro Nacional, com o objetivo de avaliar a consistência das informações contábeis e fiscais enviadas pelos entes por meio do Sistema de Informações Contábeis e Fiscais do Setor Público Brasileiro (Siconfi). Acredita-se que por este motivo o município deve possuir melhores processos de comunicação e um número maior de *stakeholders*, o que faz emergir a dúvida acerca da existência na credibilidade das informações contábeis municipais.

Sobre esse último *Ranking* citado, vale a menção que se tornou interessante utilizá-lo como justificativa para perceber as semelhanças e diferenças entre o conceito de credibilidade proposto neste estudo e o *Ranking* da Qualidade da Informação Contábil e Fiscal no Siconfi, realizado pela Secretaria do Tesouro Nacional (STN). Tal comparação permitiu descrições no estudo para um questionamento: se a informação é de qualidade, será que também é credível? No Quadro 1 estão as dimensões e conceitos que formam o *Ranking* e o constructo credibilidade.

Quadro 1- Diferenças entre o Ranking do Tesouro Nacional e o conceito de credibilidade da informação contábil

Ranking da Qualidade da Informação Contábil e Fiscal		Credibilidade da informação contábil	
Dimensão	Característica	Dimensão	Característica
Gestão da informação	Comportamento do ente federativo no envio e manutenção das informações no Siconfi.	Confiança	Competência; Benevolência e Honestidade
Informações contábeis	Compreende as verificações que avaliam os dados contábeis recebidos em relação à adequação às	Credibilidade da mensagem	Qualidade, utilidade e assertividade

	regras do Manual de Contabilidade Aplicada ao Setor Público - MCASP, consistência entre os demonstrativos etc.		
Informações Fiscais	Análise dos dados fiscais contidos nas declarações.	Credibilidade da mídia	Afinidade; Atratividade; Estrutura; Precisão; Cobertura
Informações contábeis x informações contábeis	Executa o cruzamento entre os dados contábeis e fiscais avaliando a igualdade de valores entre demonstrativos diferentes.	Credibilidade da fonte	Autoridade; Moral; Sentimentos; Racionalização; Normalização; Narração.

Fonte: Elaborado pela autora, baseado em Siconfi (2024).

A presente pesquisa se dividiu em três objetivos específicos a fim de conseguir compreender de modo amplo a credibilidade. Para tanto, foram empregados quatro modelos de coleta de dados (e conseqüentemente de análises).

3.1.1 Objetivo Específico 1: Analisar o uso, as características e as interações nas plataformas digitais por meio das informações contábeis emitidas pelo poder público

A primeira coleta de dados buscou capturar as percepções dos usuários no X (anteriormente denominado de Twitter), Youtube e Facebook entre o período de 2010 a 2023. A escolha do período se deu em virtude do início da popularização de tais redes sociais no território brasileiro. Os perfis analisados estão expostos no Quadro 2.

Quadro 2- Perfis analisados

Município	X		Youtube		Facebook	
	Link: x.com/	Seguidores (aproximado)	Link www.youtube.com/	Inscritos (aproximado)	Link www.facebook.com/	Seguidores (aproximado)
Belo Horizonte	prefeiturabh	2.633.000	@prefeitura_bh	32.700	prefeiturabh	268.000

Fonte: Dados da pesquisa, coletados em 13 de junho de 2024.

Para a coleta de dados nas redes sociais, foi utilizada a técnica de mineração de dados, que consiste em criar um algoritmo que busque padrões em registros com características semelhantes, comparando os seus valores (Fernandes; Chiavegatto Filho, 2019). A linguagem de programação de alto nível empregada foi a *Python* (Rossum; Drake, 2009). O *Python* é um meio de automatizar processos por meio de linguagens de programação, contando com um amplo número de bibliotecas e *frameworks* para o desenvolvimento de soluções automatizadas (Nyamathulla *et al.*, 2021). Foi utilizado o *Selenium* com ajuda do *Beautiful Soup* e com auxílio da biblioteca *Requests* do *Python* para coletar as informações do X e sites de informações. O *Selenium* é um dos mecanismos para automação de processos juntamente com *Python*, ele é um

aplicativo de código aberto que auxilia o teste automatizado de aplicativos da web (Nyamathulla *et al.*, 2021).

No Youtube e Facebook foi utilizada a *Application Programming Interface* (API) (Ofoeda; Boateng; Effah, 2019). As API(s) se alimentam da interconexão de pessoas, aplicativos e sistemas.

Nesta pesquisa, a coleta de mensagens postadas, em cada uma das plataformas supracitadas, foi realizada a partir de um conjunto de palavras-chave pré-definidas. A seleção das palavras-chaves foi baseada nos termos constantes no Tesouro de Contas Nacional (TCN), referência normativa essencial para a contabilidade pública brasileira.

Durante o processo de definição das palavras-chave, priorizou-se a inclusão de termos que destacassem práticas contábeis realizadas via regime de competência patrimonial, dado seu papel central na contabilidade pública. Essa escolha permitiu analisar a comunicação de temas como mensuração de ativos e passivos, reconhecimento de receitas e despesas, e a aplicação do regime de competência na gestão pública municipal. Adicionalmente, foram incorporadas palavras-chaves que refletissem os impostos de competência municipal (Imposto sobre propriedade territorial urbana – IPTU, Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza - ISS ou ISSQN, Imposto de transmissão de bens imóveis – ITBI), que são elementos importantes para a construção das receitas municipais e também estão na contabilidade patrimonial pública. A lista das palavras-chaves contou com 70 termos e encontra-se no Apêndice A.

No X e Facebook foram coletadas as mensagens emitidas contendo as palavras-chave e as reações dos usuários (curtidas, compartilhamento e respostas). Para o levantamento de dados do Youtube, foram filtradas as palavras-chave no título do vídeo e nos comentários que abordassem as palavras-chave, criando um conjunto de dados de mensagens. No conjunto de dados com os metadados dos vídeos, foram levantados os seguintes atributos: 1) *Tags* do vídeo; 2) Descrição do vídeo; 3) Número de compartilhamentos; 4) Número de *views*; 5) Número de *likes*, 6) Comentários, e 7) Transcrições dos vídeos.

Posteriormente, foi realizada uma etapa de pré-processamento, que consistiu em converter os documentos coletados em uma estrutura compatível para análise. Adicionalmente, houve a limpeza dos dados, ou seja, foram removidos os conteúdos irrelevantes. Em seguida, ocorreu o processamento dos dados, etapa que coletou as informações disponíveis de cada tuíte, texto e vídeo.

A segunda coleta de dados ocorreu em plataformas digitais do tipo site de jornal ou jornais eletrônicos. A coleta também ocorreu via *Selenium*, e foram coletadas as notícias relacionadas sobre o assunto emitidas nos sites: Agência Minas, BH 24 horas, Estado de Minas

e G1, entre o período de 2010 a 2023. Desta forma, foi identificado como sites têm divulgado informações contábeis. Esta coleta de dados foi desenvolvida com o objetivo de capturar informações de conteúdo público que esteja disponível. Consequentemente, informações sensíveis e sigilosas não foram objeto de análise neste estudo.

O conjunto de dados obtidos nas coletas de número um (em redes sociais) e dois (em sites de jornais), ou seja, as coletas de dados do X, Facebook, Youtube e dos portais de notícias, foram lidos e analisados minuciosamente, sendo excluídos aqueles que não estavam alinhados com o objetivo da pesquisa. Após a seleção, os dados foram analisados por meio de técnicas comuns no campo de Processamento de Linguagem Natural (PLN), como: análise de sentimentos, a análise de nuvem de palavras e também técnicas de classificação de discurso usados no âmbito da contabilidade, como a análise de categoria. Além disso, foram realizadas avaliações próprias do âmbito de redes sociais, contemplando: análise da popularidade do conteúdo e *tags* mais frequentes nas publicações.

A análise de sentimentos foi realizada por meio da classe *SentimentIntensityAnalyzer*, da biblioteca *vaderSentiment* do *Python*. Essa classe possui o método “*polarity_scores*”, que recebe como argumento uma sentença e retorna um dicionário Python contendo quatro valores numéricos entre -1(muito negativo) e 1(muito positivo): o *neg*, que representa quão negativa aquela sentença é; o *neu*, que representa o quão neutra; o *pos*, que representa o quão positiva, e o *compound*, que representa a nota geral daquela sentença. Todas as sentenças e seus respectivos valores são salvos em um arquivo do tipo *Comma-separated values (CSV)* para geração de gráficos.

A análise de nuvem de palavras foi realizada por meio da classe *WordCloud*, da biblioteca *wordcloud* do *Python*. Essa classe possui o método *generate*, que recebe como argumento uma sentença e retorna uma nuvem de palavras: uma imagem contendo os termos mais frequentes naquela sentença, sendo o tamanho dos termos diretamente proporcional à sua frequência. O texto que é utilizado como argumento da função é o compilado do texto de todo conteúdo coletado naquele veículo de informação. Do mesmo modo, a biblioteca *Natural Language Toolkit (nltk)* do *Python* foi utilizada para definir as *stopwords* da nuvem, que são as palavras que independente da frequência não são relevantes, como por exemplos “a”, “que”, “e”.

No âmbito das redes sociais foram realizadas análises temporais, para entender a dinâmica de postagens dentro do período analisado de 2013 a 2023. No X foram feitas análises para encontrar as *hashtags* e as menções mais frequentes nos posts dos perfis analisados. Além

disso, a interação com os posts também foi considerada, sendo selecionados os três posts com maior número de curtidas e comentários dentre os coletados.

No Youtube foram feitas análises para encontrar as *tags* mais frequentes nas descrições dos vídeos analisados. A interação com o vídeo também foi considerada, sendo selecionados os três vídeos com maior número de curtidas e comentários dentre os coletados. No Facebook as análises foram para encontrar as *hashtags* mais frequentes nos posts analisados. A interação com o post também foi considerada, sendo selecionados os três posts com maior número de curtidas e comentários dentre os coletados. Os comandos de programação utilizados (*script*) encontram-se disponíveis aqui: https://drive.google.com/drive/folders/1Srk7Vah2xjIm5ojE8gsOSsb-XupJXNlh?usp=drive_link.

Os dados obtidos foram analisados através das categorias baseadas na Teoria da Legitimidade (autoridade, moralização, narração, normatização, racionalização e sentimentos), utilizadas para convencer os receptores das informações e opiniões emitidas acerca da credibilidade, conforme o Quadro 3.

Essas categorias foram associadas a um grupo de palavras. Para análise foram consideradas as sentenças de cada item da coleta, caso houvesse um termo referente a uma das categorias, a sentença seria armazenada no arquivo referente a categoria. A partir dessa classificação, foi possível fazer análises de frequência de cada categoria nas coletas. Apesar disso, ainda existe a barreira relacionada ao contexto nessa classificação, tendo em vista que uma palavra pode estar presente em uma das categorias, mas não estar no mesmo contexto.

Quadro 3- Categorias de legitimidade utilizadas para convencer os receptores

Categorias	Como se legitimam?	Termos utilizados na comunicação
Autorização	Por meio leis, autoridades tradicionais e figuras de autoridade	Lei Presidente Prefeito Vereador
Moralização	Usam valores éticos e morais	Deus Família Religião Ética Moral Princípios
Narrativas	Baseiam-se em histórias sobre fatos	Corrupção Apreensão Sonegação
Normalização	Relacionam-se com o que é considerado adequado ou “normal” em um contexto	Comitê de Pronunciamentos Contábeis CPC Conselho Regional de Contabilidade CRC Conselho Federal de Contabilidade CFC

		<i>International Public Sector Accounting Standards</i> IPSAS Normas Brasileiras de Contabilidade NBC
Racionalização	Justificam-se por meio de benefícios ou resultados que uma ação pode trazer	Recursos Recurso Avanços Avanço Tecnologia Investimentos Despesas Receitas
Sentimentos	Utilizam de emoções inseridas em contextos sociais específicos	Felicidade Alegria Patriotismo Ira Revolta Tristeza Injustiça

Fonte: Elaborado pela autora, baseado em Liguori e Steccolini (2018).

No cenário desta pesquisa, acredita-se que, por meio da identificação destas categorias, se tornou possível identificar o processo de legitimação do setor público por meio da credibilidade das informações de acordo com o que os *stakeholders* emitem nas plataformas digitais. Estas, atualmente, possuem um papel importante na formação de opiniões dos *stakeholders*, bem como são um mecanismo de exposição (Hajli, 2018).

3.1.2 Objetivo Específico 2: Avaliar a percepção dos produtores das informações contábeis sobre o processo de comunicação e a credibilidade das informações contábeis emitidas pelo poder público

A terceira coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas semiestruturadas, possuindo como participantes da pesquisa os produtores das informações contábeis do município. Por meio deste objetivo foi obtida a percepção daqueles que criam as informações: contadores e controladores, e/ou terceirizados. Para tanto, foram realizadas entrevistas semiestruturadas.

A primeira entrevista foi realizada com o contador chefe. Ao final da entrevista foi solicitada a indicação de outro possível participante da pesquisa para participar da entrevista, método este conhecido como *snowball*. A definição do número de entrevistados ocorreu por amostragem por saturação, ou seja, foi interrompido o recrutamento de novos participantes no momento em que se percebeu que elementos novos não estavam sendo mais apreendidos (Fontanella et al., 2011). A pesquisa contou com a participação de 11 participantes.

As entrevistas foram realizadas entre os dias 18 de março de 2024 e 20 de abril de 2024. As entrevistas foram agendadas em dia e horário marcados, com antecedência e realizadas via

Google Meet. Foram utilizados códigos, ao invés de nomes e/ou cargos, para manter o anonimato dos entrevistados, conforme é apresentado no Quadro 4.

Quadro 4- Participantes da Pesquisa entrevistados

Participantes da Pesquisa	Código	Formação	Secretaria de atuação
Participantes da Pesquisa entrevistados 1	PPE1	Contador	Planejamento, Orçamento e Gestão
Participantes da Pesquisa entrevistados 2	PPE2	Contador	Planejamento, Orçamento e Gestão
Participantes da Pesquisa entrevistados 3	PPE3	Contador	Fazenda
Participantes da Pesquisa entrevistados 4	PPE4	Contador	Fazenda
Participantes da Pesquisa entrevistados 5	PPE5	Contador	Fazenda
Participantes da Pesquisa entrevistados 6	PPE6	Contador	Planejamento, Orçamento e Gestão
Participantes da Pesquisa entrevistados 7	PPE7	Contador	Planejamento, Orçamento e Gestão
Participantes da Pesquisa entrevistados 8	PPE8	Contador	Fazenda
Participantes da Pesquisa entrevistados 9	PPE9	Contador	Controladoria-Geral do Município
Participantes da Pesquisa entrevistados 10	PPE10	Contador	Planejamento, Orçamento e Gestão
Participantes da Pesquisa entrevistados 11	PPE11	Contador	Fazenda

Fonte: Dados da Pesquisa.

As transcrições foram realizadas com a ferramenta de transcrição Tactiq, uma inteligência artificial para transcrição de reuniões no Zoom, Google Meet e MS Teams. Por sua vez, a análise dos textos transcritos das entrevistas foi realizada com o *software* ATLAS TI.

Os dados foram analisados por meio da Análise Descritiva e Análise de Conteúdo. Por intermédio da primeira foi observado e descrito como são abordadas a evolução da informação contábil e a credibilidade, bem como ela é apresentada. Por sua vez, a Análise de Conteúdo auxiliou na compreensão sobre as categorias de análise, sendo elas a dimensão produtiva e a dimensão observacional, baseadas na Teoria da Comunicação. Acredita-se que a utilização destas categorias proporcionou uma análise ampla sobre o processo de comunicação de informações contábeis do setor público municipal brasileiro.

O roteiro das entrevistas semiestruturadas está exposto no Apêndice B. Em síntese, as perguntas buscaram captar a percepção dos participantes da pesquisa acerca de como é feita a comunicação entre setor público e *stakeholders*, buscando evidenciar os avanços, as mudanças, os desafios, a existência de credibilidade e dificuldades enfrentadas, bem como quem são os usuários das informações comunicadas.

Destaca-se que esta pesquisa e seus instrumentos de coleta de dados foram submetidos ao Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Viçosa para apreciação e aprovação, Número do Parecer: 6.760.371. A coleta de dados foi iniciada após aprovação do estudo no Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), conforme a Resolução nº

466/2012, que trata das pesquisas envolvendo seres humanos. No ato da participação foi informado que todos dados coletados são mantidos em sigilo e utilizados apenas para fins acadêmicos, bem como foi disponibilizado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, descrevendo detalhadamente os termos de participação na pesquisa, as compensações e garantias dos processos éticos.

3.1.3 Objetivo Específico 3: Identificar e analisar a percepção dos *stakeholders* sobre a credibilidade nas informações contábeis emitidas pelo poder público

A quarta coleta de dados ocorreu por meio de questionários. Eles foram aplicados presencialmente, por meio de formulários impressos, sendo distribuídos diretamente aos participantes da pesquisa. Após a entrega, foi solicitado que respondessem às perguntas, de forma voluntária e anônima, no próprio local, garantindo uma coleta imediata das respostas. Também foram enviados questionários por e-mail e WhatsApp. A coleta de dados iniciou-se em 9 de dezembro de 2024 e encerrou-se dia 19 de dezembro de 2024.

O questionário, exposto no Apêndice C, foi elaborado a fim de coletar informações capazes de auxiliar na compreensão da percepção dos *stakeholders* acerca da credibilidade das informações contábeis (Quadro 6). Para tanto, inicialmente, foi questionado sobre em qual grupo de *stakeholders* o participante da pesquisa se encaixava, com o intuito de identificar similaridades e diferenças entre os grupos. No bloco de perguntas dois, três, quatro, cinco e seis, foi explorada a percepção dos participantes da pesquisa através da apresentação de casos fictícios por meio do instrumento de vinhetas. Cada vinheta remeteu a uma subcategoria dos elementos confiança, credibilidade da mensagem, credibilidade da mídia, credibilidade da fonte, respectivamente. Posteriormente, no bloco seis, foram coletadas percepções acerca do processo de comunicação do setor público. No último bloco coletou-se características dos participantes da pesquisa: grau de instrução, renda mensal e orientação política.

No que tange às perguntas realizadas nos blocos de perguntas dois, três, quatro, cinco e seis, após a apresentação da vinheta, foram realizadas perguntas que buscavam capturar a percepção dos participantes da pesquisa. As perguntas apresentadas deveriam ser respondidas por meio de uma escala Likert de 5 pontos, como por exemplo, após a primeira vinheta, foi questionado: Quão confiante você está nas informações contábeis publicadas pela prefeitura de Belo Horizonte? Alternativas: 1 – Nada confiante; 2 – Pouco confiante; 3 – Neutro; 4 – Confiante; 5 – Muito confiante.

Os *stakeholders* do município foram divididos em três categorias (Quadro 5): 1) atores com poder de voto; 2) atores com poder econômico; 3) atores com poder político, conforme

Gomes, Liddle, Gomes (2010). Optou-se por tipificar as respostas dos *stakeholders* a fim de identificar possíveis divergências ou compatibilidades entre estes.

Os *stakeholders* que possuem como poder o voto foram representados por professores e alunos do curso de Ciências Contábeis de Universidades Pública e Privada localizadas no município de análise. A escolha da Universidade Privada ocorreu presando por aquela que possui o curso de Ciências Contábeis presencial e está melhor colocada no *ranking* do Conceito Preliminar de Curso, disponibilizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira em 2023. O índice é obtido por meio da nota do Enade, desenvolvimento dos estudantes concluintes (IDD), questionário do estudante no Enade e corpo docente. A escolha destes participantes da pesquisa ocorreu em virtude de serem representantes da sociedade civil, enquanto eleitores, e terem familiaridade com as informações contábeis, visto que, de acordo com o CPC 00 (2019), a característica qualitativa compreensibilidade presume que os usuários das informações contábeis devem ter um conhecimento razoável de contabilidade.

Os *stakeholders* com poder econômico foram representados por membros de associações do comércio, indústria e serviços locais, haja vista que estes atores são importantes para o desenvolvimento econômico do território local (Radomsky; Schneider, 2007). Já os *stakeholders* com poder político foram escolhidos por meio dos membros do Poder Legislativo, pois, estes, de acordo com a Constituição Federal de 1988, devem votar as propostas de governo/lei derivadas do executivo e/ou do legislativo (Brasil, 1988). O Quadro 5 apresenta os representantes de cada grupo participante da pesquisa por meio dos questionários.

Quadro 5- *Stakeholders* participantes da pesquisa por meio de questionários

Stakeholders	Grupo	Participantes da Pesquisa
Poder de voto	Alunos e Professores do curso de Ciências Contábeis	Universidade Federal de Minas Gerais, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais
Poder econômico	Membros de associações do comércio, indústria e serviços locais	Comerciantes, industriais e prestadores de serviços de Belo Horizonte.
Poder político	Membros do Poder Legislativo	Vereadores do município.

Fonte: Elaborado pela autora.

O questionário contou com a resposta de 268 participantes da pesquisa, sendo: 46 prestadores de serviços; sete membros da indústria; 59 representantes do comércio; 101 estudantes de graduação em Ciências Contábeis em Universidade Pública; oito estudantes de graduação em Ciências Contábeis em Universidade Privada; 10 professores de Ciências Contábeis em Universidade Pública; 7 professores de Ciências Contábeis em Universidade Privada; 9 estudantes de Pós-Graduação em Ciências Contábeis e 21 vereadores. Assim, foram obtidas 112 respostas do grupo atores com poder econômico, 135 respostas do grupo atores

com poder de voto e 21 respostas do grupo atores com poder político. No Quadro 6 estão expostas as variáveis coletadas.

Quadro 6- Variáveis coletadas

Variável	Descrição	Embasamento Teórico	Bloco de perguntas	Escala de Mensuração
<i>Grupo</i>	Características do respondentes quanto ao seu tipo de <i>stakeholders</i>	Gomes, Liddle e Gomes (2010)	<i>Stakeholders</i>	Nominal
<i>Conf</i>	Nível de confiança em relação as informações contábeis publicadas pela prefeitura de Belo Horizonte	Grimmelikhuijse n e Meijer, (2014)	Confiança	Escala Likert de 1 a 5
<i>CTP</i>	Percepção de competência técnica e profissionalismo da equipe responsável pela elaboração das informações contábeis			
<i>Hon</i>	Percepção de que as informações contábeis publicadas são honestas e refletem a realidade financeira da prefeitura			
<i>Boa_fe</i>	Percepção de que a prefeitura atua de boa-fé ao divulgar as informações contábeis			
<i>Rel</i>	Percepção de que as informações contábeis fornecidas pela prefeitura são relevantes			
<i>Fided</i>	Percepção de que as informações contábeis fornecidas pela prefeitura refletem fielmente a realidade financeira e os eventos econômicos do município			
<i>Temp</i>	Percepção de que as informações contábeis são divulgadas em tempo oportuno para serem úteis na tomada de decisões			
<i>Compree</i>	Percepção de que as informações contábeis emitidas pela prefeitura são compreensíveis			
<i>Compa</i>	Percepção de que as informações contábeis publicadas permitem comparar o desempenho financeiro da prefeitura com períodos anteriores ou com outras prefeituras			
<i>Verif</i>	Percepção de que as informações contábeis publicadas são verificáveis por meio de auditorias independentes ou outros métodos de confirmação			
<i>Compl</i>	Percepção de que o relatório financeiro publicado pela prefeitura é completo	Fachin <i>et al.</i> (2020); Metzger e Flanagan, (2013); Savolainen, (2011).		
<i>Objet</i>	Percepção de que as informações contábeis fornecidas pela prefeitura são apresentadas de maneira objetiva, sem vieses ou distorções			
<i>Util</i>	Percepção de que as informações contábeis fornecidas pela prefeitura são uteis para entender a gestão financeira do município			
<i>AE</i>	Percepção de que há um apelo emocional nas informações contábeis apresentadas no relatório		Poorisat <i>et al.</i> (2019)	
<i>AR</i>	Percepção de que há um apelo racional nas informações contábeis apresentadas no relatório			
<i>Ass</i>	Percepção de que as informações contábeis apresentadas no relatório são assertivas e precisas			
<i>DM</i>	Percepção de proximidade com as informações contábeis apresentadas através das diferentes mídias (jornal, redes sociais, sites)	Savolainen (2011); Poorisat <i>et al.</i> (2019)	Credibilidade da mídia	
<i>Atrat</i>	Percepção de que é atrativo as apresentações das informações contábeis nas diferentes mídias (site e redes sociais)?			
<i>Estrut</i>	Percepção de que bem estruturadas as informações contábeis apresentadas em cada uma das mídias utilizadas pela prefeitura			
<i>Prec</i>	Percepção de que são precisas as informações contábeis apresentadas nas diferentes mídias utilizadas pela prefeitura			

<i>Abrang</i>	Percepção de que é abrangente a cobertura das informações contábeis nas diferentes mídias utilizadas pela prefeitura			
<i>Sent</i>	Percepção de que diferentes fontes de comunicação da prefeitura (sites, redes sociais, relatório) levam em consideração os sentimentos dos cidadãos ao apresentar as informações contábeis	Poorisat <i>et al.</i> (2019); Metzger e Flanagin, (2013); Serra (2003)	Credibilidade da Fonte	
<i>Rac</i>	Percepção de que é racional e lógica a apresentação de informações contábeis em diferentes fontes (site oficial, jornais locais, redes sociais)			
<i>Autorid</i>	Percepção de que as fontes que comunicam as informações contábeis da prefeitura (site oficial, jornais locais, redes sociais) são autoridades para comunicar o assunto			
<i>Narr</i>	Percepção de que a história e os dados financeiros são bem narrados pelas diferentes fontes			
<i>Moral</i>	Percepção de que as fontes que comunicam as informações contábeis da prefeitura agem de maneira ética e moral			
<i>Norm</i>	Percepção de que as fontes de comunicação da prefeitura abordam os problemas de forma direta e transparente			
<i>Efícaz</i>	Percepção de que é eficaz o processo de comunicação das informações contábeis pela prefeitura	Bedford e Beladouni (1962)	Dimensão Produtiva	
<i>Melh</i>	Percepção sobre existem maneiras de melhorar o modo como a prefeitura produz e comunica as informações contábeis			
<i>cred</i>	Percepção sobre a credibilidade das informações contábeis comunicadas pela prefeitura	Balluchi; Lazzini e Torelli (2021); Beaulieu (1994); Dando e Swift, (2003); Ehrmann, Georgarakos e Kenny (2023); Xiao e Shailer (2022)		
<i>Edu</i>	Percepção de que o nível de educação da população influencia a percepção sobre a credibilidade das informações contábeis divulgadas pela prefeitura	Categorias extraídas por meio das entrevistas semiestruturadas	Dimensão Observacional	
<i>Renda</i>	Percepção de que o nível de renda da população influencia a percepção sobre a credibilidade das informações contábeis divulgadas pela prefeitura			
<i>Cult</i>	Percepção de que fatores culturais influenciam a percepção das informações contábeis comunicadas pela prefeitura			
<i>Pol</i>	Percepção de que o viés político influencia a percepção das informações contábeis comunicadas pela prefeitura			
<i>PP_id</i>	Faixa etária do participante da pesquisa	Deegan (2019)	Característica do participante da pesquisa	Intervalar
<i>PP_edu</i>	Maior grau de instrução do participante da pesquisa			Intervalar
<i>PP_renda</i>	Média da renda mensal do participante da pesquisa			Intervalar
<i>PP_pol</i>	Orientação política do participante da pesquisa			Nominal

Fonte: Dados da Pesquisa.

Neste objetivo foi realizada uma abordagem mista (qualitativa e quantitativa), em razão dos dados coletados, para a análise.

Desta forma, foram aplicadas as técnicas analíticas de Análise Descritiva e Análise de Conteúdo com o intuito de analisar a percepção dos *stakeholders*. Esta foi dividida entre os grupos de *stakeholders* e de acordo com a percepção acerca da fonte, mensagem, mídia e confiança no processo de comunicação das informações. Os participantes da pesquisa compõem

as categorias *stakeholders* com poder de voto, *stakeholders* com poder econômico e *stakeholders* com poder político. Eles foram analisados por meio de seis subcategorias, conforme suas respostas: dimensão produtiva, dimensão observacional, fonte, mídia, mensagem e confiança. As duas primeiras são de conceitos que se voltam para o processo de comunicação das informações contábeis do setor público para os *stakeholders*. A dimensão produtiva está relacionada ao modo como as informações são produzidas e codificadas. Por sua vez, a dimensão observacional relaciona-se ao processo de decodificação e interpretação por parte dos usuários (Bedford; Baladouni, 1962).

Neste sentido, a credibilidade da informação é um dos elementos percebidos dentro da dimensão observacional. As outras quatro subcategorias são os elementos específicos que compõem a credibilidade da informação, conforme o Quadro 6. Destaca-se que, apesar da credibilidade da informação ser percebida dentro da dimensão observacional, optou-se por trabalhar com cada um destes elementos (fonte, mídia, mensagem e confiança) separadamente devido à quantidade de elementos que os compõem.

Posteriormente, a fim de avaliar a consistência interna dos constructos teóricos propostos para mensuração da credibilidade das informações contábeis no setor público, com base nos dados coletados, aplicou-se a técnica de Alpha de Cronbach. A técnica Alpha de Cronbach é utilizada na literatura para verificar a confiabilidade de escalas, indicando o grau de correlação entre os itens que compõem cada constructo (Cronbach; Shavelson, 2004; Hora; Monteiro; Arica, 2010). Valores do alfa acima de 0,70 foram considerados indicativos de boa consistência interna, conforme os critérios estabelecidos por Cronbach e Shavelson (2004).

Em seguida, foi realizado o teste ANOVA para identificar as diferenças significativas entre os três grupos de *stakeholders* participantes da pesquisa em relação à percepção de credibilidade informacional e os constructos formados após a validação do Alpha de Cronbach. O teste ANOVA foi utilizado em virtude de sua capacidade de comparar médias entre três grupos independentes. Os níveis de significância adotados foram de 5% ($p < 0,05$) e 10% ($p < 0,10$) (Daniels; Minot, 2019).

As variáveis empregadas foram sistematizadas por meio da utilização do software Microsoft Excel®. As estatísticas foram executadas por intermédio do software Stata® version 17.0.

3.1.4 Sumarização da Metodologia conforme os Objetivos

O Quadro 7 apresenta uma síntese da metodologia.

Quadro 7- Síntese da metodologia

Objetivo específico	Coleta de Dados	Fonte/ Participantes da pesquisa	Técnica de análise	Categorias de análise e subcategorias	
Analisar o uso, as características e as interações nas plataformas digitais por meio das informações contábeis emitidas pelo poder público	Técnica de aprendizado de máquina não supervisionada	Redes sociais: X, Facebook, Youtube.	Processamento de Linguagem Natural (análise de sentimentos, a análise de nuvem de palavras e análise de categorial)	Autoridade; Moralização; Narração; Normatização; Racionalização; Sentimentos.	
		Sites de informações online: sites Agência Minas, BH 24 horas, Estado de Minas e G1.			
Avaliar a percepção dos produtores das informações contábeis sobre o processo de comunicação e a credibilidade das informações contábeis emitidas pelo poder público, e	Entrevista semiestruturada	Contadores (produtores das informações contábeis do município).	Análise descritiva; Análise de Conteúdo	Dimensão Produtiva	
				Dimensão Observacional	
Identificar e analisar a percepção dos <i>stakeholders</i> sobre a credibilidade nas informações contábeis emitidas pelo poder público.	Questionário	Alunos e Professores de Ciências Contábeis	Análise descritiva; Análise de Conteúdo; Alpha de Cronbach; Teste ANOVA.	<i>Stakeholders</i> com poder de voto	Fonte; Mídia; Mensagem; Confiança; Dimensão Produtiva; Dimensão Observacional.
		Membros de associações do comércio, indústria e serviços locais		<i>Stakeholders</i> com poder econômico	
		Membros do Poder Legislativo		<i>Stakeholders</i> com poder político.	

Fonte: Dados da pesquisa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Plataformas Digitais e Credibilidade das Informações Contábeis (Objetivo Específico 1)

4.1.1 O uso, características e interações nas redes sociais na emissão de informações contábeis patrimoniais pelo município

A fim de que a democracia atinja o seu real potencial na garantia de direitos dos cidadãos, é necessário que os governantes estabeleçam uma comunicação com os cidadãos e os demais *stakeholders*. Devido às mudanças ocorridas nos últimos tempos, sobretudo com a ascensão da internet nos anos 90, governos têm a utilizado para comunicar informações. Esta situação é identificada no município analisado. A fim de exemplificar tem-se o trecho da fala de PPE4:

Quase que a totalidade da informação contábil e execução orçamentária do município de Belo Horizonte ocorre por meio da internet, né? Além disso, através dela a gente atinge uma massa maior de pessoas. Então, eu acho que a internet é a evolução contábil.

A internet, de modo geral, tem sido um mecanismo que tornou as ferramentas contábeis mais práticas, rápidas, interligadas e acessíveis, segundo os participantes da pesquisa por meio das entrevistas. Neste cenário, a internet foi e é um fator importante para o avanço das produções das informações contábeis, o que corrobora com a literatura (Fachin *et al.*, 2020; Metzger; Flanagin, 2013; Wang *et al.*, 2019). Todavia, o aumento da quantidade de informações não sinaliza que há também um aumento na qualidade da comunicação (Keshavarz, 2020b).

Neste sentido, tem-se que o município de Belo Horizonte tem sido premiado pelo ranking do Sistema de Informações Contábeis e Fiscais do Setor Público Brasileiro (Siconfi), o que pode evidenciar o bom uso da internet para prestação de contas. Estes resultados mostraram que não só houve o aumento da quantidade de informações, mas também ocorreu a ampliação da qualidade das informações contábeis emitidas pelo município. Do mesmo modo, notou-se que o município instituiu um decreto, em junho de 2024, acerca da Política de Inteligência de Dados no âmbito da administração direta e indireta do Poder Executivo, sendo que a inteligência de dados é compreendida, neste contexto, como o conjunto de técnicas, ferramentas e processos utilizados para coletar, integrar, analisar e interpretar dados (Belo Horizonte, 2024).

As respostas obtidas acerca da importância desta temática para o avanço contábil corroboraram com os estudos de Dudziak e Ferreira (2017) e Romano e Chimenti (2014), haja vista que a influência da internet, como meio de lidar com as informações, fez com que houvesse um avanço nos processamentos, acessos e relacionamentos estabelecidos por meio da

disponibilização de tais informações por meio da dimensão produtiva de comunicação. Elemento este que contribui para o processo de conhecimento dos atos governamentais para sua legitimação.

Além dos avanços obtidos nos sistemas contábeis e na criação de portais, como o Portal da Transparência, o uso das mídias sociais tem sido apontado pelos produtores de informações contábeis como um importante mecanismo para a comunicação entre o setor público e os múltiplos *stakeholders*, inclusive os *lay citizens*.

É um mecanismo para aproximar o cidadão. As pessoas, geralmente, veem o órgão público às vezes numa posição muito lá em cima. Aí a sua percepção sobre isso é de que eu estou vulnerável ao que eles fizerem, né? Então, quando veem que a prefeitura disponibiliza o perfil dela e ela conversa como uma cidadã, você fica de igual para igual. Se você tem um perfil, você “tá ali” aberto a críticas, né? Tem os comentários, tem tudo. Então, acho que isso é uma coisa boa. Assim, contribui para o processo de comunicação. Além de aumentar a credibilidade de alguma forma, porque se você tem ali a prefeitura na mídia social, você vai ter acesso então, ela vai se preocupar não somente com aquela informação que ela tá repassando, mas como está sendo discutido sobre o assunto, né? Então, a prefeitura vai estar de certa forma envolvida também no assunto. (PPE8)

A percepção citada acima foi algo reconhecido na literatura (Romano; Chimenti, 2014; Spindola; Santos, 2023) como sensação de grupo, de que as pessoas inseridas em uma mesma rede social pertencem a um coletivo. Este sentimento favoreceu a interação nos conteúdos compartilhados pelo perfil oficial da prefeitura. Destaca-se que o município, em julho de 2023, era a segunda capital do Sudeste com o maior número de seguidores no X, ficando atrás apenas do Rio de Janeiro. Já no Youtube e Facebook a capital Belo Horizonte é a terceira capital do Sudeste com o maior número de inscritos, ficando à atrás do Rio de Janeiro e São Paulo.

O uso das redes sociais para a comunicação de informações contábeis se demonstra relevante em razão de que a contabilidade pública, por ser permeada por informações orçamentárias, financeiras, econômicas e patrimoniais, muitas vezes emite essas informações, no intuito de realizar a prestação de contas das ações, com muita tecnicidade, conforme o estudo de Nascimento (2022). Então, ao aproximar-se dos cidadãos leigos por meio das redes sociais há uma emissão de informações mais objetivas, menos técnicas e mais próximas das expectativas dos *stakeholders*, tornando o processo de comunicação mais eficaz entre o município de Belo Horizonte e seus seguidores nas redes sociais.

As publicações do perfil oficial da prefeitura no X, *Youtube e Facebook* mostraram que assuntos relacionados as informações contábeis têm sido emitidos nestas mídias sociais. Esta situação favoreceu a possibilidade de múltiplos *stakeholders* utilizarem a contabilidade para avaliar e monitorar atos governamentais, visto que muitas vezes a contabilidade e suas

informações não são fortemente utilizadas. Neste contexto, inferiu-se que este processo facilitou que elementos contábeis cheguem a um número maior de pessoas, inclusive, cidadãos leigos. Segundo PP4:

Algumas decisões do atual prefeito foram divulgadas no Twitter antes da gente saber. Ele foi na rede social e publicou e a gente ficou sabendo e pensou assim, meu Deus, deixa eu correr aqui para operacionalizar isso. O uso das mídias sociais, eu acho que é válido no sentido de alcance de público, porque tem gente que vai acessar o Facebook, tem gente que vai acessar primeiro Twitter, né? Tem gente que vai acessar o portal da prefeitura de Belo Horizonte. Então, eu acho que em se tratando de transparência, a rede social alavanca essa publicidade da informação e, conseqüentemente, contribui para a transparência. Mas não necessariamente a gente divulga informações técnicas por rede social, nós as adaptamos para ficar mais palatável.

Notou-se que as redes sociais estão sendo utilizadas como uma ferramenta para tornar o município mais próximo de seus *stakeholders*, principalmente os cidadãos leigos, que poderiam sentir uma certa distância entre o governo municipal e seus governados, corroborando assim com o estudo de Ramano e Chimenti (2014), que demonstrou que as plataformas digitais permitem que o emissor e o receptor desempenhem seus papéis de modo interativo, e com o estudo de Spindola e Santos (2023), que obteve como resultado que o uso de plataformas digitais na comunicação proporciona aos usuários a sensação de cooperação, de existir um grupo.

Além disso, por meio deste processo de comunicação, houve a propagação dos atos governamentais, sendo assim, um mecanismo para tornar efetiva a transparência por meio de elementos mais próximos do dia-a-dia da população leiga, visto que muitas vezes o acesso ao Portal da Transparência não é algo do cotidiano da sociedade civil. Por meio desta propagação, o poder público pode ser percebido como legítimo. Na Teoria da Comunicação evidencia-se que a fim de a comunicação ser eficaz é necessário considerar as condições dos receptores, podendo estes serem leigos ou não, para compreender e utilizar as informações em tomadas de decisão (Guerreiro, 1989). No estudo de Lasswell (1948) demonstrou-se que esta teoria possui como premissa a necessidade da compreensão sobre o que é comunicado, para promover ou possibilitar a existência de um diálogo.

No que tange ao uso das redes sociais, X, Youtube e Facebook, por parte da prefeitura municipal de Belo Horizonte, houve a tentativa de estabelecimento de uma comunicação sobre informações contábeis aos usuários das plataformas. Para tanto, parece que se teve um cuidado sobre como são escritos estes dados, a fim de torná-los mais próximos dos usuários. Assim, as informações são emitidas com uma linguagem do cotidiano destas redes.

Todavia, um fato que chama a atenção foi de que, entre os produtores de informações contábeis entrevistados, um deles não sabia da existência do processo de emissão destas informações nas redes sociais, conforme a fala a seguir:

Olha, eu vou ser muito sincera com você, eu acredito que não tem nenhuma [informação contábil] no Twitter, no Instagram, em nenhuma delas têm essas informações contábeis. Eu acredito que só no Portal da Transparência mesmo, não temos esse hábito. Não sei se é o público alvo. Não sei se vai chamar atenção essa informação nesse nicho de rede social, sabe? Eu tenho minhas dúvidas, mas eu acho que poderia ser uma tentativa válida. Mas isso não é feito aqui não. (PPE3)

Defronte a esta percepção do entrevistado, na Figura 5 evidencia-se que a utilização de redes sociais pelo município de Belo Horizonte tornou-se gradualmente maior. Notou-se que o X começou a ser utilizado bem antes das demais redes sociais. O ápice do uso das redes sociais para comunicação foi em 2022.

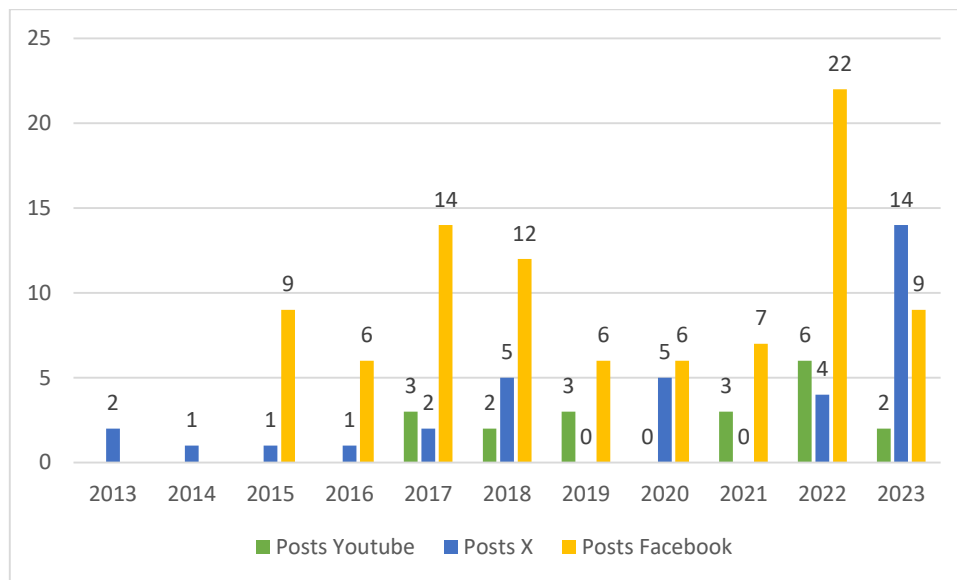


Figura 5- Número de publicações por ano em redes sociais
Fonte: Dados da pesquisa.

Nas Figuras 6,7 e 8 evidenciaram-se as palavras mais frequentes nas postagens relacionadas às informações contábeis - os termos prefeitura, PBH (Prefeitura de Belo Horizonte), Belo Horizonte, Milhões, IPTU e gov.br apareceram recorrentemente nas três plataformas analisadas. O uso destas palavras nas três plataformas remete-se a denominação da própria prefeitura, provavelmente ocupando a posição de sujeito principal nas suas postagens, bem como o município. Adicionalmente, o termo milhões tende a estar relacionado a números em áreas importantes, como na orçamentária. O termo “IPTU” faz referência ao Imposto sobre

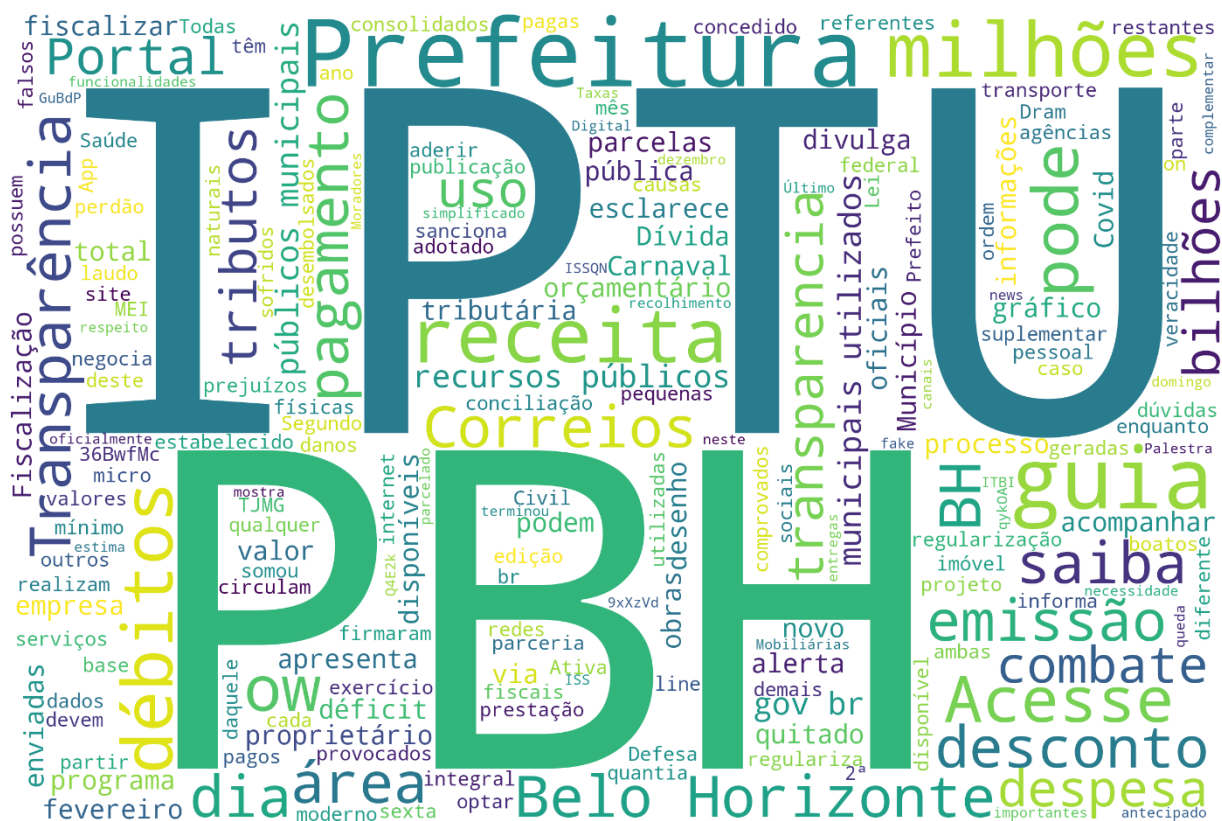


Figura 8- Nuvem de palavras publicadas no X
 Fonte: Dados da pesquisa.

Especificamente no X, as informações emitidas buscaram dar uma maior ênfase a transparência, fiscalização, receitas, descontos e tributos (Figura 8). Neste contexto, o X foi utilizado com o objetivo de emitir informações atuais e rápidas sobre os atos da prefeitura. Essas palavras se destacaram, pois elas evidenciaram tomadas de decisões e atos mais frequentes no cotidiano contábil do setor público.

A escolha das palavras e, principalmente, do que é comunicado em cada uma das redes sociais, ocorre buscando uma maior legitimação entre os usuários que as acessam e, para tanto, são escolhidos termos e assuntos que despertem o interesse e aceitação dos receptores. Isto porque, segundo a literatura (Magnez, 2006; Deegan 2019) sobre Teoria da Legitimidade, os atos administrativos não comunicados não influenciam nas percepções dos *stakeholders*, que são os usuários das redes utilizadas. Além disso, a fim de que a organização tenha uma comunicação relevante, ela necessita identificar as questões e/ou assuntos que são de interesse público, conforme Guerreiro (1989).

Por meio desta análise, identificou-se que o município utilizou as redes sociais de formas distintas a depender de como e o que eles pretendem informar. O uso de meios diversos, como portais, diferentes redes sociais e o diário oficial, favorecem a melhora da relação entre governo e seus *stakeholders*, sejam eles leigos ou especialistas. Isto porque, segundo Song e

outros (2023), há uma maior inclusão e possibilidades distintas de acesso e interação entre o emissor da informação contábil e os receptores.

O processo de comunicação desenvolvido utilizando as redes sociais possibilita o uso de *hashtags* que servem para agrupar assuntos sobre determinado tema. Este agrupamento utilizado vai ao encontro com o estabelecido no CPC 00 (2019), sobre a característica de melhoria denominada compreensibilidade, que determina que as informações contábeis devem ser claras, concisas e caracterizadas em grupos que facilitem seu entendimento. Assim, por meio das *hashtags*, os usuários das informações conseguem identificar o agrupamento de postagens que tangenciam determinado assunto.

Neste contexto, notou-se que os agrupamentos de postagens, em *hashtags*, deu ênfase em informações que provavelmente despertassem interesse dos receptores das informações. Na Figura 8 evidencia-se estes agrupamentos mais frequentes, respectivamente, no Facebook, Youtube e X. Notou-se que no X só houve o uso de três *hashtags*.

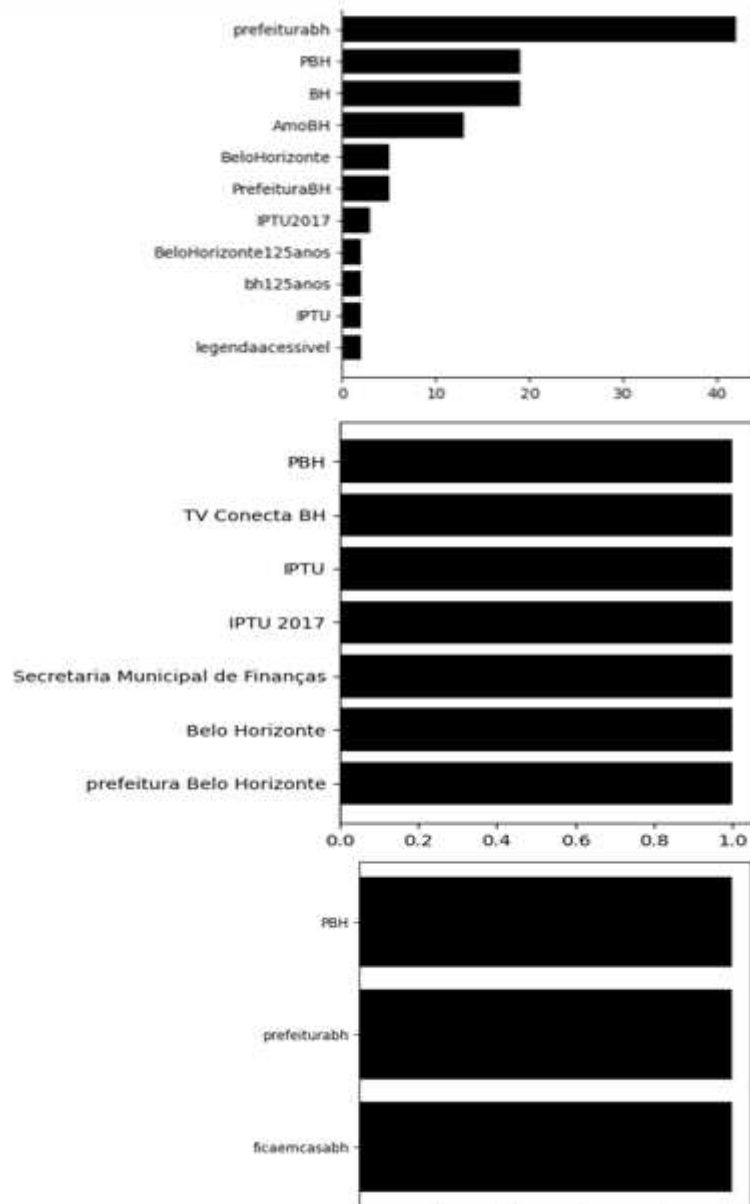


Figura 9- Hashtags mais frequentes, respectivamente, no Facebook, Youtube e X
 Fonte: Dados da pesquisa.

Na Figura 9 demonstrou-se que os principais agrupamentos estão relacionados a própria prefeitura, a acessibilidade das postagens e a área da saúde (*fiqueemcasabh*). Corroborando com as nuvens de palavras (Figuras 6, 7 e 8), as *hashtags* IPTU2017 e IPTU também apareceram em alta. Acredita-se que esta situação esteja relacionada ao fato do IPTU ser um imposto importante tanto pela receita arrecada, mas também pelo amplo número de contribuintes. Além disso, a Secretaria Municipal de Finanças apareceu entre as *hashtags* mais utilizadas, este fato ocorreu em virtude das tomadas de decisões implementadas por esta secretaria.

Na literatura (Troczy et al., 2022) é apontado que cabe ao setor público agir de acordo com as expectativas dos *stakeholders*, minimizando a assimetria informacional e ampliando a confiança, visando obter a legitimidade. Neste sentido, acredita-se que o uso destes termos e

hashtags estão relacionados a temas que pode haver uma maior cobrança ou atenção por parte dos *stakeholders*.

No que tange a interação dos usuários das redes sociais, notou-se que no X e no Facebook as pessoas podem curtir, comentar e compartilhar (repostar) as postagens do perfil oficial, enquanto no Youtube a interação pode ocorrer por meio de curtidas e comentários. Apesar disto, notou-se interação em todas as redes sociais analisadas.

No X, notou-se que o maior número de curtidas e comentários (Quadro 8) foram obtidos em postagens relacionadas a quitação de dívidas, repasses, receitas obtidas, economia e transparência. Acredita-se que postagens relacionadas a estas temáticas são percebidas pelos usuários como legítimas e importantes para o estabelecimento de uma comunicação eficaz entre governo e governantes, pois há um maior engajamento do público. Isso pode ser porque esses temas são de interesse direto ou relevância para os usuários do X. Por exemplo, as pessoas podem estar interessadas em saber como as dívidas estão sendo gerenciadas ou como as receitas estão sendo distribuídas.

Neste contexto, tem-se que o setor público necessita/busca comunicar elementos que estão de acordo com as expectativas dos *stakeholders*, assim, em cada rede social o governo irá realizar o processo de comunicação voltado para o público da rede utilizada. Comunicar conforme as expectativas é, segundo Bedford e Baladouni (1962), um modo de utilizar a contabilidade para aproximar emissores e receptores. Além de favorecer o engajamento nas publicações e compartilhamento, o que conseqüentemente, faz como que as redes de contatos dos *stakeholders* possam também acessar as informações, pois há uma divulgação.

Na Teoria da Legitimidade aponta-se que é de interesse das organizações demonstrarem um alinhamento de interesses como seus *stakeholders*, assim, as ações públicas que são publicadas podem ser direcionadas para atrair uma percepção positiva sobre os atos públicos, proporcionando assim a legitimidade. Neste contexto, tem-se que o setor público pode realizar suas publicações em prol de ser entendido como legítimo pelos usuários das redes sociais.

Quadro 8- As três postagens mais curtidas e comentadas no X

Painel A - Postagens mais curtidas	
Texto	Curtidas
O Carnaval de Belo Horizonte 2018 terminou oficialmente neste domingo, dia 18, e a Prefeitura apresenta hoje o balanço de ações, números e estrutura do evento, que gerou uma receita de R\$ 641 milhões apenas entre os dias 9 a 14 de fevereiro.	64
Prefeitura alerta sobre fake news a respeito do IPTU 2023	22
No Portal da Transparência, você pode fiscalizar o uso dos recursos públicos municipais utilizados para o combate à Covid-19. Acesse http://transparencia.pbh.gov.br e acompanhe as aquisições e contratações emergenciais realizadas pela Prefeitura.	18

Painel B – Postagens mais comentadas	
Texto	Comentários
No Portal da Transparência, você pode acompanhar o uso dos recursos públicos municipais utilizados para o combate à Covid-19. Tenha acesso a informações como nome do contratado, objeto, valor, processo de compra e órgão contratante. Acesse http://transparencia.pbh.gov.br e saiba mais.	12
O Carnaval de Belo Horizonte 2018 terminou oficialmente neste domingo, dia 18, e a Prefeitura apresenta hoje o balanço de ações, números e estrutura do evento, que gerou uma receita de R\$ 641 milhões apenas entre os dias 9 a 14 de fevereiro.	9
No Portal da Transparência, você pode fiscalizar o uso dos recursos públicos municipais utilizados para o combate à Covid-19. Acesse http://transparencia.pbh.gov.br e acompanhe as aquisições e contratações emergenciais realizadas pela Prefeitura.	6

Fonte: Dados da Pesquisa.

Por sua vez, no Facebook, percebeu-se que houve uma maior interação em postagens vinculadas a economia e finanças públicas municipais, conforme os Quadro 9. Isto ocorreu em razão de serem temas diretamente relevantes para os cidadãos locais, principalmente, porque os *stakeholders* devem estar interessados em como o dinheiro público está sendo gerenciado. As postagens sobre esses temas podem ser percebidas como legítimas pelo público, pois atendem a uma necessidade básica de transparência e prestação de contas no governo. Além disso, a transparência nas finanças públicas é um aspecto crucial da legitimidade governamental. Um processo de comunicação com postagens que fornecem informações claras e detalhadas sobre a economia e as finanças públicas municipais pode demonstrar um compromisso entre a emissor e receptores das mensagens.

Quadro 9- As três postagens mais curtidas e comentadas no Facebook

Painel A - Postagens mais curtidas	
Texto	Curtidas
Nossa amada cidade foi eleita a segunda melhor cidade no Brasil para se viver, segundo o ranking BCI 100, das cem melhores cidades brasileiras, da empresa de consultoria econômica e financeira Delta! <3 A pesquisa leva em conta a análise de áreas como educação, saúde, taxas de violência, qualidade dos domicílios, receitas e despesas per capita, desigualdade e eficiência da gestão, e tem como foco principal as condições de vida local. Fonte SOU BH: http://www.soubh.com.br/noticias/gerais/belo-horizonte-e-a-segunda-melhor-cidade-brasileira/ #BH #PBH #AmoBH	3771
Proprietários de imóveis em Belo Horizonte que foram afetados pelas fortes chuvas ocorridas nos últimos dias podem procurar a Prefeitura para solicitar o perdão de débitos do Imposto Predial Territorial Urbano (exercício 2020). O perdão de débitos do IPTU no caso de danos provocados por causas naturais é concedido para parte da dívida ou total, com base no laudo da Defesa Civil e valores comprovados dos prejuízos sofridos pelo proprietário do imóvel. Acesse www.pbh.gov.br e saiba mais. #prefeiturabh	438
[Você sabia?] Imóveis tombados em BH são isentos de IPTU! BH conta com mais de 300 imóveis tombados que compõem seu belo conjunto arquitetônico e urbanístico. Os imóveis são escolhidos levando-se em conta as características arquitetônicas, históricas, a inserção na paisagem urbana e o significado para a comunidade. Caso o patrimônio venha a ser tombado, os proprietários ficam impedidos de realizar a demolição do bem cultural, devem zelar pelo bom estado de conservação dele e qualquer alteração estrutural deve ser discutida com o poder	411

público. Em troca, os imóveis ficam isentos de IPTU, podem ser cadastrados em projetos como Adote um Bem Cultural – que é um mecanismo criado pela PBH para incentivar a parceria entre o poder público e a iniciativa privada na restauração, conservação e promoção dos bens culturais sob proteção municipal e também leis Municipal e Estadual de Incentivo à Cultura: https://prefeitura.pbh.gov.br/noticias/bh-em-pauta-isencao-de-iptu-para-imoveis-tombados-em-bh	
Painel B – Postagens mais comentadas	
Texto	Comentários
Nossa amada cidade foi eleita a segunda melhor cidade no Brasil para se viver, segundo o ranking BCI 100, das cem melhores cidades brasileiras, da empresa de consultoria econômica e financeira Delta! <3 A pesquisa leva em conta a análise de áreas como educação, saúde, taxas de violência, qualidade dos domicílios, receitas e despesas per capita, desigualdade e eficiência da gestão, e tem como foco principal as condições de vida local. Fonte SOU BH: http://www.soubh.com.br/noticias/gerais/belo-horizonte-e-a-segunda-melhor-cidade-brasileira/#BH#PBH#AmoBH	561
Neste ano, quem optar por pagar duas ou mais parcelas do IPTU até o dia 20 de janeiro terá 6% de desconto no imposto. O índice é superior ao concedido pela Prefeitura no ano passado. Para obter mais informações sobre o IPTU ou os serviços relacionados ao imposto, emitir segunda via de guia, consultar débitos ou agendar atendimento presencial, acesse pbh.gov.br/iptu := http://pbh.gov.br/iptu/ . Em razão da pandemia de Covid-19, o atendimento presencial referente ao IPTU será realizado de forma restrita e em situações excepcionais, entre 4 de janeiro e 3 de fevereiro de 2021, na Central de Atendimento BH RESOLVE, exclusivamente com agendamento. #prefeiturabh	121
Proprietários de imóveis em Belo Horizonte que foram afetados pelas fortes chuvas ocorridas nos últimos dias podem procurar a Prefeitura para solicitar o perdão de débitos do Imposto Predial Territorial Urbano (exercício 2020). O perdão de débitos do IPTU no caso de danos provocados por causas naturais é concedido para parte da dívida ou total, com base no laudo da Defesa Civil e valores comprovados dos prejuízos sofridos pelo proprietário do imóvel. Acesse www.pbh.gov.br e saiba mais. #prefeiturabh	115

Fonte: Dados da Pesquisa.

No Youtube (Quadro 10), identificou-se que as postagens com maior interação estavam relacionadas a arrecadação do IPTU e a situação financeira do município. Inferiu-se que os cidadãos desejam entender melhor como os recursos financeiros estão sendo gerenciados e como isso afeta a comunidade, haja vista que são elementos bastante presentes neste processo de comunicação e são elementos que podem auxiliar na percepção do município estar atuando de modo alinhado com as expectativas dos *stakeholders*. Por meio do gerenciamento destes recursos são proporcionados os direitos que auxiliam a qualidade de vida dos *stakeholders* locais. Além disso, estudos realizados no setor privado (Castelo Branco; Lima Rodrigues, 2006; Patten, 2019) mostraram que a legitimidade está relacionada com a responsabilidade social de comunicar, assim, infere-se que esta situação também seja identificada no setor público. Por esta razão, acredita-se que arrecadação do IPTU e a situação financeira do município foram enfatizadas no Youtube como processos comunicativos.

Quadro 10- Postagens mais curtidas e comentadas no Youtube

Painel A - Postagens mais curtidas	
Texto	Curtidas
Para cerca de 32 mil contribuintes do IPTU 2018, a PBH disponibiliza, até o dia 1º de fevereiro, a possibilidade de formalizar, via internet, as contestações em relação ao tamanho da área de construção de seus imóveis. Saiba mais sobre o assunto, assistindo a este vídeo.	50
Neste ano, as guias enviadas pelos Correios estão com um novo desenho, mais moderno e simples, trazendo apenas as informações necessárias para o recolhimento do tributo. Já as guias emitidas em pbh.gov.br/iptu e no PBH APP seguem com o desenho tradicional. Assista ao vídeo e esclareça suas dúvidas. #prefeiturabh	48
Este tutorial destina-se a orientá-lo acerca de procedimentos referentes ao Imposto Predial e Territorial Urbano – IPTU do Município de Belo Horizonte.	34
Painel B - Postagens mais comentadas	
Texto	Comentários
Neste ano, as guias enviadas pelos Correios estão com um novo desenho, mais moderno e simples, trazendo apenas as informações necessárias para o recolhimento do tributo. Já as guias emitidas em pbh.gov.br/iptu e no PBH APP seguem com o desenho tradicional. Assista ao vídeo e esclareça suas dúvidas. #prefeiturabh	10
Aos poucos, nossa Belo Horizonte vai ficando cada vez mais feliz. Porque, quando a gente vê Escolas Municipais reformadas, 40 novos Centros de Saúde que parecem verdadeiras clínicas e internet gratuita chegando a vilas e favelas, a gente fica mais feliz. Mas não é só isso. A gente também fica mais feliz quando a Prefeitura cuida das pessoas e da cidade com obras que diminuem os riscos de desabamentos, enchentes e acidentes no Anel Rodoviário. E sabe quem ajuda nossa cidade a ser cada vez mais feliz? Você, com o seu IPTU. Até 27/1, pague qualquer valor a partir do mínimo e ganhe 6% de desconto. Baixe sua guia somente pelos canais oficiais: pbh.gov.br/iptu (link na bio), PBH App - disponível para Android e iOS Agências dos Correios. Prefeitura de Belo Horizonte. Trabalhando por uma cidade mais feliz. #PBH #BeloHorizonte #IPTU #IPTU2023 #BH	9
Os secretários municipais de Fazenda, Fuad Noman, e de Planejamento, Orçamento e Gestão, André Reis, concedem entrevista coletiva sobre a situação financeira da Prefeitura de Belo Horizonte. Na ocasião, os secretários anunciaram o adiantamento dos pagamentos da segunda parcela do 13º salário e do salário do mês de janeiro.	4

Fonte: Dados da Pesquisa.

Com os resultados, percebeu-se que há uma interação entre o setor público municipal e os usuários das plataformas digitais. A maior interação foi identificada nas postagens do Facebook. Nestas interações foi possível identificar o viés das postagens, podendo eles serem positivos, neutros ou negativos, a depender do teor da mensagem ou das características próprias de cada usuário das plataformas.

A partir da Figura 10 notou-se que a maioria das postagens proporcionaram comportamentos neutros ou negativos nos usuários.

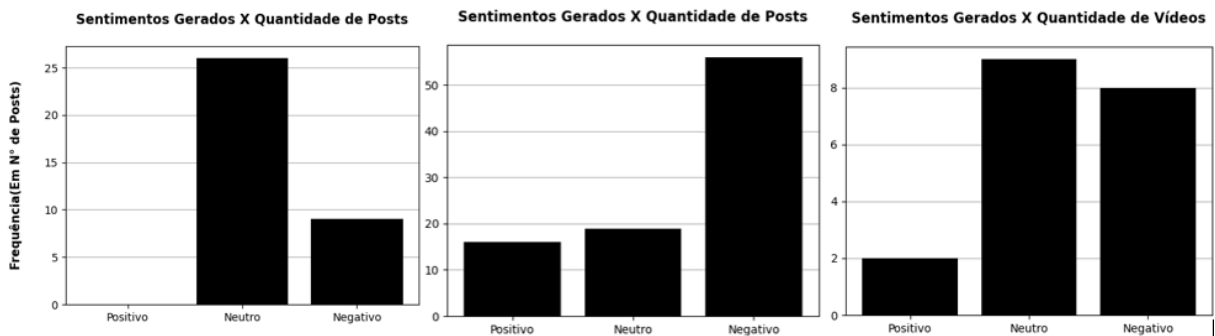


Figura 10- Comportamentos gerados x quantidade de postagens no X, Facebook e Youtube
 Fonte: Dados da pesquisa.

Em adição à análise dos sentimentos, procurou-se identificar como as mensagens emitidas nas plataformas digitais empregaram elementos do processo de comunicação, como autorização, moralização, narrativas, normalização, racionalização e sentimentos. Com base nestes elementos, foram criadas as categorias de análise.

Majoritariamente, as categorias racionalização e autorização foram as utilizadas em todas as três redes sociais (Figura 11). A autorização está relacionada com a emissão de informações através de postagens fazendo uso de leis e autoridades de poder. Assim, notou-se que houve um uso comum neste método para legitimar as informações ou ações postadas. Por sua vez, a racionalização visa legitimar as ações públicas ou informações emitidas por meio dos benefícios e resultados que esta pode trazer.

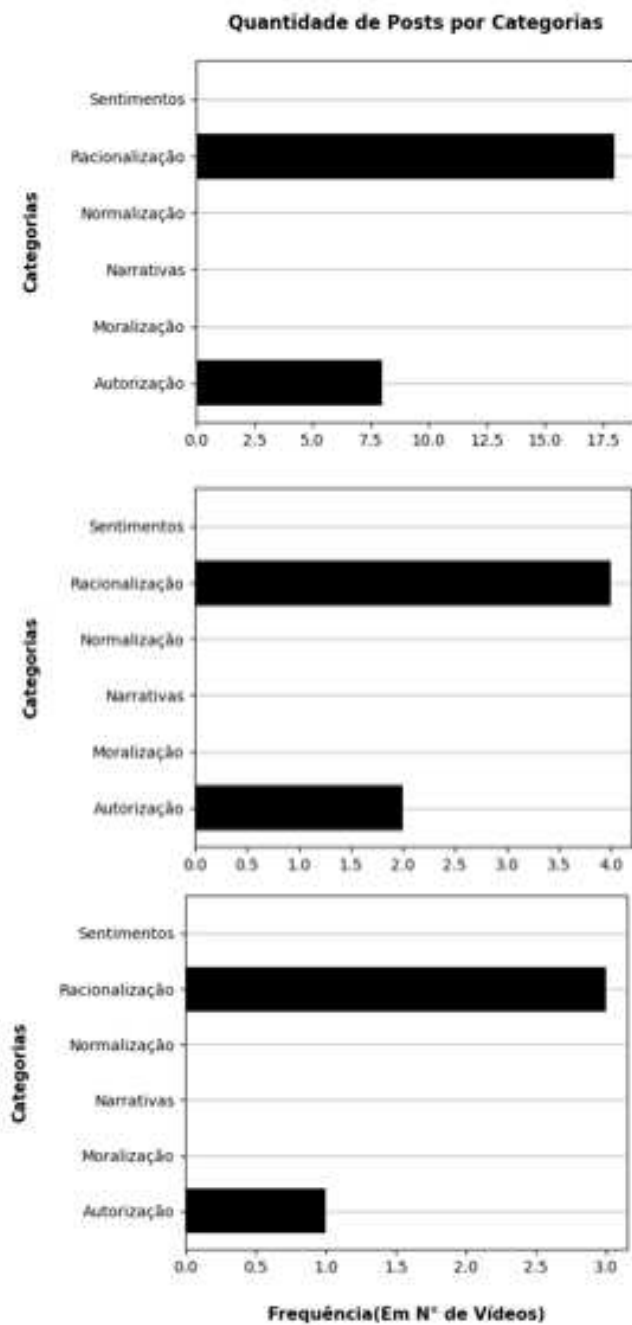


Figura 11- Análise por categorias, postagens no Facebook, X e Youtube
 Fonte: Dados da pesquisa.

Identificou-se que no processo de comunicação do setor público de Belo Horizonte por meio de redes sociais há uma variação de assuntos abordados, acredita-se que estas diferenças ocorreram para tornar as informações mais atrativas aos usuários das mídias sociais, gerar confiança. Adicionalmente, na Teoria da Comunicação aponta-se que no processo de comunicação na área contábil não se pode negligenciar a dimensão observacional, sendo assim importante emitir em redes sociais elementos próximos ao cotidiano dos usuários (Bedford; Baladouni, 1962).

O uso das redes sociais como meio de comunicação das informações contábeis do município de Belo Horizonte tenta ser uma estratégia eficaz para alcançar um público mais amplo e diversificado. No entanto, é importante que essa comunicação seja feita de forma transparente e ética, evitando manipulações ou distorções das informações. Neste cenário, notou-se que talvez por um meio de legitimar as informações emitidas, a prefeitura tem-se utilizado as categorias de autorização e racionalização, que são categorias vinculadas a leis e autoridades de poder, e benefícios e resultados que uma ação pode trazer.

4.1.2 O uso, características e interações nos portais de notícias na emissão de informações contábeis patrimoniais pelo município

O avanço da internet proporcionou uma ampliação nos meios de comunicação e, conseqüentemente, mudanças no processo comunicativo, tornando-o mais tempestivo e dinâmico. Assim como as redes sociais se tornaram uma ferramenta para acesso rápido das informações, os portais de informações, que muito se assemelham aos jornais impressos, também facilitaram o acesso à informação e proporcionaram divulgação de notícias de modo mais ágil, conforme afirmaram (Deegan, 2019; Lee; Raschke, 2023; Suchman, 1995). Neste contexto, informações contábeis acerca dos entes federativos, especificamente do município analisado, também estiverem presentes em matérias publicadas nos portais.

Todavia, os portais são independentes e não são influenciados, ou pelo menos não deveriam ser, pelo setor público. Na Figura 12 demonstram-se as palavras que mais apareceram nas postagens relacionadas ao âmbito contábil aplicado ao setor público do município de Belo Horizonte nos quatro portais analisados



Figura 12- Nuvem de palavras publicadas nos portais: Agência de Minas (A), BH 24 horas (B), G1 (B) e Estado de Minas (D)

Fonte: Dados da pesquisa.

Os dados apresentados indicaram a predominância de termos relacionados a entes federativos e tomadas de decisão, como Belo Horizonte, município, prefeitura e Minas Gerais, assim como gestão, pagamento, IPTU e ônibus. A frequência do uso de termos como Belo Horizonte, município, prefeitura e Minas Gerais sugere uma ênfase em associar as ações contábeis e financeiras a entidades reconhecíveis e responsáveis pela administração pública.

Essa associação é importante para reforçar a legitimidade ou não - dependendo do contexto, das ações, pois conecta as decisões e operações contábeis a instituições estabelecidas e reconhecidas pela sociedade. Ao mencionar constantemente esses termos, a comunicação fornecida por meio dos portais fortaleceu a percepção de transparência acerca das ações públicas. Dependendo do modo como as matérias são escritas e o conteúdo, pode haver a manutenção da legitimidade diante dos cidadãos.

Por sua vez, o destaque para termos como gestão, pagamento, IPTU e ônibus refletiu-se na tentativa de comunicar as ações concretas e operacionais do governo, ou até mesmo a falta de ações no que tange a esses assuntos, como por exemplo, identificou-se a existência de

matérias acerca do tema saúde. Esses termos indicaram uma preocupação em mostrar como os recursos públicos estão sendo geridos e alocados.

Segundo estudos (Deegan, 2019; Lee; Raschke, 2023; Suchman, 1995), considerando-se a Teoria da Legitimidade, detalhar essas ações ajuda a demonstrar como a administração pública está atuando em relação aos interesses e expectativas dos *stakeholders*. Isso é particularmente importante em contextos em que a democracia, a transparência e a *accountability* são cruciais para a legitimidade do governo.

A ênfase nesses termos demonstrou a escolha dos portais em tratar de temas que impactam o bem-estar público. Informações acerca do IPTU, por exemplo, ajudam os *stakeholders* a entenderem como os impostos são utilizados para financiar serviços e projetos públicos. Quando a alocação de recursos é vista como justa e eficiente, a legitimidade do governo é reforçada, assim como o inverso também ocorre.

A relação entre o setor público e os seus *stakeholders* é intrinsecamente vinculada ao modo como estes percebem as tomadas de decisão, seja para agir ou não, frente aos problemas públicos e outros contextos. Assim, a maneira como o governo comunica suas ações e decisões financeiras pode fortalecer ou enfraquecer essa relação e, conseqüentemente, sua legitimidade. Todavia, as informações que chegam até os *stakeholders* podem não possuir apenas como fonte o próprio ente federativo, como é o caso das informações publicadas em portais de notícias.

A partir da Figura 13 notou-se que a maioria das postagens proporcionaram comportamentos negativos nos usuários, diferente do identificado nas redes sociais (Figura 10), que geravam, na maior parte dos casos, comportamentos neutros. Notou-se que o comportamento neutro foi o de menor incidência nas postagens dos portais.

A presença de comportamentos extremos é usual em postagens de portais de notícias. As pessoas sentem-se encorajadas a criticar ou a defender dada situação, caso lhe for favorável. Um município, como Belo Horizonte, estará mais sujeito às críticas, pois a sociedade tem o entendimento de que capitais devem possuir qualidade e transparecer os recursos adequadamente – pois cada pessoa busca seu interesse. A ideia de “reclamar” nos portais é muito mais favorável do que em redes sociais institucionais, uma vez que pode atingir mais pessoas e engajamento, para que dada ação pública possa acontecer.

Exemplos em Belo Horizonte de realocação de recursos, devido à pressão em portais de notícias, estão relacionados à instalação de unidade de educação, reforma de fachadas de bens públicos, mudanças nas políticas de segurança e valores de passagens (e subsídios da prefeitura) para o transporte público.

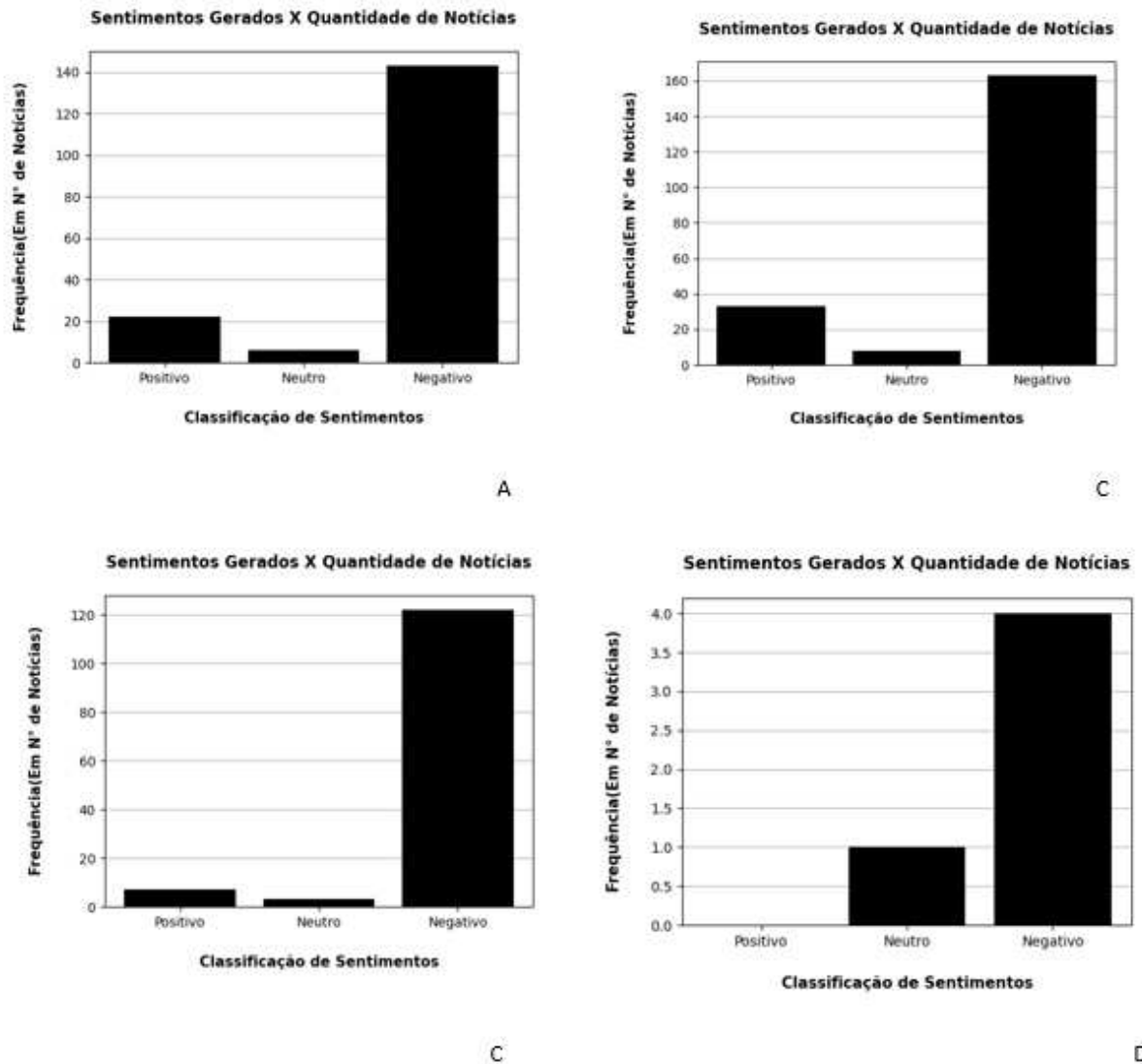


Figura 13- Comportamentos gerados x quantidade de postagens nos portais Estado de Minas (A), Agência de Minas, G1 (C) e BH 24 horas (D)
 Fonte: Dados da pesquisa.

De modo complementar à análise dos sentimentos, procurou-se identificar como as matérias publicadas nos portais empregaram elementos do processo de comunicação, como autorização, moralização, narrativas, normalização, racionalização e sentimentos, conforme a Figura 14.

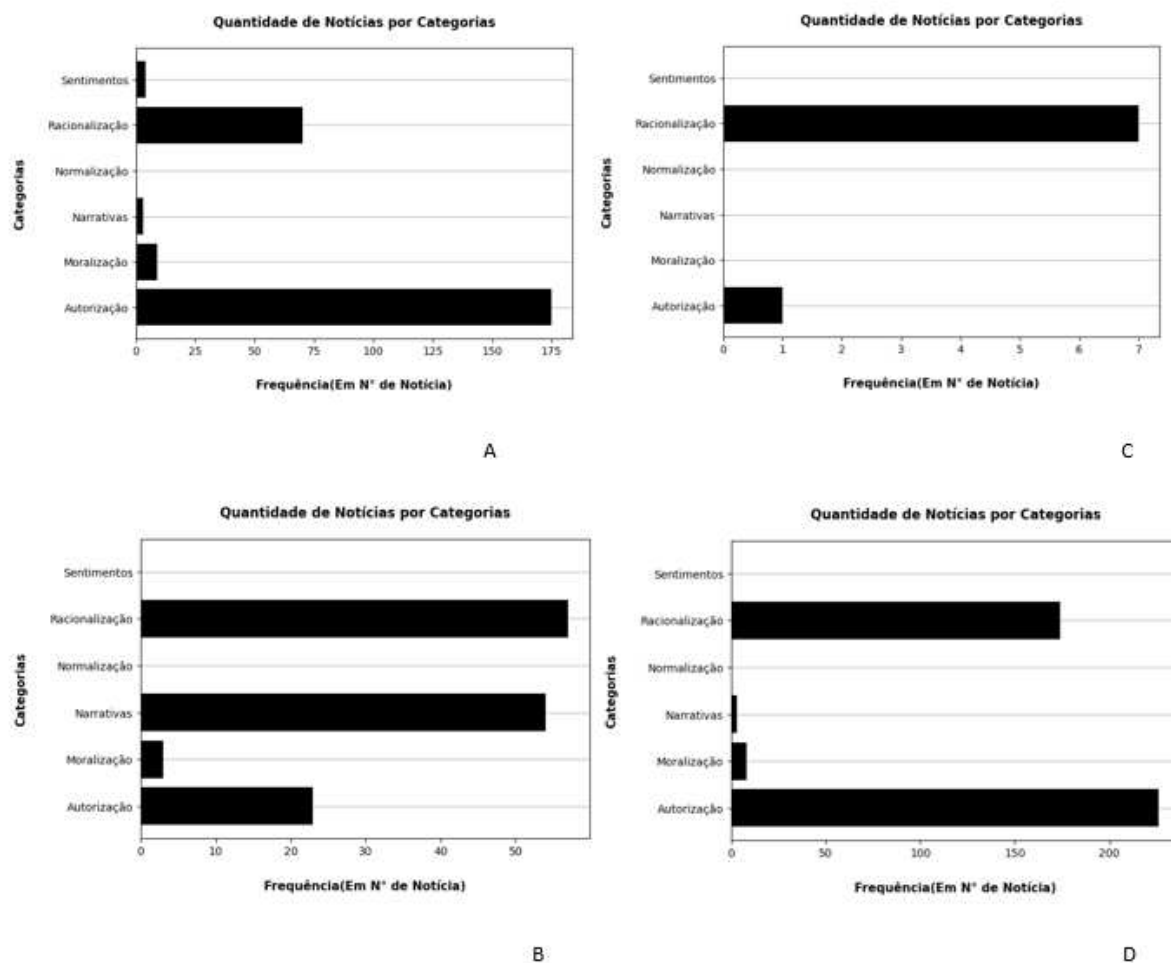


Figura 14- Análise por categorias das postagens nos portais Estados de Minas (A), Agência de Minas (B), BH 24 horas (C) e G1 (D)
 Fonte: Dados da pesquisa.

Como nas publicações emitidas nas redes sociais do município de Belo Horizonte, em que se notou-se a presença majoritariamente das categorias autorização e racionalização, as publicações em portais seguiram o mesmo sentido. Contudo, nos portais Estado de Minas (A) e G1 (D), a categoria autorização possuía a maior incidência, enquanto, nas publicações emitidas pelos portais Agência de Minas (B) e BH 24 horas (C), a racionalização foi a mais utilizada.

A maior diferença reside no fato de as categorias moralização, narrativa e sentimentos terem sido identificadas nas publicações dos portais, com exceção do BH 24 horas (C). A categoria moralização apareceu com maior ênfase no portal Estado de Minas (A), seguido do G1(D e Agência de Minas (B). Assim, houve uma predominância no uso de termos como Deus, família, religião, ética, moral e princípios. Estes tipos de termos estão relacionados a elementos,

muitas vezes, vinculados aos valores que a sociedade ou um grupo da sociedade aceitam como corretos ou moralmente corretos.

A categoria narrativa baseia-se em histórias sobre fatos, algo comum em conteúdos jornalísticos. Enquanto, na categoria sentimentos, houve a percepção de que os termos utilizados se remetiam a emoções inseridas em contextos sociais específicos, como felicidade e tristeza – forma atraente também de se “vender” a notícia.

Assim, houve nos portais o uso de termos como Deus, família, religião, ética, moral e princípios (relacionados a categoria moralização), especificamente maior do que nas redes sociais; corrupção, apreensão e sonegação (relacionados a categoria narrativas), e felicidade, alegria, patriotismo, ira, revolta, tristeza e injustiça (relacionados categoria sentimentos).

Neste interim, identificou-se que, nos portais, as publicações além de focar em elementos de que se baseiam na autorização (uso de leis, autoridades tradicionais e figuras de autoridade) e racionalização (atos que se justificam-se por meio de benefícios ou resultados que uma ação pode trazer), houve vínculo de suas postagens a elementos que a sociedade ou grupo aceitam como corretos ou moralmente corretos e ao surgimento de emoções/sentimentos. Diante desta análise, identificou-se que a única categoria não detectada nas postagens foi a normalização, que trata de atos considerados adequados ou “normais” em um contexto.

Inferiu-se que publicações nos portais, com exceção do BH 24 horas, demonstraram uma diversidade e profundidade maiores na comunicação, incorporando elementos emocionais e narrativos que não são tão prevalentes nas redes sociais. A presença de termos relacionados à moralização, narrativa e sentimentos apontou para uma estratégia de engajamento mais complexa, buscando não apenas informar, mas também conectar-se emocionalmente com o público e reforçar valores sociais e éticos.

Em contraste, nas redes sociais como o X, a comunicação tende a ser mais direta e centrada na autorização e racionalização. Essa diferença sugere que os portais utilizam uma abordagem mais abrangente e multifacetada para chamar a atenção dos leitores, enquanto as redes sociais podem focar mais na eficiência da transmissão de informações para construir legitimidade do setor público municipal – desejo mais presente de imagem e construção de capital político do ente público.

4.1.3 A Credibilidade da Comunicação emitida em Plataformas Digitais

Após a descrição da comunicação em redes sociais e portais de notícias com relação ao município de Belo Horizonte, algumas discussões são possíveis sobre a credibilidade informacional.

Na Teoria da Legitimidade, conforme Deegan (2019), postula-se que as organizações devem operar dentro dos limites e normas socialmente aceitos para serem consideradas legítimas pelos *stakeholders*. No contexto do setor público, a legitimidade é essencial para garantir a aceitação e o apoio da sociedade às ações e políticas implementadas pelos governos. Assim, as organizações buscam garantir que suas ações sejam percebidas como apropriadas dentro de um sistema socialmente construído. As informações contábeis emitidas pela prefeitura, por meio das redes sociais, implicam que a administração pública do município de Belo Horizonte buscou ser vista como transparente, credível e legítima perante seus *stakeholders*.

Contudo, os portais não possuem o objetivo de serem um canal de legitimação do setor público, mais sim um meio de comunicar acontecimentos, que por sua vez estão relacionados ao município. Todavia, a fonte de maior credibilidade tende a ser o próprio município, supondo que ele segue os conceitos de *Ethos, Logos e Pathos*. O município tende a evitar extremismos em suas comunicações, para se garantir por meio de uma imagem política, já os portais buscam “vender” notícias, sem a responsabilidade de agradar alguém.

Outro ponto que foi evidenciado é a forma com que a informação é apresentada nas redes sociais e nos portais. Como visto anteriormente, nas redes sociais, a comunicação tendeu a ser mais visual, resumida e interativa, o que pode fazer com que as informações contábeis pareçam menos técnicas e mais compreensíveis, resultando em uma recepção mais neutra. Além do que, foi identificada a presença apenas das categorias racionalização e autorização, com exceção do Facebook, o que demonstrou uso de termos mais diretos no que tange a leis, normas e benefícios gerados.

Nos portais, as informações provavelmente foram apresentadas de maneira mais detalhada (e bem textuais), haja vista que houve a presença das categorias autorização, moralização, narrativas, racionalização e sentimentos, o que pode causar reações mais negativas se os usuários não entenderem completamente ou se perceberem algo preocupante ou diferente de suas próprias confecções. Em portais, a comunicação foi mais unilateral, o que pode aumentar a frustração se os usuários não encontrarem as respostas que precisavam.

Em resumo, notou-se que a emissão de informações contábeis nos portais midiáticos e nas redes sociais possuem características distintas. Todavia, em ambas as fontes comunicacionais, houve a busca por relatar as ações que a prefeitura de Belo Horizonte está realizando.

Para as redes sociais, segundo os produtores da informação, a informação é de credibilidade, mas pode não ser a depender do usuário e sua intenção. Parece que os portais,

apesar de buscar as fontes das notícias, podem tender a terem menor credibilidade informacional no município, pois a escrita e o uso da notícia podem ser deturpados por interesses, política e até mesmo o conhecimento sobre a contabilidade. A preocupação talvez não esteja em informar, mas em descrever mais efusivamente um fato – o que se comprovou com os comportamentos extremos nos comentários dos leitores.

4.2 Produtores e Credibilidade das Informações Contábeis Patrimoniais (Objetivo Específico 2)

4.2.1 Contexto Institucional Contemporâneo do processo de comunicação de informações contábeis

Para o início das discussões deste tópico, é importante trazer um contexto percebido nas entrevistas sobre como está o processo de produzir e comunicar informações contábeis, sobretudo patrimoniais, no país, contemporaneamente, inclusive no município de análise. No processo de produção, elaboração e o modo como serão comunicadas as informações contábeis, depende-se da percepção dos produtores delas, assim como há a necessidade de normas, sistemas e leis. As ações dos produtores das informações contábeis são o principal ato para a geração destas informações, sendo que a informação contábil é um importante mecanismo para o fortalecimento da democracia. Neste contexto, segundo PPE7: “Porque as informações que a gente faz é exatamente para dar transparência, né? Para dar transparência, para gerar relatórios que qualquer pessoa possa ter acesso, né? ”.

No fragmento enfatiza-se que, para os produtores das informações entrevistados, a transparência é importante para o processo de comunicação das informações contábeis. Como destacado na literatura (Bakar; Saleh, 2011; García-Tabuyo; Saez-Martin; Caba-Perez, 2017; Peres, 2017; Ramos; Klann, 2019; Rudzioniene; Juozapaviciute, 2013), a comunicação eficaz dessas informações é essencial para manter os *stakeholders* informados sobre as atividades do município. Além disso, na Constituição Federal de 1988, assegura-se o direito à informação. Esse direito permite que os *stakeholders* acompanhem as ações do governo, incluindo a gestão dos orçamentos públicos, possibilitando que eles exerçam seus direitos democráticos de participação e fiscalização.

Em um contexto mais amplo de preocupações sobre desinformação na sociedade contemporânea, como destacado por Reisach (2021), a disseminação de informações percebidas como credíveis é essencial. A transparência na comunicação das informações contábeis contribui para a construção e a manutenção dessa credibilidade, ao fornecer dados confiáveis e precisos que ajudem a combater a propagação de informações imprecisas ou falsas.

Sobre as atuais mudanças no âmbito contábil aplicado ao setor público, PPE10 destacou: “nesse instante a área pública está passando por um processo de readequação para que a contabilidade seja efetivamente um instrumento de gestão, um instrumento de fornecimento de dados para tomada de decisão”. Essa mudança está relacionada ao processo de adoção das IPSAS, conforme PPE3:

Ah! Com certeza é difícil para o setor público se adaptar todo esse processo de convergência, não é fácil, né? No setor público as coisas caminham muito mais devagar, mas o que nós já caminhamos em relação a convergência, a implantação dos procedimentos contábeis patrimoniais, nós já caminhamos muito, né? Nós já implantamos quase todos os procedimentos contábeis patrimoniais. A gente percebe uma qualidade absurda. É totalmente diferente se você pegar um balanço patrimonial de 2014.

Tais achados estão presentes na literatura acerca do tema (Araújo; Souza, 2020; Cuadrado-Ballesteros; Bisogno, 2021; Gama; Duque; Almeida, 2014; Neves; Gómez-Villegas, 2020; Ramos; Klann, 2019; Rudzioniene; Juozapaviciute, 2013; Schmidhuber; Hilgers; Hofmann, 2022), que enfatizaram a importância deste processo de adoção das IPSAS para a ampliação da emissão de dados contábeis de alta qualidade e para comunicar informações contábeis mais próximas do que ocorre na ótica privada.

Ainda segundo PPE10, a contabilidade aplicada ao setor público sofre com percalços, como por exemplo:

Formação de mão de obra para tratar desse assunto não temos, pelo que a gente ouve aí no Brasil. Ainda não temos uma massa qualificada, uma massa crítica para atuar nesse segmento. E aí usando também do conhecimento acadêmico, né? Se tivesse que sugerir aqueles iniciantes sugeriria, sem dúvida, atuação e especialização na área pública. (PPE10)

A falta de mão de obra qualificada no setor público gera desafios para a legitimidade e eficácia do governo. Investir na formação e especialização na área pública é essencial para promover a competência técnica, transparência, participação dos cidadãos e informações de credibilidade, fortalecendo a legitimidade do governo perante seus *stakeholders*.

Outra dificuldade ocorre em virtude de as pessoas não conseguirem compreender o que está sendo disponibilizado nas informações contábeis. Segundo todos os participantes da pesquisa, por meio das entrevistas, este é um problema comum que atrapalha, inclusive, o processo de monitoramento dos atos da gestão pública. Esta limitação atrapalha o exercício da democracia. Conforme PPE8:

Acho que há uma falta de monitoramento da contabilidade por parte da sociedade devido a uma questão cultural mesmo, sabe? Ninguém ensina isso. Além da questão da escolaridade que atrapalha o entendimento sobre o que é emitido. Outro problema é a renda, se você precisa se preocupar com aluguel, comida e outras coisas, você não consegue se preocupar com a contabilidade pública.

A contabilidade aplicada ao setor público pode auxiliar na promoção de princípios constitucionais e proporcionar uma compreensão mais ampla sobre a criação de valor público e o cenário econômico. Portanto, é essencial que a sociedade compreenda e acompanhe a

informação contábil pública para garantir a responsabilidade na gestão dos recursos. Todavia, mediante a ausência de direitos de segunda geração⁴, torna-se difícil ter esse olhar de importância para a contabilidade pública.

A contabilidade pública pode fornecer informações cruciais que afetam diretamente a vida dos cidadãos, como a avaliação e o monitoramento das ações planejadas pelo governo. Assim, é importante superar essas barreiras de escolaridade e renda para garantir que todos os cidadãos possam participar ativamente do monitoramento e da compreensão da contabilidade pública.

A matéria da contabilidade fornece informações importantes para a sociedade. Infelizmente, esta não está preparada para entender o que a contabilidade oferece. Assim, como a sociedade muitas vezes não está preparada também em outras disciplinas, em outras áreas, seja no direito, seja da Medicina. Só que a contabilidade a sociedade em geral deveria valorizar mais, porque a vida de uma empresa, a vida de uma sociedade, a vida dos municípios está nas mãos dos contadores. (PPE10)

Além das condições próprias do indivíduo, como renda e escolaridade, há também o conhecimento leigo que pode englobar estes elementos ou não, principalmente no que tange a emissão de informações técnicas, fator que dificulta a compreensão de pessoas não especialistas sobre um determinado tema.

As informações contábeis prestadas para a sociedade elas têm um nível de tecnicidade, né? Nível técnico muito profundo, porque nós temos algumas regras a seguir na forma de apresentar informação, o que faz com que ela se torne muito técnica e, às vezes, de difícil compreensão da sociedade em geral. (PPE3)

Neste cenário, é importante destacar que a complexidade das informações contábeis fornecidas, em razão de um nível técnico, pode dificultar a compreensão geral. Essa dificuldade de compreensão é um desafio comum enfrentado no contexto da comunicação contábil, conforme estudos (Guerreiro, 1989; Himick et al., 2016). A comunicação contábil muitas vezes é caracterizada por sua linguagem altamente técnica e pela conformidade rigorosa com as regras e padrões contábeis. Isso pode afastar os *stakeholders*, que podem possuir diferentes níveis de conhecimento e interesse no assunto. Para alcançar a legitimidade desejada pelo setor público, é essencial que as informações contábeis sejam compreensíveis e acessíveis a todos os públicos,

⁴ Direitos de segunda geração estão relacionados ao conceito de igualdade, abrangendo aspectos econômicos, sociais e culturais. Esses direitos são compreendidos como positivos, exigindo que o governo os respeite, promova e cumpra, conforme a disponibilidade de recursos. Esses direitos garantem aos membros da população condições e tratamento iguais.

incluindo aqueles com conhecimento técnico limitado. Isso implica não apenas em fornecer informações técnicas precisas, mas também em apresentá-las de maneira acessível.

Às vezes, como técnica eu vejo que tem umas coisas que talvez fossem mais importantes e, às vezes, um órgão superior, que é o que determina para gente, ele não consegue enxergar isso então, às vezes ele pede umas coisas que eu acho que não vai fazer diferença, entendeu? Que às vezes dá um trabalho para você fazer, às vezes mandar, mas não vai fazer diferença, entendeu? Não vai ajudar na transparência. (PPE7)

Um dos grandes impulsionadores das informações contábeis serem emitidas com tecnicidade são as próprias regulamentações. Esta percepção está em Dowling e Pfeffer (1975), que demonstraram que, mesmo em países democráticos, as leis e valores devem estar relacionados, a legitimidade não é obtida apenas pelo que é legal ou ilegal, haja vista que os valores que definem a legitimidade são voláteis, enquanto as normas legais tendem a ser mais rígidas ou semirrígidas. Neste caso, cabe ao ente federativo, no caso o município, identificar um modo de tornar a comunicação compreensível para todos. Segundo PPE4 e PPE2:

Então, eu acho que nesse sentido, a administração pública poderia oferecer oficinas abertas ao público ou então seminários gravados de orientação: Olha, a prefeitura de Belo Horizonte, assim como todos os órgãos, é obrigada a divulgar mensalmente os relatórios, você pode acessar a página da transparência, verificar lá as informações, elas são disponibilizadas nesse formato por causa disso e disso, né? E pegar assim, eu acho que o mais importante é pegar grandes números que são de maior interesse e importância para a sociedade e tentar explicar isso de uma forma um pouco melhor, quanto que a prefeitura arrecadou dessa receita, quanto que foi destinada a despesa com pessoal, como é que isso é apurado etc. Então, acho que uma primeira sugestão seria produzir um conteúdo mesmo de orientação, disponibilizar talvez no portal da prefeitura, né? Para a gente atingir um público maior assim. E a gente já disponibiliza canais de comunicação, já tem a Lei de Acesso à Informação. Então, as pessoas podem solicitar qualquer dado, qualquer esclarecimento, qualquer informação. Eu acho que a gente poderia era melhorar a divulgação de acesso desses mecanismos.

Talvez a gente precisasse unir um pouco mais dados, porque quando eu público os dados financeiros, quanto que teve de empenho e liquidação e pagamento, mas assim isso não quer dizer muita coisa para a população e eu entendo. Precisa de vir, por exemplo: Sei lá eu gastei x milhões na educação, gastei com quantas escolas? Quantos livros didáticos foram comprados? Quantos uniformes para os meninos foram comprados? Metas físicas mesmo, não só metas financeiras. (PPE2)

As sugestões apresentadas demonstraram uma preocupação em promover uma melhor comunicação, por meio de uma mudança na dimensão produtiva, favorecendo a legitimidade da administração pública, haja vista que tais ações tendem a tornar as informações mais acessíveis e compreensíveis para os *stakeholders*. Neste cenário, ocorreria uma ampliação da

eficácia da comunicação entre setor público e os cidadãos leigos, que provavelmente são os mais afetados pela dificuldade de compreender informações contábeis.

A contabilidade é um importante mecanismo para a democracia. Por isso, a comunicação das informações contábeis é importante não só para a legitimidade organizacional do município, mas também para a evolução do modo de exercer a cidadania. Para tanto, a ciência contábil aplicada ao setor público vem passando por mudanças, buscando satisfazer a necessidade dos *stakeholders* quanto a comunicação de informações.

4.2.2 Produtores e Comunicação de Informações Contábeis Patrimoniais

Na Teoria da Comunicação, segundo Bedford e Baladouni (1962), divide-se o processo de comunicação em duas dimensões: a Produtiva e a Observacional. A seguir estão expostas as análises baseadas nesta literatura.

4.2.2.1 Dimensão Produtiva

A fim de estabelecer a legitimidade entre a relação do setor público e *stakeholders*, o município busca comunicar informações contábeis de modo credível, conforme o estudo de (Trocz *et al.*, 2022). Para tanto, a administração pública deve identificar as melhores e novas formas de realizar essa comunicação, estabelecendo uma relação estreita com os *stakeholders* de modo eficaz. Este argumento está presente na explicação de PPE8:

Quando eu entrei, há 11 anos atrás, teve uma mudança muito grande. Antes, você se preocupava muito em cumprir as regras, em cumprir os prazos. Hoje, há uma preocupação maior na qualidade da informação mesmo. (...) A gente está, cada vez mais, incentivando a transparência. (PPE8)

Identificou-se que o modo de se fazer a contabilidade pública no município de Belo Horizonte tem passado por mudanças. Percebeu-se, segundo relato acima do entrevistado, que a busca pela qualidade informacional bem como a transparência, tem sido reforçada. Notou-se que o período citado é próximo do que começou a haver a disponibilização dos Relatórios Resumidos de Execução Orçamentária (RREO) (ano 2015) na base de dados pública do Sistema de Informações Contábeis e Fiscais do Setor Público Brasileiro (SICONFI). Anteriormente, ele era entregue via formulários nas agências da Caixa Econômica Federal. O RREO é um importante instrumento de transparência de gestão nos entes federativos brasileiros.

Neste contexto, a contabilidade pública teve que se modificar para atender às demandas da sociedade, que por sua vez sofre mudanças, haja vista que a obtenção da legitimidade está associada ao sistema social (tempo, lugar, demandas) no qual estão inseridos, conforme Deegan

(2019). Além disso, segundo a Teoria da Comunicação, para considerar o processo comunicativo, é necessário considerar que ele sofre mudanças contínuas ao longo do tempo (Bedford; Baladouni, 1962). Uma considerável mudança é a adoção de sistemas contábeis.

Atualmente, temos todas atividades relacionadas à contabilidade, inseridas em um sistema de contabilidade. Todas essas informações do município chegam para a gente e a gente faz esse processo de implantação no sistema, né. Nós cobramos de todos a melhor qualidade possível, então a qualidade é uma demanda que a nossa equipe possui. (...). Para fazer implantação desse sistema a gente faz toda a parte de conciliação entre as informações também. (PPE11)

Além dos sistemas que auxiliam a dimensão produtiva, tem-se alguns elementos contábeis que ainda necessitam avançar. “Como eu disse, tem algumas informações que a gente ainda está em processo de elaboração, como é o caso dos imóveis, né? Hoje, a gente ainda não tem informação do jeito que a gente gostaria, mas estamos nesse processo de melhorar a informação” (PPE11). Neste contexto, notou-se a necessidade de avanços em determinadas áreas. Estes podem auxiliar no monitoramento e controle, por parte dos *stakeholders*, acerca do patrimônio do município de Belo Horizonte.

Todavia, mesmo com a necessidade de superar alguns desafios no processo de produção das informações contábeis, os produtores das informações creem que seu trabalho tem sido desempenhado com qualidade, conforme esta percepção:

Eu acredito que o trabalho seja muito bem feito, né? E que existem alguns aspectos que a gente precisa evoluir e aperfeiçoar, sempre né? O que a gente procura fazer agora aqui, tanto eu quanto os colegas, é procurar manter a excelência, né? E para nossa felicidade, desde 2020 a Secretaria do Tesouro Nacional instituiu um *ranking* da qualidade da informação contábil fiscal.

E aí, nos três primeiros anos, nós ficamos em primeiro lugar entre as capitais e no ano passado ficamos em terceiro, sendo que ficou em primeiro foi Fortaleza que esteve aqui conosco, né? (...). Então, eu vejo um trabalho muito bem feito, nós temos um sistema que foi desenvolvido pelo próprio município. (...) E assim, eu vejo o município de Belo Horizonte com trabalho muito bem desenvolvido e que a gente procura aperfeiçoar a cada dia. (PPE9)

O recebimento de premiações acerca da qualidade da informação contábil emitida são um mecanismo de legitimação das ações que tangenciam o assunto, evidenciando que a qualidade das informações contábeis emitidas pelo município é validada por órgãos competentes. As premiações e as ações que fizeram esse reconhecimento acontecer auxiliam no processo de conquista de confiança dos *stakeholders* por parte do setor público.

Além disso, encontrou-se que a dimensão produtiva do município tem atuado positivamente nas ações técnicas e de codificação das informações contábeis. Ainda sobre o processo de comunicação, tem-se destaque para a busca da dimensão produtiva de tornar as

informações acessíveis para a dimensão observacional. Segundo PP8: “Eu leio o relatório de propósito geral, então assim, a gente tenta ali traduzir aquela informação da forma que o usuário da informação consiga compreender o máximo possível, né?”.

Diante deste contexto, notou-se que tanto o modo de gerar informações contábeis, como de comunicá-las, se modificaram. Muh e outros (2022), e Wisdom e outros (2017) identificaram que o setor público tem progredido na produção de informações contábeis, no que tange a produção de informações capazes de comunicar de modo credível. Sendo um dos grandes impulsionadores a internet.

A internet torna possível o acesso dos cidadãos comuns, contudo, o problema é absorver a informação e entender. Eu acho que a parte do conhecimento técnico faz falta nas pessoas. As mídias sociais é o meio que faz a informação contábil chegar fácil, a todas as classes sociais. Ela é uma forma da gente poder também, como eu disse, tentar facilitar a informação. (PPE11)

Com base nos resultados, identificou-se que o avanço da internet tem democratizado o acesso à informação contábil, permitindo que cidadãos leigos tenham acesso a dados que anteriormente estavam restritos a especialistas. No entanto, o desafio reside na capacidade de compreensão deste, ou seja, a dimensão observacional precisa de uma relação mais próxima com a dimensão produtiva.

A aproximação entre as dimensões produtiva e observacional ocorre mediante a necessidade do município ser entendido como legítimo por seus múltiplos *stakeholders*, incluindo os cidadãos leigos. Por sua vez, esta aproximação faz com que os *stakeholders* percebam as informações contábeis como de credibilidade, ou seja, informações dignas de confiança, acreditável, autêntica e verdadeira, conforme o estudo de Balluchi, Lazzini e Torelli (2021).

4.2.2.2 Dimensão Observacional

É na dimensão observacional que os *stakeholders* conseguem perceber se a credibilidade informacional está presente no processo de comunicação. Todavia, apesar das informações serem emitidas com o propósito democrático de serem úteis e disponíveis para todos, o uso não ocorre por parte de todos, segundo os produtores de informações.

A gente consegue perceber quem está usando a informação, né? Primeiramente, são os órgãos de controle, né? Tribunal de Contas, Secretaria do Tesouro Nacional, esses são os que mais nos acionam para tirar alguma dúvida com relação a essas informações contábeis, depois a gente percebe a também em alta gestão. Muitos alunos de pós-graduação, de mestrado e doutorado, são os que também

muito requerem informações. (...) Lá no site a gente não sabe quem está consultando, então, provavelmente quem está consultando são essas pessoas que tem alguma dúvida. (PPE3)

Apesar de não identificarem os cidadãos leigos como os principais usuários das informações contábeis emitidas, os produtores ressaltaram que este fato ocorreu em razão da ausência de um relacionamento mais próximo entre contabilidade e cidadãos leigos: “É necessário trazer isso para mais próximo da população, para ela passar a utilizar mais informação e aproveitar essa informação de alguma forma” (PPE11). No mesmo sentido, destaca-se a fala de PPE2: “Eles não focam muito nessa parte contábil, até porque eu acho que isso não é muito palatável, assim para o grande público, ficar falando de número. Acho que essa parte contábil fica meio de lado, porque é difícil para as pessoas entenderem?” (PPE2).

A falta de proximidade entre a contabilidade pública e os cidadãos leigos foi um obstáculo percebido para a compreensão e utilização efetiva das informações contábeis pela população em geral. Os produtores das informações identificaram esta lacuna na comunicação e argumentaram que apesar de se tratar de informações importantes, a linguagem técnica e a complexidade dos números podem afastar o público em geral, corroborando com Guerreiro (1989).

Esta situação atrapalha a legitimidade buscada no processo de comunicação, em razão de que para alcançar a legitimidade desejada, o setor público precisa não apenas manter a legitimidade técnica, mas também ser percebido como legítimo pelo público leigo, conforme Deegan (2019). Portanto, se o processo de comunicação não é eficaz para alcançar todos os *stakeholders*, conforme apontado pelos produtores de informações contábeis, a credibilidade das informações é comprometida. Quando as ações administrativas são comunicadas e explicadas de maneira clara, isso contribui para que os usuários percebam a coerência e transparência das decisões tomadas.

Este cenário está relacionado ao fato de que muitas vezes os elementos utilizados para comunicar não são comuns ao dia-a-dia da maioria das pessoas. Segundo PPE7: “Eu acho que, às vezes, falta uma linguagem um pouco mais fácil. Porque o brasileiro em si não tem muito aquele costume de fazer a fiscalização, às vezes, você entra para ver e não consegue entender direito o que que tá escrito ali”.

Os participantes da pesquisa PPE6 e PPE4 também trouxeram percepções neste mesmo caminho, respectivamente: “Na minha opinião, eu penso que a população também precisa ser educada para isso. (...) Porque o problema é que o pessoal que geralmente utiliza essas informações aí, utiliza elas de forma política, né? Ou propaganda”.

Então, se os próprios servidores, às vezes, têm dificuldade, imagina a população, né? Imagina uma população que não tem às vezes um nível de qualificação ou um nível de estudo, né? Que permita fazer esse tipo de análise técnica e analítica. Então, eu acredito que deve haver uma dificuldade maior em fiscalizar, em acompanhar essas informações técnicas por parte daquela população que tem uma dificuldade de acesso à educação e naturalmente que uma parcela dessa população deve estar dentro dos grupos de menor renda. (PPE4)

Conforme a Teoria da Comunicação, segundo Bedford e Baladouni (1962), o processo de comunicação deve levar em conta as condições do receptor na comunicação. Os resultados demonstraram que os próprios servidores têm dificuldade em compreender e analisar as informações contábeis, tornando natural que a população em geral, especialmente aqueles com menos qualificação e acesso à educação, enfrentem ainda mais desafios. O processo de comunicação no qual o maior número de pessoas consegue utilizar as informações contábeis tende a proporcionar uma maior credibilidade das mensagens emitidas, em razão das subcategorias que a compõem: utilidade e qualidade.

Neste contexto, notou-se que a dimensão observacional enfrenta percalços, principalmente, para decodificar e compreender as informações contábeis, segundo a percepção dos produtores.

Na minha opinião, os dois pontos principais que precisam evoluir: o primeiro é que esses portais sejam amigáveis e intuitivos, então, é um portal que qualquer pessoa independente da formação, independentemente do nível de conhecimento ela consiga acessar as informações que ela está procurando, eu penso que esse é um desafio (...). O segundo é cuidar dessa questão linguagem, quanto mais você consegue expandir o seu público, mais você consegue levar para as pessoas a informação que você produziu. (PPE9)

É notável que a internet tem aproximado as pessoas das informações contábeis, sobretudo aquelas que são emitidas em redes sociais. Todavia, esta aproximação ainda não garante o acesso e a compressão de todos, segundo os resultados.

A informática ainda no Brasil, ela não é para todos, né? A questão dos aparelhos eletrônicos, celulares e computadores são caros. A internet é cara. Então, às vezes a pessoa que está lá no sertão, ela não conseguiria usar a informação também. Se não tem acesso, então assim, a informação ainda é muito limitante, né? Assim, ela vai até um determinado nível com isso de às vezes um acesso melhor da informática para todos, entendeu? A internet melhor para todos, que eu sei que tem muito lugar, às vezes é fora da realidade, né? Eu moro na capital e a gente sabe que nas comunidades é difícil, nem todo mundo tem acesso a ter um celular, ou às vezes, uma mãe com cinco filhos, quantos celulares ela pode ter, né? É difícil, então é assim essa questão do acesso também é difícil. A cultura que às vezes você não tem, a cultura de verificação, né? Aí junta com isso a linguagem difícil. Então isso é limitante. (PPE7)

A falta de acesso à educação e a condições financeiras limitadas contribuem para a dificuldade da população em compreender informações técnicas e analisar questões contábeis. Isso destaca a importância de abordagens de comunicação que sejam acessíveis e compreensíveis para todos os segmentos da sociedade, afinal, uma informação só será identificada como de credibilidade se os usuários conseguirem percebê-la de tal modo. Além disso, conforme Guerreiro (1989), caso haja o não entendimento das informações contábeis, há uma maior probabilidade de que sejam ignoradas pela população. Neste contexto, acredita-se que a credibilidade das informações contábeis, pela ótica dos produtores das informações, ainda não atingiu sua totalidade.

A fim de mitigar este problema na dimensão observacional, a dimensão produtiva tem atuado com projetos, conforme PPE3:

Nós estamos com um projeto aqui de criar uma outra forma de demonstrar essas informações, tipo uma cartilha do cidadão de uma forma mais amigável, de uma forma mais simples para tentar repassar para eles, né? A gente vai ter que continuar demonstrando e publicando dentro da estrutura legal que nos é exigida e fazer essa a mais, né? Seria tipo uma cartilha para o cidadão que não está por dentro, que é leigo neste assunto.

O setor público possui múltiplos *stakeholders*, cada um com suas próprias características e limitações. Todavia, o município tem o dever de comunicar a todos. Outrossim, a racionalidade limitada dos *stakeholders*, juntamente com as assimetrias informacionais, podem dificultar ainda mais a compreensão das informações contábeis. Portanto, é fundamental simplificar a comunicação e reduzir essas barreiras para garantir que todos possam entender e avaliar as informações de forma adequada. Neste contexto, ações, como a citada, podem proporcionar um processo de comunicação entendível como legítimo e capaz de trazer ferramentas para que cidadãos leigos consigam perceber se a informação contábil é de credibilidade ou não.

4.2.2.3 Produtores: O processo de comunicação de informações contábeis patrimoniais com credibilidade

A comunicação de informações contábeis é importante para que o município de Belo Horizonte seja identificado como legítimo e, para tanto, informações de credibilidade são essenciais. A produção de informações contábeis dotadas e, concomitantemente, percebidas como de credibilidade é um mecanismo para o processo de comunicação entre setor público e seus *stakeholders*, sendo assim uma ferramenta para a garantia e exercício da democracia. Contexto já percebido segundo os participantes da pesquisa nas dimensões produtiva e observacional.

É importante destacar o que é uma informação de credibilidade para aqueles que produzem essas informações. De acordo com PPE5 e PPE3, tem-se que:

Para mim, uma informação de credibilidade, sendo muito simplista, e aquela que pode ser confirmado de algum modo por outros órgãos, entendeu? Sempre tem uma confirmação dupla e também passar para auditoria. Acho que o processo de auditoria é fundamental nessa parte de credibilidade, né? (PPE5)

Para mim, uma informação que passa credibilidade é aquela que transcreve exatamente o que aconteceu, né? Esse é a nossa preocupação aqui. O que aconteceu e como que aconteceu. Ela precisa retratar exatamente estando certo ou estando errado, né? Então, às vezes começa um erro ou uma falha aqui, e tem que ser tratado, mesmo que seja uma falha ela tem que ser retratada e tem que ser explicada em nossos demonstrativos. Então, para mim o que reflete a credibilidade da contabilidade é refletir em suas demonstrações contábeis nas notas explicativas sobre o que realmente aconteceu. (PPE3)

De acordo com todos produtores de informações contábeis do setor público municipal analisado, as informações emitidas por eles são de credibilidade. Conforme a fala de PPE8: “A gente faz o máximo de tudo para fechar tudo certinho, sabe? Entregar uma informação de credibilidade”.

Os trechos demonstraram a existência de uma conscientização sobre a importância da credibilidade e um esforço ativo para garantir a qualidade das informações contábeis. Destacou-se que a obtenção de informações percebíveis como de credibilidade requer não apenas precisão técnica, mas também transparência, qualidade no processo de comunicação e engajamento dos produtores de informações contábeis para garantir a confiança dos *stakeholders* no setor público municipal. Além disso, os produtores evidenciaram técnicas que auxiliam na garantia de informações de credibilidade, principalmente no que tange a subcategoria de qualidade da informação contábil.

Entendo que sim, com certeza a gente tem informação contábil de muita credibilidade. A gente faz um “*double check*” assim, sempre que vai publicar uns dados fazemos uma ampla conferência na confiabilidade daquele dado. Na emissão de relatórios e tal, tem-se muita preocupação sempre no momento de publicação desses dados, sabe? Então, eu acho que sim e, principalmente, pelo lado político, assim a gente sabe que a Câmara está sempre em cima de cada coisa que vai ser publicado. Por isso, temos uma dupla checagem para ter certeza de não tá publicando nada errado, nada equivocado enfim. (PPE2)

Nós trabalhamos com o nível de informação bem apurado, porque nós temos três sistemas de informação: patrimonial, orçamentário e o controle. E nesse relacionamento entre eles a gente consegue validar e fazer esse confronto entre eles, o que nos garante um maior nível de confiança. A gente confronta bastante essas informações para que tudo seja excelente, de muita qualidade. (PPE11)

Mediante ao exposto, percebeu-se que os entrevistados veem suas informações como credíveis. Isso, principalmente, pela implementação de procedimentos rigorosos para garantir a precisão dos dados, algo presente no cotidiano na dimensão produtiva analisada. A relação entre a credibilidade da informação contábil e a obtenção de legitimidade para o setor público foi destacada como um aspecto fundamental.

Pode-se utilizar a Teoria da Legitimidade para explicar a percepção de que as informações contábeis são de credibilidade, de acordo com os valores e normas sociais, e contribuem para a legitimidade dos atos públicos, conforme Dowling e Pfeffer (1975) e Wang et al. (2014). Isso ressalta a importância de um processo de comunicação entre emissor e receptores confiável, beneficiando não apenas os *stakeholders*, mas também contribuindo para uma melhor gestão.

Outro ponto que favoreceu essa preocupação com as informações contábeis é o fato de haver um controle social proporcionado pela Câmara de Vereadores do município. Adicionalmente, os produtores das informações contábeis garantiram que a existência de todo o processo de fiscalização auxilia na garantia de informações dotadas de credibilidade. Conforme PPE9:

As informações contábeis emitidas nos perfis são de credibilidade. O que assegura uma maior credibilidade é que o mesmo dado você encontra lá no portal da transparência. E pensa assim, olha município foi lá e publicou o balanço anual, por exemplo, aí você pensa bom essa informação aqui é confiável, né? Essa interrogação ela pode existir, agora quando você vai se aprofundando você vê que tem um sistema com regras, que existe uma legislação que regula tudo isso, que existe uma auditoria interna através da Controladoria do município e uma auditoria externa através do Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais e que também acompanha.

Todas as informações contábeis do município, elas são geradas para matriz contábil da Secretaria Tesouro Nacional. Então, segue uma padronização e um sistema de verificação e validação desses órgãos reguladores muito rigorosos. Então, na origem a informação já é verificada e validada pela Secretaria de Tesouro Nacional. Então assim, não só é existe a credibilidade, como a gente vem cumprindo rigorosamente essas validações e esses critérios automatizados e a gente foi premiado nos dois últimos ou três últimos anos naquele prêmio de qualidade da informação contábil do Brasil inteiro. Assim, o município de Belo Horizonte se destaca dentre as capitais então. Vai além de da nossa obrigação, eu acho que hoje no município de Belo Horizonte ele prima muito por esses mecanismos de controle e a gente segue rigorosamente para garantir essa credibilidade junto à sociedade. (PPE4)

Considerando as afirmativas fornecidas pelos produtores de informações contábeis, ficou claro que existe uma preocupação com a credibilidade e a qualidade das informações contábeis divulgadas, haja vista que os participantes das entrevistas mostraram a busca por ampliar a percepção de haver credibilidade das informações, no que tange aos elementos relacionados às características normativas. O processo de verificação e validação, conduzido

pela Secretaria do Tesouro Nacional, confere uma base sólida na credibilidade da fonte e na confiança, amplamente reconhecida por meio de prêmios de qualidade da informação contábil.

A padronização e a validação das informações contábeis não apenas garantem a credibilidade dos dados, mas também contribuem significativamente para a obtenção de legitimidade do setor público. Na Teoria da Legitimidade, segundo Deegan (2019), destaca-se a importância da percepção de que as ações de uma organização são apropriadas e desejáveis de acordo com os valores e normas sociais, e a comunicação transparente e confiável das informações contábeis desempenha um papel fundamental nesse processo. Ao adotar esses mecanismos de controle e garantir a credibilidade das informações, o setor público fortalece sua legitimidade perante os *stakeholders*, consolidando sua posição como uma instituição credível.

Nós aqui estamos sempre preocupados com a forma como as informações são demonstradas, como elas vão ser levadas para a sociedade. A gente tem essa preocupação constante de representar exatamente o que aconteceu e tentar explicar aquilo que fugiu do normal. (PPE3)

Uma comunicação eficaz das informações contábeis contribui para reduzir a desconfiança e o ceticismo dos *stakeholders* em relação ao município. A existência de padrões na produção e divulgação das informações, aliada a uma política de comunicação acessível, demonstra um compromisso com a *accountability* e a transparência. Isso fortalece a credibilidade entre as partes interessadas e as ações governamentais.

Mas paralelamente a isso, a gente tem muita coisa que não tem credibilidade nenhuma, que vem de pessoas que não tem conhecimento técnico para falar sobre o assunto que acessam isso de uma forma ou outra, seja via portal do governo, seja via algum "insider" que tem no governo, que está lá para fornecer essas informações para jornalistas ou para outros partidos políticos. Então, esse crivo do que tem credibilidade, do que não tem. (PPE1)

No contexto da Teoria da Comunicação, conforme Bedford e Baladouni (1962), a compreensão desses desafios causados por pessoas que emitem desinformação envolve a análise dos elementos e dimensões do processo comunicativo. A fonte, a mensagem, a mídia e a confiança são elementos fundamentais nesse processo de comunicação de informações de credibilidade, sendo que esta desempenha um papel crucial na garantia da eficácia da comunicação contábil. Na dimensão observacional destaca-se a necessidade de considerar as condições do receptor para compreender e utilizar as informações de forma completa e coerente com a tomada de decisão.

Em um contexto onde a credibilidade das informações é questionada, é essencial adotar mecanismos que promovam o pensamento crítico sobre a ocorrência ou não de credibilidade na informação recebida. O grande problema são as informações emitidas em fontes diferentes da fonte original, pois dificulta o processo de averiguação, o que pode acarretar na ausência de credibilidade da fonte. Outro ponto, é a possibilidade do próprio município de Belo Horizonte manipular alguma informação a fim de que ela seja utilizada em seu benefício, mitigando a credibilidade da mensagem. Um exemplo sobre isso é o como informações contábeis emitidas nos portais e nas redes sociais da prefeitura aparecem proporcionando comportamentos/sentimentos distintos nos usuários, nos quais na rede social, majoritariamente, foram neutros, exceto no Facebook, e nos portais houve uma prevalência dos comportamentos negativos, de modo que a neutralidade foi menos incidente.

Sempre com muito cuidado, com muita cautela e procurando ser mais fiel possível ao que aconteceu porque ali leva a nossa assinatura, um contador é corresponsável. Eu sou servidor efetivo. Então, eu não tenho nenhum viés político, não tem nenhum compromisso. O meu compromisso é com o município de Belo Horizonte e com cidadão, com a sociedade então. Aqui na contabilidade da prefeitura de Belo Horizonte a maioria dos servidores são efetivos. (PPE3)

Um ponto importante a ser destacado no processo de emissão de informações de credibilidade são as mudanças. Neste contexto, o uso da internet, comunicação por meio de redes sociais, modos mais rápidos e dinâmicos de comunicar, facilitaram a relação entre o município de Belo Horizonte e *stakeholders*. Conforme PPE1:

Eu acho que é importante, a gente tem tido boas evoluções nos últimos anos em relação a isso, né? Acho que a cada ano que passa a gente consegue ter formas melhores de comunicar com a sociedade sobre as questões de governo de forma geral, né? Especificamente, sobre a contabilidade ainda é bem complexo porque é um tema extremamente técnico, que gera uma série de documentos formais. Mas mesmo nesse ponto, acho que a gente tem evoluído. A gente sabe que tem poucos setores da sociedade que de fato tem interesse nesse tipo de informação, mas quanto mais disponível e acessível é melhor para transparência do governo.

A busca por uma maior transparência e informações disponíveis está de acordo com os pressupostos democráticos que regem o Brasil. Todavia, não apenas por este motivo a emissão de informações é importante por parte do setor público, visto que para ele é necessário para que os *stakeholders* o percebam com legítimo. Com base no estudo de Himick e outros (2016), a organização pública além de visar obter legitimidade técnica, deve buscar também a percepção dos leigos. Neste contexto, tem-se a fala de PPE2:

Eu acho que tem duas questões bem específicas sobre essa divulgação de dados, né? Acho que é muito importante que a gente tenha dados de fato compreensíveis para a sociedade civil que quer analisar aquilo. Então, talvez uma transformação do que a

gente tem de informações para algo que seja um pouco mais compreensível, mais fácil da de um cidadão comum abrir e conseguir analisar. A gente tem tentado fazer algumas coisas nesse sentido, como a elaboração de alguns painéis para tornar mais dinâmica a informação e que deixe isso mais fácil de ser entendido, né? E aí, por outro lado, você tem a necessidade das pessoas técnicas que realmente precisam da informação para fazer uma análise um pouco mais aprofundada das questões contábeis e orçamentárias. (...) Acho que são duas coisas que a gente precisa: deixar mais dados abertos para especialistas e mais dados de fácil compreensão para sociedade civil de forma geral.

Esse debate reflete diretamente a importância da credibilidade das informações contábeis e sua relação com os diferentes *stakeholders* envolvidos. A credibilidade das informações contábeis é fundamental para aumentar a legitimidade dos atos públicos. Além disso, a credibilidade é percebida de diferentes maneiras pelos *stakeholders*, sejam eles indivíduos, organizações ou sociedade civil em geral.

Nesse sentido, a comunicação torna-se um mecanismo tanto de estímulo quanto de proteção, refletindo a dinâmica de mercado e a necessidade de legitimidade do setor público. O processo de produção das informações contábeis é crucial para garantir sua credibilidade e, conseqüentemente, sua legitimidade no setor público. A comunicação eficaz das informações contábeis é vista como um mecanismo de legitimação ou deslegitimação, influenciando a percepção dos *stakeholders* sobre a transparência e a prestação de contas do governo. Portanto, garantir a credibilidade das informações contábeis é fundamental para promover a confiança e a legitimidade do setor público.

Apesar de avanços no processo de comunicação de informações contábeis do setor público municipal de Belo Horizonte, foi notável a existência de desafios que devem ser sanados, principalmente, no que tange ao envolvimento de todos. Mitigar estes problemas é crucial para a legitimação das ações governamentais do município. A credibilidade das informações contábeis é um elemento essencial para o exercício da democracia, favorecendo assim a avaliação e o monitoramento dos atos governamentais por parte dos *stakeholders*.

No entanto, a credibilidade dos produtores pode ser afetada por uma série de fatores. Conforme o estudo de Westerman, Spence e Van Der Heide (2014), a credibilidade é uma percepção e, por isso, pode ser influenciada por muitas coisas, incluindo escândalos, falhas políticas e assimetria de informações entre o governo e os cidadãos, que podem afetar a confiança, informações emitidas por fontes sem credibilidade, uso de mídias não próximas dos usuários ou mensagens sem qualidade e com falsas informações.

Como exemplo de “manchete” que pode afetar negativamente a credibilidade do processo de comunicação de informações contábeis no município de Belo Horizonte e, conseqüentemente, deslegitimá-lo, tem-se; “CPIs da Câmara Municipal vão apurar transporte

público e gastos da Prefeitura de BH na pandemia”, título da reportagem publicada em 10 de maio de 2021 pelo G1 (disponível em <https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2021/05/10/cpis-da-camara-municipal-vaio-apurar-transporte-publico-e-gastos-da-prefeitura-de-bh-na-pandemia.ghtml>). Para superar essas lacunas, o processo de comunicação deve ser eficaz e considerar as expectativas e necessidades dos diversos *stakeholders*, sejam eles leigos ou especializados no assunto contábil.

4.3 A percepção dos *stakeholders* sobre a credibilidade nas informações contábeis patrimoniais (Objetivo Específico 3)

4.3.1 Proposta de mensuração (e validação) do conceito de credibilidade das informações contábeis no setor público

A credibilidade da informação contábil, especificamente no setor público, é um conceito que sofre com o dissenso da literatura, haja vista que diferente do setor privado, no setor público não se pode mensurar este conceito em relação aos benefícios econômicos gerados. Assim, neste estudo, com base no Comitê de Pronunciamento Contábil e estudos das áreas de Psicologia, Comunicação e Ciência da Informação, criou-se uma proposta de constructos para mensurar este conceito. Diante deste processo, optou-se por avaliar a consistência interna dos constructos que compõem o conceito de credibilidade da informação contábil, por meio do Alfa de Cronbach.

No Alfa de Cronbach demonstrou-se a relevância dos constructos utilizados, com exceção do constructo assertividade que integra o conceito de credibilidade da mensagem, conforme a Tabela 1. Desta forma, tem-se que os itens de cada constructo estavam suficientemente correlacionados para medir o conceito, exceto a assertividade. Este resultado fortalece a validade das dimensões teóricas que sustentaram o conceito de credibilidade da informação contábil no setor público proposto.

Tabela 1- Validação dos constructos por meio do Alfa de Cronbach

Constructo	Variáveis componentes	Valor do Alfa de Cronbach
Confiança	Conf; Boa_fe; Hon; CTP.	86,97%*
Qualidade	Rel; Fided; Temp; Compree; Compa; Verif.	81,55%*
Utilidade	Compl; Objet;Util.	73,74%*
Assertividade	AE; AR; Ass.	46,28%**
Credibilidade da mensagem	Índice de qualidade (obtido pela média das variáveis do constructo qualidade); Índice de utilidade (obtido pela média das variáveis do constructo utilidade).	76,04%*
Credibilidade da mídia	DM; Atrat; Abrag.	82,52%*
Credibilidade da fonte	Set; Rac; Autorid; Moral; Norm.	77,94%*

Nota: *Constructos com índices superiores ao mínimo aceitável de 70%; ** Constructo com índices inferior ao mínimo aceitável de 70%

Fonte: Dados da pesquisa.

Os valores do Alfa de Cronbach no constructo assertividade foram inferiores a 50%, por isso ele foi desconsiderado. Os demais constructos apresentaram índices superiores ao limite mínimo aceitável de 0,70, segundo Cronbach e Shavelson, (2004), o que indicou uma boa consistência interna. Consequentemente, tem-se que os resultados confirmaram que os instrumentos utilizados foram adequados para capturar as percepções específicas que cada

constructo buscava medir, com exceção da assertividade. Mediante a este cenário, propõe-se que o conceito de credibilidade da informação contábil o setor público seja mensurado conforme a Figura 15.

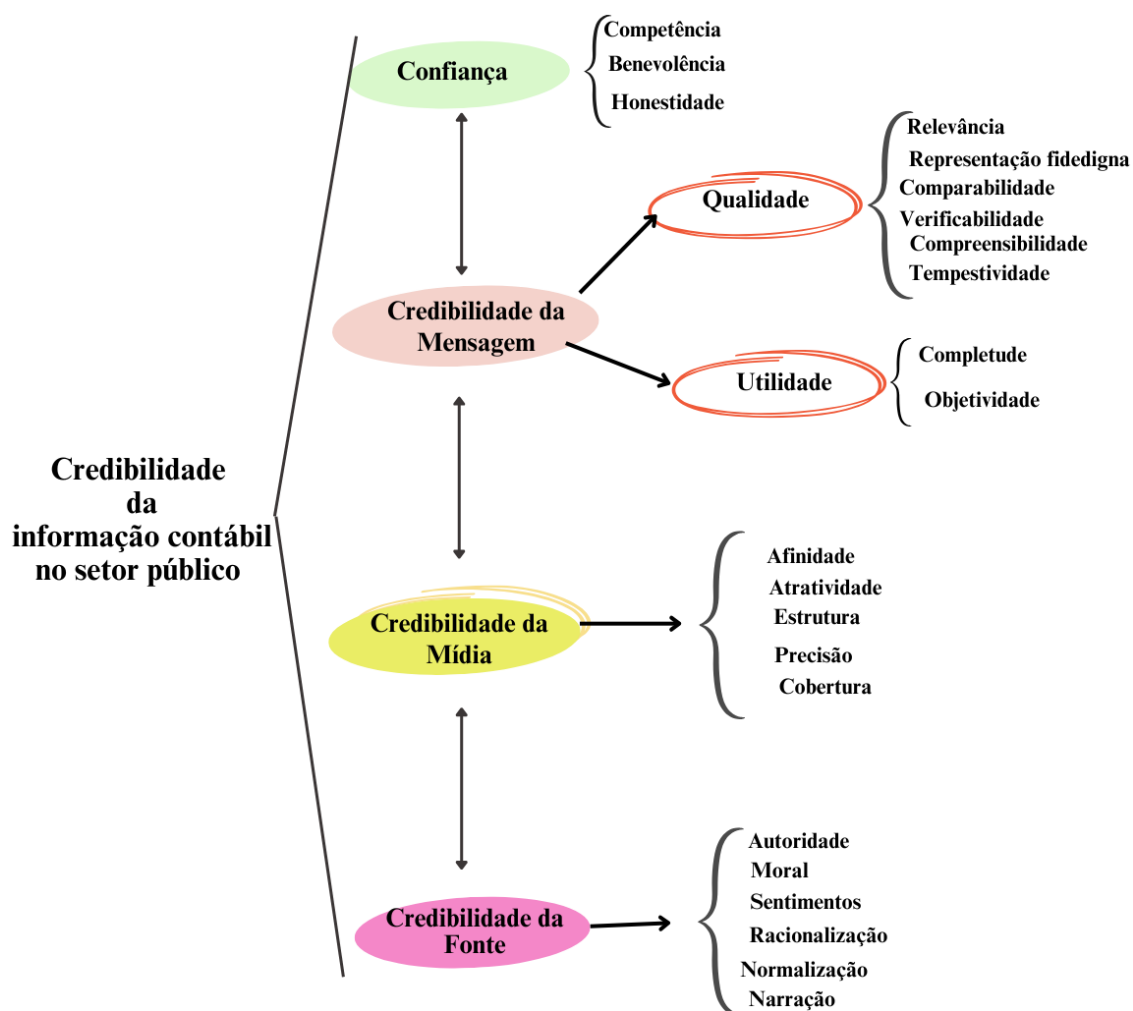


Figura 15 - Conceito credibilidade

Fonte: Dados da pesquisa, baseado em Fachin e outros (2020); Metzger e Flanagin (2013); Savolainen (2011); CPC 00 (2019); Poorisat e outros (2019) e Serra (2003).

O resultado corroborou com os trabalhos de Fachin e outros (2020); Metzger e Flanagin (2013); Savolainen (2011); CPC 00 (2019); Poorisat e outros (2019) e Serra (2003), e apontou que há relevância em utilizar esses constructos para mensurar a credibilidade da informação contábil no setor público. Cada constructo foi desenvolvido com base na revisão literatura, a fim de identificar dimensões para a análise de credibilidade informacional.

A validação empírica reforça a aplicabilidade prática do modelo proposto acima, o que poderá facilitar no entendimento de como a credibilidade das informações é um elemento importante e que deve ser percebido tanto por aqueles que atuam na sua produção, quanto pelos

seus usuários. Assim, a credibilidade da informação contábil só irá realmente ser percebida de modo completo quando essas duas dimensões conseguirem ter a percepção de sua ocorrência.

Além disso, diferente do setor privado, no setor público a credibilidade das informações contábeis se faz um mecanismo útil para os ideais democráticos. Visto que por meio de sua ocorrência torna-se possível monitorar e avaliar, no caso específico das informações contábeis patrimoniais que foram analisadas neste estudo, o patrimônio municipal e a gestão da administração pública em relação a ele.

4.3.2 Percepção dos *stakeholders* sobre o processo comunicativo: Perfil da dimensão observacional e sua percepção sobre a dimensão produtiva

Com a validação do conceito credibilidade, passou-se a discutir as respostas obtidas da amostra. A fim de compreender as respostas dos *stakeholders*, inicialmente, foi importante identificar o perfil dos respondentes, com a finalidade de compreender como são os representantes da dimensão observacional (Bedford; Baladouni, 1962). Determinados perfis, como *stakeholders* com nível educacional elevado, podem ser mais críticos e exigentes quanto a credibilidade das informações comunicadas. Segundo a Teoria da Legitimidade, quando mais crítica a sociedade mais difícil é a busca por legitimação (Deegan, 2019). Por sua vez, alguns perfis de cidadãos podem necessitar de uma comunicação mais clara e acessível, como, por exemplo, *stakeholders* com menor nível de instrução.

Os participantes da pesquisa possuem níveis educacionais diversos, com um predomínio de pessoas com ensino superior, seja incompleto (44,8%) ou completo (15,7%). Além disso, 11,2% possuem especialização/MBA, 9% possuem mestrado e 3% doutorado, demonstrando uma representação significativa de indivíduos com elevado grau de instrução. Por outro lado, pessoas com níveis educacionais mais baixos, como ensino fundamental incompleto (0,7%), fundamental completo (1,9%) e médio incompleto (3%), apareceram em menor proporção. Essa composição indicou que o público da pesquisa é, em grande parte, qualificado academicamente.

Identificou-se, no que tange a faixa etária dos participantes da pesquisa, que 13,1% possuem até 20 anos, 48,9% possuem entre 21 a 30 anos, 17,5% possuem entre 31 a 40 anos, 10,4% possuem entre 41 a 50 anos, 5,2% possuem entre 51 a 60 anos e 4,9% possuem 61 anos ou mais. Em relação ao viés político/orientação política, percebeu-se que 33,6% possuem um viés mais à esquerda, 25,4% mais à direita, 19% ao centro, e 22% se consideram sem viés político.

A renda mensal dos entrevistados evidenciou que cerca de 24,3% têm rendimentos entre R\$ 2.001,00 e R\$ 3.000,00, seguidos por 19,8% com rendas entre R\$ 3.001,00 e R\$ 5.000,00,

e 16,4% na faixa de R\$ 5.001,00 a R\$ 7.000,00. As faixas de renda mais baixas (até R\$ 2.000,00) representaram 16,4% do total, enquanto as rendas superiores a R\$ 10.000,00 abrangeram 16,1% dos entrevistados.

O perfil dos participantes da pesquisa refletiu uma amostra distribuída em termos de idade, instrução, orientação política e renda, com predomínio de jovens adultos, indivíduos com ensino superior e rendas generosas. Essa composição pode ser relevante para a interpretação dos resultados, uma vez que essas características podem influenciar diretamente as percepções e respostas relacionadas à comunicação e credibilidade da contabilidade pública – inclusive os próprios entrevistados mencionaram isso em suas respostas, conforme Figura 16.

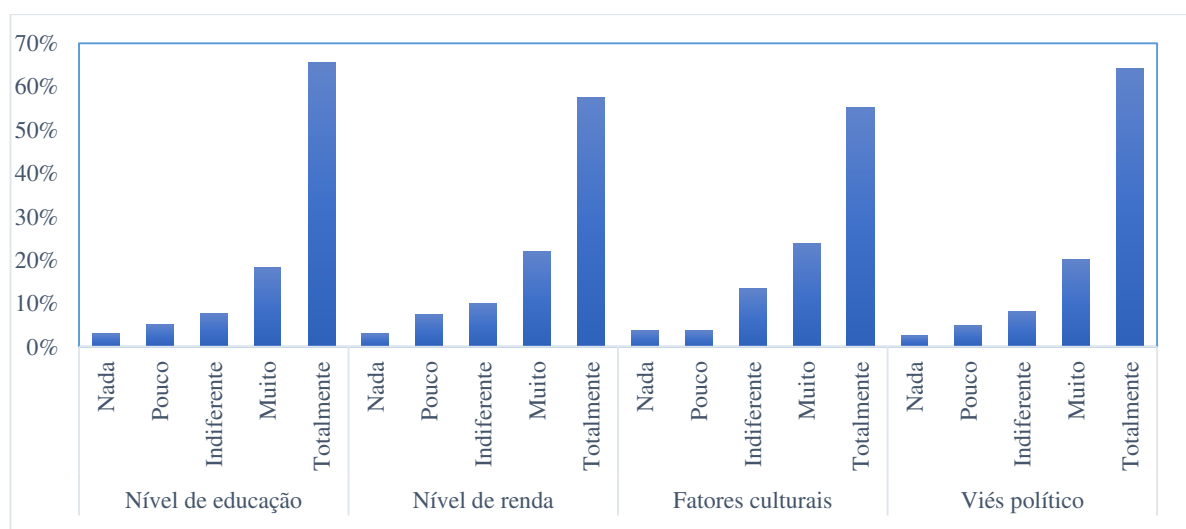


Figura 16- Fatores que influenciam na percepção das informações contábeis
Fonte: Dados da pesquisa.

A partir das respostas obtidas, identificou-se que o nível de educação foi amplamente considerado um fator de alta influência, demonstrando que a formação educacional desempenha um papel essencial na forma como as informações contábeis são percebidas como credíveis. Inferiu-se que a importância da educação se deu em razão da necessidade de compreender o que está escrito, do costume de ler e da facilidade de assimilar conceitos relacionados ao âmbito contábil. Segundo a Teoria da Comunicação, a codificação inadequada de mensagens (linguagem técnica ou inacessível) compromete a eficácia da comunicação contábil, o que reduz a capacidade do receptor de interpretar o conteúdo (Bedford; Baladouni, 1962). Assim, é importante tornar acessível e compreensível os dados contábeis.

No que tange a renda, notou-se que, embora haja um impacto, se mostrou menos influente que a educação e o viés político. Isso pode refletir diferenças nas perspectivas dos

participantes da pesquisa sobre como as condições financeiras afetam o interesse ou entendimento em relação às informações contábeis.

Já a influência dos fatores culturais também foi mencionada. Contudo, foi o fator que, segundo a percepção dos participantes da pesquisa, menos influencia as percepções sobre a contabilidade pública. O papel secundário dos fatores culturais pode estar relacionado a um hiato entre as práticas contábeis e a construção de um senso de pertencimento cultural, o que poderia ser minimizado com uma educação pública que fornecesse um conhecimento básico sobre a importância contábil e sua utilização.

O viés político apareceu como um dos fatores mais polarizadores, com a percepção de que ele influencia "Totalmente" ou "Muito" - os valores e as políticas podem ser determinantes na forma como as pessoas percebem as informações fornecidas. De modo especial, o viés político é apontado pela Teoria da Legitimidade como um fator importante no processo de legitimação, pois os *stakeholders* tendem a validar informações que estejam alinhadas com seus valores e visões políticas (Castelo Branco; Lima Rodrigues, 2006; Deegan, 2019).

A percepção de que estes fatores influenciam no discernimento sobre a credibilidade das informações contábeis comunicadas pelo setor público corrobora com os apontamentos elencados pelos participantes da pesquisa entrevistados, os produtores das informações (conforme o tópico 4.2). A fim de elucidar, tem-se a fala de PPE8:

Acho que há uma falta de monitoramento da contabilidade por parte da sociedade devido a uma questão cultural mesmo, sabe? Ninguém ensina isso. Além da questão da escolaridade que atrapalha o entendimento sobre o que é emitido. Outro problema é a renda, se você precisa se preocupar com aluguel, comida e outras coisas, você não consegue se preocupar com a contabilidade pública.

A partir disso, pode-se inferir que o setor público municipal de Belo Horizonte deve buscar formatos de comunicação que tornem as informações contábeis mais acessíveis, levando em consideração esses fatores que podem dificultar o acesso e o consumo de informações contábeis, que são um importante mecanismo para o exercício da democracia. Neste contexto, sob a perspectiva da Teoria da Legitimidade, a administração pública deve alinhar seus atos às expectativas de seus *stakeholders*, a fim de construir e preservar sua legitimidade.

Para tanto, é necessário que haja a minimização da assimetria informacional, principalmente no que tange ao reconhecimento e à mensuração dos elementos que compõem as contas públicas (receitas, despesas, ativos, passivos e patrimônio líquido) para que torne possível a avaliação da sustentabilidade financeira e da gestão do governo municipal de Belo Horizonte. Afinal, a contabilidade patrimonial, impulsionada pela adoção das IPSAS, possui

como componente essencial o registro, controle e a transparência do patrimônio do município e baseia-se no princípio da responsabilização da gestão pública e, principalmente, na necessidade de aumentar a confiança dos *stakeholders* nas tomadas de decisão realizadas pelo poder público.

De modo complementar, conforme apontado na Teoria da Comunicação, um processo de comunicação eficaz entre setor público municipal e seus *stakeholders* requer atenção às dimensões produtiva e observacional. Isso significa que, além de produzir e codificar dados de forma técnica e precisa, é imprescindível que as informações sejam acessíveis e compreensíveis para cidadãos diversos, o que irá facilitar a interpretação e aumentará a percepção de credibilidade, bem como irá fomentar o diálogo entre administração pública e sociedade e contribuirá para a criação do valor público.

No que tange a percepção dos participantes da pesquisa sobre a eficácia do processo de comunicação das informações contábeis pela prefeitura de Belo Horizonte, chama-se a atenção que 42,5% acreditam que é nada ou pouco eficaz este processo, conforme a Figura 17.

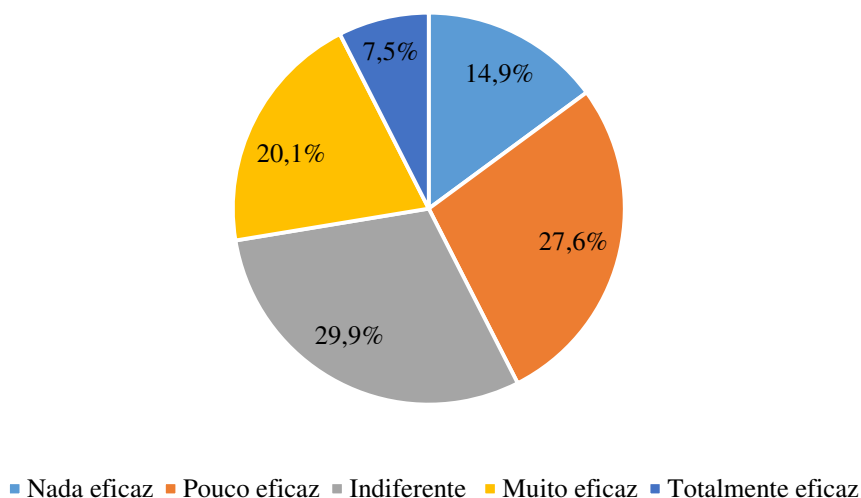


Figura 17- Percepção de eficácia na comunicação
Fonte: Dados da pesquisa.

Há uma lacuna significativa na capacidade da prefeitura de engajar e transmitir informações contábeis credíveis para os *stakeholders*, mesmo utilizando plataformas digitais (como mostrado anteriormente no tópico 4.1). Acredita-se que este seja um sinal de que a prefeitura belorizontina necessita melhorar seu processo de comunicação contábil para com seus *stakeholders*. Afinal, um processo de comunicação ineficiente faz com que mesmo as informações contábeis elaboradas com credibilidade não sejam percebidas pelos *stakeholders*

como tal, gerando um gargalo entre o que é produzido e o que é comunicado e, conseqüentemente, percebido e assimilado pelos consumidores das informações.

Especificamente no que tange as informações contábeis patrimoniais, esse processo de comunicação ineficaz faz com que as informações contábeis não consigam ser utilizadas como um mecanismo impulsionador da democracia. Sem um processo de comunicação de qualidade, dificilmente os *stakeholders* conseguirão monitorar e avaliar a situação econômica e financeira do município de Belo Horizonte e a sua gestão, visto que a contabilidade patrimonial envolve informações necessárias para ter uma imagem completa da organização.

Esta situação da percepção de não eficácia chama atenção, principalmente, porque o município conquistou o primeiro lugar nas edições de 2019, 2020 e 2021 do *Ranking* da Qualidade da Informação Contábil e Fiscal, elaborado pelo Tesouro Nacional, que leva em consideração o envio e a manutenção das informações no Siconfi, à adequação às regras do MCASP, a análise dos dados fiscais contidos nas declarações e o cruzamento entre os dados contábeis e fiscais, mas não leva em consideração a necessidade dos cidadãos entenderem as informações - elemento este importante para a preservação da democracia e avaliação dos atos públicos perante a sociedade.

Outro ponto que se destacou, Figura 17, é o fato de 29,9% dos respondentes responderam como indiferente, o que pode significar uma desconexão entre a prefeitura e parte do público, que pode ser resultado da falta de engajamento da população com temas contábeis, que podem ser percebidos como técnicos em muitos casos.

Por sua vez, a percepção positiva de 27,6% dos participantes da pesquisa, embora esse grupo represente uma minoria, demonstrou que há aspectos do processo de comunicação que atendem às expectativas de alguns *stakeholders*. Essa observação positiva pode estar relacionada ao que foi encontrado na pesquisa de Hyman e Sheatsley (1947), que identificou que, mesmo diante a ausência de qualquer barreira física à comunicação de informações, os *stakeholders* são limitados pelas próprias barreiras psicológicas. Assim, os mais interessados podem adquirir um número maior de informações do que os menos interessados.

Ainda sobre a percepção sobre a dimensão produtiva das informações contábeis e seu processo de comunicação, identificou-se que mais de 80% dos participantes da pesquisa acreditam que existem maneiras de melhorar o modo como a prefeitura produz e comunica as informações contábeis, conforme a Figura 18.

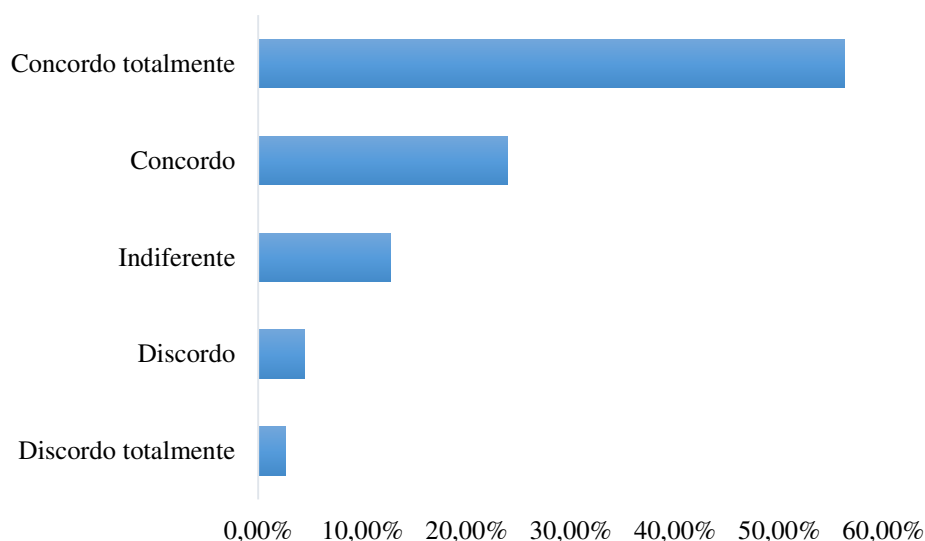


Figura 16- Percepção sobre a existência de maneiras de melhorar o modo como a prefeitura produz e comunica as informações contábeis

Fonte: Dados da pesquisa.

A maioria dos respondentes acredita na possibilidade de melhorias, o que reforça a ideia de que há uma insatisfação com o formato atual e que melhorias podem ser feitas no modo como a prefeitura comunica informações contábeis. Tal percepção evidenciou elementos que contribuem para que a credibilidade informacional não aconteça, já que a credibilidade das informações contábeis só pode ser percebida mediante a eficácia de um processo de comunicação.

As informações contábeis por mais credíveis que sejam, não vão ser percebidas como tal em situações de um processo de comunicação falho, isto é, que impossibilite a dimensão observacional decodificar de modo compreensível as informações que estão sendo comunicadas. Além disso, quando a comunicação do setor público gera insatisfação, como os resultados apontaram, há um enfraquecimento na legitimidade das ações governamentais.

As respostas de "Discordo" e "Discordo totalmente" foram muito baixas (juntas possuem 7,10%), o que indicou que pouquíssimos perceberam o modelo atual como suficiente ou ideal. Por sua vez, 12,7% dos participantes da pesquisa selecionaram indiferente, isso pode estar relacionada ao fato deste grupo não estar suficientemente informado ou engajado com o tema.

Segundo a Teoria da Comunicação, o processo comunicativo deve ser eficaz para atingir o receptor, garantindo que a mensagem seja compreendida perante os receptores (Bedford; Baladouni, 1962). Neste contexto, as respostas “concordo totalmente” e “concordo” sugeriram que a comunicação atual da prefeitura apresenta falhas que prejudicam sua eficácia. Esses

problemas podem ser por canais inadequados, linguagem técnica ou não adaptação da mensagem ao público-alvo.

Estas respostas podem indicar o motivo pelo qual, segundo os apontamentos dos produtores das informações contábeis, os cidadãos não são os principais usuários das informações contábeis, conforme o trecho extraído da fala de PPE3: “Primeiramente, são os órgãos de controle, né? Tribunal de Contas, Secretaria do Tesouro Nacional (...), depois a gente percebe a também em alta gestão. Muitos alunos de pós-graduação, de mestrado e doutorado, são os que também muito requerem informações”. Neste caso, a necessidade de melhorar o processo de comunicação pode estar afastando esses *stakeholders* e a percepção deles de credibilidade informacional.

Com base nestes achados, discorre-se que os *stakeholders* esperam um padrão mais elevado na comunicação, talvez mais didático e compreensível, e que não está sendo atingido pela prefeitura municipal de Belo Horizonte. As organizações para serem entendidas como legítimas necessitam cumprir as expectativas de seus *stakeholders* (Deegan, 2019). Neste caso, as expectativas não estão sendo atendidas e, concomitante, estão dificultando a percepção de credibilidade por parte dos membros da dimensão observacional.

Sobre a percepção acerca da credibilidade das informações contábeis, conforme a Figura 19, identificou-se que a maioria dos respondentes tem a percepção neutra (32,9%) e 24,6%, possuem uma percepção baixa ou muito baixa da credibilidade. Infere-se que este resultado tende a ser um indício de que não há efetividade na credibilidade, isto é, que *stakeholders* não tem conseguido perceber credibilidade nas informações contábeis que a prefeitura comunica, o que corrobora com os apontamentos de que o processo de comunicação das informações contábeis carece de melhorias.

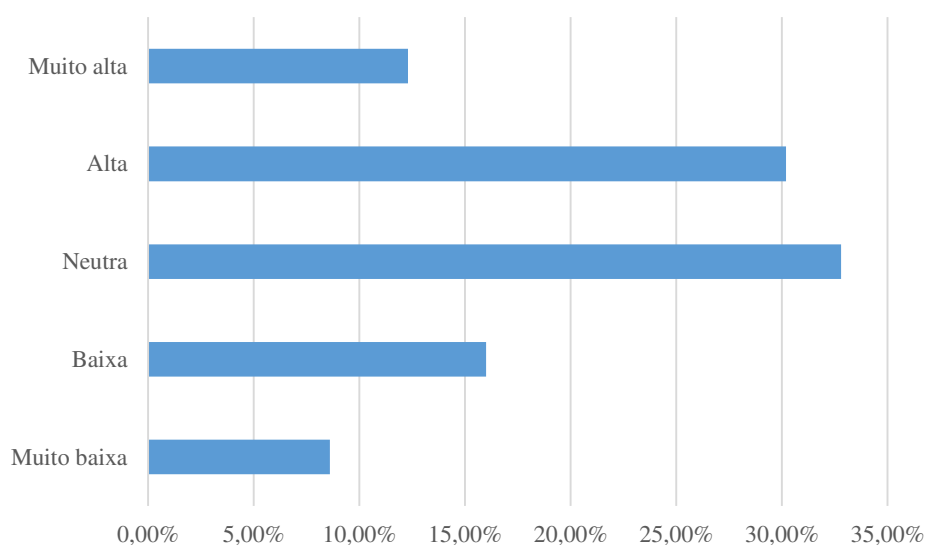


Figura 19 -Percepção de credibilidade

Fonte: Dados da Pesquisa.

Por sua vez, 42,5% dos participantes da pesquisa possuem uma percepção alta ou muito alta acerca da credibilidade das informações contábeis comunicadas pela prefeitura. A diferença na percepção acerca da credibilidade pode ser explicado pelo estudo de Hyman e Sheatsley (1947), que apontou que, mesmo sem qualquer barreira física à comunicação de informações, os *stakeholders* ainda seriam limitados pelas próprias barreiras psicológicas, o que implica que diferentes *stakeholders* recebem e percebem informações contábeis emitidas pela prefeitura de formas distintas. Esta percepção positiva acerca da credibilidade indicou que há realmente ações para que as informações sejam percebidas como de credibilidade. Contudo, quando se analisa o cenário por inteiro notou-se que a credibilidade não é percebida pelos *stakeholders* da forma que deveria ocorrer.

A diferença de percepção não se remeteu a um grupo de *stakeholders* específico, visto que o teste ANOVA demonstrou que não existem diferenças significativas no modo como diferentes grupos de *stakeholders* percebem os constructos da credibilidade das informações contábeis⁵. A ausência de diferença significativa na percepção entre os três grupos de *stakeholders* é um indicativo de que, independentemente do papel que ocupam enquanto partes interessadas e de como utilizam a informação contábil, há um compartilhamento de percepções semelhantes sobre os constructos da credibilidade informacional das comunicações contábeis,

⁵ O teste ANOVA obteve os seguintes valores de significância quando comparadas a percepção entre os grupos de *stakeholders*: 1) constructo confiança = 0,461; 2) constructo qualidade = 0,097; 3) constructo utilidade = 0,200; 4) constructo assertividade = 0,099; 5) constructo credibilidade da mídia = 0,052; 6) constructo credibilidade da fonte = 0,324; 7) percepção de credibilidade = 0,690.

bem como sobre a credibilidade em si. Ou seja, em meios gerais, a percepção de que não existiu credibilidade informacional na informação contábil patrimonial.

Assim, no que tange a comunicação de informações contábeis credíveis no setor público de Belo Horizonte, apesar de ser identificada a credibilidade por uma parte minoritária dos respondentes, é necessário melhorar o processo de comunicação contábil, a fim que os *stakeholders* consigam perceber a credibilidade existente nestas informações, culminando neste avanço na relação sociedade e poder público.

Tem-se que a prefeitura de Belo Horizonte, apesar dos esforços, não tem conseguido manter um processo de comunicação eficaz com seus *stakeholders* e, de forma concomitante, não tem conseguido fazer com que as informações comunicadas sejam percebidas como de credibilidade. Esta situação pode estar impulsionada pelo fato de que as informações contábeis patrimoniais possuem uma estrutura robusta de normas em razão da complexidade dos dados que a compõem, o que pode estar tornando a informação muito técnica e dificultando a compreensão. Contudo, este cenário suposto não pode ser uma barreira, é necessário que a dimensão produtiva atue de forma com que haja uma melhor comunicação contábil e que os *stakeholders* consigam perceber as informações credíveis, a fim de utilizá-las para uma democracia mais efetiva.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As informações contábeis do setor público são importantes mecanismos para o exercício da democracia, haja vista que tornam possível o monitoramento das ações dos gestores públicos. No município de Belo Horizonte, notou-se que há uma preocupação na elaboração das informações contábeis, tanto no que tange ao cumprimento de normas e leis, quanto na elaboração voltada para a comunicação dos *stakeholders* - sendo evidenciado o uso de redes sociais, como o X, Youtube e Facebook.

Todavia, mesmo havendo uma busca por uma maior aproximação entre o município e seus *stakeholders* por meio do uso das redes sociais, isto não garante que todos estes tenham acesso e condições de compreender o que tem sido informado, sendo este um problema complexo identificado na dimensão observacional. Assim, a acessibilidade e compreensão das informações permanecem sendo desafios significativos na dimensão observacional do processo comunicativo

A análise da capacidade do município de Belo Horizonte em elaborar informações contábeis apontou para uma preocupação em atuar de forma com que se entenda este ente federativo e suas ações como legítimo perante ao ambiente em que está inserido - isto ocorreu por meio do cumprimento da legislação, mas também através de ações alinhadas com as expectativas dos *stakeholders*. Ambas as ações estão relacionadas com a busca pela implementação de um processo de comunicação eficaz entre Belo Horizonte e suas partes interessadas. Contudo, mais de 80% dos participantes da pesquisa acreditam que existem maneiras de melhorar o modo como a prefeitura produz e comunica as informações contábeis, o que indicou que, mesmo com os esforços apresentados pelos produtores das informações contábeis e o as plataformas digitais, a prefeitura necessita rever seu processo de comunicação, pois ele não está atingindo plenamente seu objetivo.

A premissa teórica deste estudo está na Teoria da Legitimidade e na Teoria da Comunicação. Partindo disso, teve-se como proposição que a informação contábil é credível quando tem credibilidade da fonte, mídia e mensagem, fundando-se na confiança, e influencia diretamente na legitimidade do setor público mediante aos *stakeholders*, especialistas ou leigos.

Os resultados deste estudo confirmaram a tese, tornando-a teórica e empírica, isto é, a informação contábil é percebida como credível quando existe confiança (alcançada por meio da boa-fé, competência técnica e honestidade), credibilidade da mensagem (obtida pela qualidade e utilidade da informação), credibilidade da mídia (adquirida por meio da estrutura, precisão, cobertura da informação, afinidade e atratividade) e credibilidade da fonte (autoridade, racionalização, normalização, moralização e sentimento). Todavia, quando a

informação contábil é dotada de tecnicidade e mediante contextos de desinformação, há uma dificuldade de se perceber uma informação como de credibilidade, dificultando o processo de legitimação do setor público.

Neste contexto, é importante destacar que a busca do município em ter este processo de comunicação, capaz de auxiliar na legitimidade perante aos *stakeholders*, não se trata apenas de um modo benevolente do poder público interagir com as partes interessadas, mas é também um mecanismo útil para se promover e, assim, permanecer no poder em razão do seu alinhamento com as partes interessadas. Portanto, um processo de comunicação de informações contábeis eficaz é útil não só para o exercício da cidadania e garantia dos direitos democráticos, mas também é importante para o exercício da carreira política.

Os resultados da pesquisa evidenciaram que o município de Belo Horizonte tem atuado buscando aperfeiçoar o seu modo de comunicar informações contábeis, seja por meio de uma cartilha para o cidadão, seja por meio de redes sociais. Estas ações são essenciais para a disseminação de informações contábeis credíveis e transparentes, principalmente, em cenários de desinformação e *Fake News*.

As criações destes mecanismos estão fortemente relacionadas ao que a literatura trabalha sobre credibilidade da mídia, pois há o estabelecimento de elementos atrativos e que despertem afinidade perante aos *stakeholders*. Ambos os meios têm a capacidade de comunicar com a estrutura, precisão e cobertura necessários para que haja uma comunicação credível entre o município de Belo Horizonte e suas partes interessadas, principalmente, por tornar possível a inclusão de cidadãos leigos. Acerca da credibilidade da mídia notou-se que o município utiliza ainda os portais obrigatórios segundo a legislação, bem como instituiu, em junho de 2024, a Política de Inteligência de Dados no âmbito do Poder Executivo.

Com a preparação da cartilha e do uso de redes sociais, ocorreu a demonstração da competência, benevolência e honestidade (elementos que compõem a categoria confiança) - esta afirmação decorre em virtude de que um maior número de ações que procurem o objetivo de comunicar os cidadãos, principalmente os leigos, tende a ser percebida como um ato genuíno e confiável. Outro ponto que corroborou com isso, são as falas dos produtores das informações contábeis que evidenciaram o cuidado para serem fieis a realidade municipal, e de que na contabilidade não há interferência das possíveis mudanças políticas, pois, “a maioria dos servidores são efetivos” (PPE3).

O adjetivo competência, que compõe a confiança, também foi confirmado por meio das premiações recebidas pelo município. Premiação esta que evidenciou que, além do aumento da

quantidade de informações, houve também a ampliação da qualidade das informações contábeis emitidas pelo município.

A própria premiação valorizou a qualidade das informações contábeis, auxiliando na identificação deste elemento da credibilidade das informações contábeis. Todavia, um problema identificado na qualidade das informações contábeis é a dificuldade de compreender as informações por parte dos *stakeholders*.

Apurou-se que mais de 57% dos participantes da pesquisa por meio de questionários não perceberam credibilidade no processo de comunicação contábil, o que indicou que não há credibilidade nas informações contábeis do ponto de vista dos *stakeholders*. Ressalta-se que não houve uma diferença de percepção entre os diferentes grupos de *stakeholders*, mesmo cada grupo podendo utilizar e se interessar de forma distinta pela informação contábil.

Assim, houve expectativas que não foram atendidas no que tange ao processo de comunicação em todos os grupos de *stakeholders* (*stakeholders* com poder de voto, *stakeholders* com poder político, *stakeholders* com poder econômico), o que foi identificado por meio do apontamento de que há uma necessidade de melhorias no processo de comunicação de informações contábeis. Deste modo, há a necessidade de uma atuação conjunta entre as dimensões produtivas e observacionais neste processo de comunicação, haja vista que os dados apontaram que a percepção dos produtores das informações contábeis foi diferente da percepção dos *stakeholders*. Os primeiros percebem a existência de credibilidade, enquanto a maior parte dos segundos não.

Neste contexto, destaca-se que existem percalços no que tangem a compreensibilidade (elemento da qualidade) e a completude (elemento da utilidade), haja vista que é difícil identificar se a prefeitura de Belo Horizonte realmente comunica todas as informações de modo completo, ou seja, sem omitir alguma informação que não seja benéfica para o ente. As informações emitidas podem ser redigidas de modo com que elas transpareçam apenas o que é do interesse do município comunicar. Desta forma, identificou-se a necessidade de avanços no que tange a credibilidade da mensagem, no que tange a compreensibilidade e também no cuidado em emitir informações sempre completas e não dando ênfase apenas ao que o ente federativo deseja.

Outro ponto identificado foi que os produtores de informações contábeis não identificaram os cidadãos leigos como os principais usuários das informações contábeis emitidas pelo município de Belo Horizonte, isto porque segundo eles há uma ausência de familiaridade entre contabilidade e cidadãos leigos.

Neste cenário, foi apontada a existência de iniciativas de aproximação entre a contabilidade e cidadãos leigos, bem como foi refletido sobre ações que não ocorrem, mas que poderiam auxiliar no processo comunicativo se fossem implementadas. Emergiu-se a discussão acerca de como características como educação, renda, viés político e cultura influenciam no distanciamento entre os cidadãos leigos e as informações contábeis, situação que dificulta o uso dessa ferramenta para monitoramento e avaliação do setor público. A realidade de muitos brasileiros pode vir a interferir na usabilidade das informações contábeis. Esse debate foi confirmado pelos *stakeholders* e membros da dimensão observacional do processo de comunicação das informações contábeis, que apontaram que o viés político também é um fator importante na percepção das informações contábeis.

De modo complementar, tem-se que os produtores das informações evidenciaram que as informações contábeis necessitam possuir muita tecnicidade para cumprir seus requisitos perante a fiscalização. Porém, informações extremamente técnicas são difíceis de serem compreendidas por *stakeholders*, principalmente, os leigos. Isso torna necessário adaptações para conseguir realizar uma comunicação eficaz, capaz de auxiliar no exercício da democracia, mas também de possibilitar que o ente federativo seja entendido como legítimo.

Sobre a elaboração de informações de credibilidade, os produtores de informações participantes da pesquisa evidenciaram que há uma preocupação para que as informações sejam percebidas de tal modo. Todavia, identificou-se que existem quesitos que ainda precisam ser aprimorados, sendo o principal a capacidade de todos os *stakeholders* conseguirem compreender a informação.

Acerca das emissões de informações contábeis do município nos portais, nos resultados houve a percepção de que as informações emitidas nos portais são baseadas em outras categorias além da autorização e racionalização, sendo que estas estão relacionadas a emissão de informações fazendo uso de leis e autoridades de poder ou dos benefícios e resultados que esta pode trazer. Nos portais, houve também o uso de termos como Deus, família, religião, ética, moral, princípios, corrupção, apreensão e sonegação, felicidade, alegria, patriotismo, ira, revolta, tristeza e injustiça. O que indicou o uso de outros termos para justificar e argumentar acerca das informações contábeis relacionadas a contabilidade pública do município de Belo Horizonte.

Os resultados confirmaram o modelo proposto teoricamente para análise e mensuração da credibilidade das informações contábeis no setor público. Assim, este conceito pode ser trabalhado por meio dos constructos: 1) confiança, subdividido em boa-fé, competência técnica e honestidade; 2) credibilidade da mensagem, subdividido em qualidade e utilidade da

informação; 3) credibilidade da mídia, adquirida por meio da estrutura, precisão, cobertura da informação, afinidade e atratividade; 4) credibilidade da fonte, desenvolvido por meio autoridade, racionalização, normalização, moralização e sentimento).

Teoricamente, neste estudo, confirmou-se que a comunicação do setor público considera as questões de interesse público e os seus *stakeholders*, corroborando assim com a Teoria da Legitimidade e da Comunicação. Ratificou-se que analisar a credibilidade da informação contábil do setor público, como uma percepção subjetiva em relação a aspectos como valor público, transparência, *accountability* e boa vontade de comunicar, é útil mediante os ideais democráticos que regem o país.

A credibilidade é crucial, pois influencia diretamente a legitimidade do setor público perante seus *stakeholders*, sejam eles especialistas ou leigos. A percepção de haver credibilidade das informações é um mecanismo importante para garantir que os *stakeholders* não ignorem as informações contábeis, haja vista que estas consideram as condições das partes interessadas para compreender e utilizar as informações no processo da tomada de decisão. Quando as informações contábeis são vistas como confiáveis, elas contribuem para uma maior transparência e responsabilidade, permitindo que *stakeholders* avaliem e monitorem efetivamente as ações do setor público. Isso reforça a confiança nas instituições públicas e promove um ambiente de governança mais eficiente e participativo.

Como limitação da pesquisa identificou-se que os resultados encontrados não podem ser generalizados, pois, tratam-se de elementos encontrados no município de Belo Horizonte. Assim, realidades distintas podem acarretar em resultados distintos. A fim de amenizar essa limitação e fomentar essa área de pesquisa, apresenta-se como sugestões de pesquisas futuras: desenvolver estudos comparativos entre entes federativos diferentes para identificar práticas de comunicação contábil que se mostraram mais eficazes e compreender como fatores culturais e legais influenciam a percepção de credibilidade, identificando similaridades e diferenças, ou ainda realizar estudos longitudinais para observar mudanças na credibilidade e na percepção das informações contábeis ao longo do tempo, especialmente em resposta a reformas políticas ou mudanças administrativas.

Outro ponto que pode ser desenvolvido em estudos futuros é o efeito da educação financeira sobre a compreensão e a credibilidade das informações contábeis entre os cidadãos, e como programas educacionais podem melhorar o engajamento público com os dados financeiros do governo.

Pesquisas futuras podem também investigar como outros fatores influenciam na credibilidade das informações contábeis como auditoria, controladoria, produto interno bruto,

blockchain, inteligência artificial, práticas inovadoras de gestão pública, número de funcionários no setor contábil, quantidade de meios de comunicação no município, entre outros elementos. Adicionalmente, podem ser inseridos outros participantes da pesquisa como representantes do Poder Executivo e Judiciário, auditores e diferentes grupos demográficos no que tange idade, nível de escolaridade e ocupação, a fim de identificar como eles compreendem e utilizam informações contábeis e como percebem a credibilidade.

REFERÊNCIAS

- ABOUKHADEER, Emad A. S.; AZAM, S. M. Ferdous; ALBATTAT, Ahmad Rasmi Suleiman. The Relationship Between International Public Sector Accounting Standards (IPSAS) and the Quality of Accounting Information in Libyan Government Sector. **International Journal of Professional Business Review**, [s. l.], v. 8, n. 1, p. e0813–e0813, 2023.
- AGOSTINO, Deborah; SALITERER, Iris; STECCOLINI, Ileana. Digitalization, accounting and accountability: A literature review and reflections on future research in public services. **Financial Accountability & Management**, [s. l.], v. 38, n. 2, p. 152–176, 2022.
- ALKHAMEES, Majed *et al.* User trustworthiness in online social networks: A systematic review. **Applied Soft Computing**, [s. l.], v. 103, p. 107159, 2021.
- ARAÚJO, João Gabriel Nascimento de; SOUZA, Fernando Gentil de. Walking toward ipsas adoption: a discussion about brazilian public sector changes under the perspective of institutional theory. **CAFI**, [s. l.], v. 3, n. 1, p. 103–113, 2020.
- ARCHEL, Pablo *et al.* Social disclosure, legitimacy theory and the role of the state. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, [s. l.], v. 22, n. 8, p. 1284–1307, 2009.
- ARRETCHE, Marta. Federalism, Bicameralism, and Institutional Change: General Trends and One Case-study. **Brazilian Political Science Review**, [s. l.], v. 4, p. 10–31, 2023.
- BAKAR, Nur Barizah Abu; SALEH, Zakiah. Public Sector Accounting Research In Malaysia: Identifying Gaps And Opportunities. [s. l.], 2011.
- BALDISSERA, Juliano Francisco *et al.* Determinants of public transparency: A study in Brazilian local governments. **Public Money & Management**, [s. l.], v. 43, n. 4, p. 331–339, 2023.
- BALDVINSDOTTIR, Gudrun *et al.* Accounting research and trust: a literature review. **Qualitative Research in Accounting & Management**, [s. l.], v. 8, n. 4, p. 382–424, 2011.
- BALLUCHI, Federica; LAZZINI, Arianna; TORELLI, Riccardo. Credibility of environmental issues in non-financial mandatory disclosure: Measurement and determinants. **Journal of Cleaner Production**, [s. l.], v. 288, p. 125744, 2021.
- BARTH, Mary E.; LANDSMAN, Wayne R.; LANG, Mark H. International Accounting Standards and Accounting Quality. **Journal of Accounting Research**, [s. l.], v. 46, n. 3, p. 467–498, 2008.
- BATISTELLA, Ana Julia *et al.* Relevância da informação contábil e cultura nacional. **Revista de Contabilidade e Organizações**, [s. l.], v. 15, p. e169533–e169533, 2021.
- BEAULIEU, Philip R. Commercial Lenders' Use of Accounting Information in Interaction with Source Credibility*. **Contemporary Accounting Research**, [s. l.], v. 10, n. 2, p. 557–585, 1994.
- BEST, Bernadette; MOFFETT, Sandra; MCADAM, Rodney. Stakeholder salience in public sector value co-creation. **Public Management Review**, [s. l.], v. 21, n. 11, p. 1707–1732, 2019.

BEUREN, Ilse Maria; SÖTHE, Ari. A TEORIA DA LEGITIMIDADE E O CUSTO POLÍTICO NAS EVIDENCIAÇÕES CONTÁBEIS DOS GOVERNOS ESTADUAIS DA REGIÃO SUDESTE DO BRASIL. **Revista de Contabilidade e Organizações**, [s. l.], v. 3, n. 5, p. 98–120, 2009.

BRACCI, Enrico *et al.* Public value and public sector accounting research: a structured literature review. **Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management**, [s. l.], v. 31, n. 1, p. 103–136, 2019.

BRUGHA, Ruairí; VARVASOVSKY, Zsuzsa. Stakeholder analysis: a review. **Health Policy and Planning**, [s. l.], v. 15, n. 3, p. 239–246, 2000.

BRYSON, John M. A strategic planning process for public and non-profit organizations. **Long Range Planning**, [s. l.], v. 21, n. 1, p. 73–81, 1988.

CASTELO BRANCO, Manuel; LIMA RODRIGUES, Lúcia. Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks: A legitimacy theory perspective. **Corporate Communications: An International Journal**, [s. l.], v. 11, n. 3, p. 232–248, 2006.

CEGARRA-NAVARRO, Juan-Gabriel; VĂȚĂMĂNESCU, Elena-Mădălina; MARTÍNEZ-MARTÍNEZ, Aurora. A context-driven approach on coping with COVID-19: From hiding knowledge toward citizen engagement. **Knowledge and Process Management**, [s. l.], v. 28, n. 2, p. 134–140, 2021.

CUADRADO-BALLESTEROS, Beatriz; BISOGNO, Marco. Public sector accounting reforms and the quality of governance. **Public Money & Management**, [s. l.], v. 41, n. 2, p. 107–117, 2021.

DAHAN, Nicolas M.; DOH, Jonathan P.; RAELIN, Jonathan D. Pivoting the Role of Government in the Business and Society Interface: A Stakeholder Perspective. **Journal of Business Ethics**, [s. l.], v. 131, n. 3, p. 665–680, 2015.

DANDO, Nicole; SWIFT, Tracey. Transparency and Assurance Minding the Credibility Gap. **Journal of Business Ethics**, [s. l.], v. 44, n. 2, p. 195–200, 2003.

DECHOW, Patricia; GE, Weili; SCHRAND, Catherine. Understanding earnings quality: A review of the proxies, their determinants and their consequences. **Journal of Accounting and Economics**, [s. l.], v. 50, n. 2, p. 344–401, 2010.

DEEGAN, Craig Michael. Legitimacy theory: Despite its enduring popularity and contribution, time is right for a necessary makeover. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, [s. l.], v. 32, n. 8, p. 2307–2329, 2019.

DEEGAN, Craig. The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosures – A Theoretical Foundation. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, [s. l.], v. 15, p. 282–311, 2002.

DEWI, N.; AZAM, S.; YUSOFF, S. Factors influencing the information quality of local government financial statement and financial accountability. **Management Science Letters**, [s. l.], v. 9, n. 9, p. 1373–1384, 2019.

DONALDSON, Thomas; PRESTON, Lee E. The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. **Academy of Management Review**, [s. l.], v. 20, n. 1, p. 65–91, 1995.

DOWLING, John; PFEFFER, Jeffrey. Legitimidade Organizacional: Valores Sociais e Comportamento Organizacional. **Pacific Sociological Review**, [s. l.], v. 18, n. 1, p. 122–136, 1975.

DUAN, Huijue Kelly *et al.* Enhancing the government accounting information systems using social media information: An application of text mining and machine learning. **International Journal of Accounting Information Systems**, [s. l.], v. 48, p. 100600, 2023.

DUNN, Gemma; LAING, Matthew. Policy-makers perspectives on credibility, relevance and legitimacy (CRELE). **Environmental Science & Policy**, [s. l.], v. 76, p. 146–152, 2017.

EFFECTS OF VERACITY, MODALITY, AND SANCTIONING ON CREDIBILITY ASSESSMENT DURING MEDIATED AND UNMEDIATED INTERVIEWS - NORAH E. DUNBAR, MATTHEW L. JENSEN, JUDEE K. BURGOON, KATHERINE M. KELLEY, KYLIE J. HARRISON, BRADLEY J. ADAME, DANIEL REX BERNARD, 2015. [S. l.], [s. d.]. Disponível em: https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0093650213480175?casa_token=M5fL7Kprd7EAAAAA%3AND00iMouCKHV9mKGrO6pz396wmhEFGC81luyPnstzIOS2UhqoYvPFjpcv8eXYSKrC8G_oROAqc5yi3o. Acesso em: 25 jan. 2023.

EHRMANN, Michael; GEORGARAKOS, Dimitris; KENNY, Geoff. **Credibility Gains from Communicating with the Public: Evidence from the ECB's New Monetary Policy Strategy**. Rochester, NY: [s. n.], 2023. SSRN Scholarly Paper. Disponível em: <https://papers.ssrn.com/abstract=4361911>. Acesso em: 23 fev. 2023.

FACHIN, Juliana *et al.* Credibilidade de informações em tempos de COVID-19. **Revista Interamericana de Bibliotecología**, [s. l.], v. 43, n. 3, 2020. Disponível em: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0120-09762020000300003&lng=en&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 3 fev. 2023.

FARIAS-BATLLÉ, Pedro; CÓRDOBA-CABÚS, Alba; GÓMEZ-CALDERÓN, Bernardo. Young people and social networks: news consumption habits and credibility of the news. [s. l.], 2024. Disponível em: <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/31223>. Acesso em: 23 jul. 2024.

FERNANDES, Fernando Timoteo; CHIAVEGATTO FILHO, Alexandre Dias Porto. Perspectivas do uso de mineração de dados e aprendizado de máquina em saúde e segurança no trabalho. **Revista Brasileira de Saúde Ocupacional**, [s. l.], v. 44, p. e13, 2019.

FREEMAN, R. Edward. **Strategic Management: A Stakeholder Approach**. [S. l.]: Cambridge University Press, 2010.

FREEMAN, R. Edward; REED, David L. Acionistas e partes interessadas: uma nova perspectiva sobre governança corporativa. **California Management Review**, [s. l.], v. 25, n. 3, p. 88–106, 1983.

GAMA, Janyluce Rezende; DUQUE, Claudio Gottschalg; ALMEIDA, José Elias Feres de. Convergência brasileira aos padrões internacionais de contabilidade pública vis-à-vis as

estratégias top-down e bottom-up. **Revista de Administração Pública**, [s. l.], v. 48, p. 183–206, 2014.

GARCÍA-TABUYO, Manuela; SAEZ-MARTIN, Alejandro; CABA-PEREZ, Carmen. Proactive disclosure of public information: legislative choice worldwide. **Online Information Review**, [s. l.], v. 41, n. 3, p. 354–377, 2017.

GODENHJELM, Sebastian; JOHANSON, Jan-Erik. The effect of stakeholder inclusion on public sector project innovation. **International Review of Administrative Sciences**, [s. l.], v. 84, n. 1, p. 42–62, 2018.

GOMES, Ricardo Corrêa; LIDDLE, Joyce; GOMES, Luciana Oliveira Miranda. A Five-Sided Model Of Stakeholder Influence. **Public Management Review**, [s. l.], v. 12, n. 5, p. 701–724, 2010.

GOMES, Ricardo Corrêa; OSBORNE, Stephen P.; GUARNIERI, Patrícia. Influências dos *stakeholders* e desempenho do governo local: uma revisão sistemática da literatura. **Revista de Administração Pública**, [s. l.], v. 54, p. 448–467, 2020.

GRIMMELIKHUIJSEN, Stephan G.; MEIJER, Albert J. Effects of Transparency on the Perceived Trustworthiness of a Government Organization: Evidence from an Online Experiment. **Journal of Public Administration Research and Theory**, [s. l.], v. 24, n. 1, p. 137–157, 2014.

HAJLI, M. Nick *et al.* Credibility of information in online communities. **Journal of Strategic Marketing**, [s. l.], v. 23, n. 3, p. 238–253, 2015.

HAJLI, Nick. Ethical Environment in the Online Communities by Information Credibility: A Social Media Perspective. **Journal of Business Ethics**, [s. l.], v. 149, n. 4, p. 799–810, 2018.

HANIMANN, A. *et al.* Believing in Credibility Measures: Reviewing Credibility Measures in Media Research From 1951 to 2018. **International Journal of Communication**, [s. l.], v. 17, p. 214–235, 2023.

HETHERINGTON, Marc J. The Political Relevance of Political Trust. **American Political Science Review**, [s. l.], v. 92, n. 4, p. 791–808, 1998.

HIMICK, Darlene; BRIVOT, Marion; HENRI, Jean-François. An ethical perspective on accounting standard setting: Professional and lay-experts' contribution to GASB's Pension Project. **Critical Perspectives on Accounting**, [s. l.], v. 36, p. 22–38, 2016.

HOVLAND, CARL I.; WEISS, WALTER. The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness*. **Public Opinion Quarterly**, [s. l.], v. 15, n. 4, p. 635–650, 1951.

HYMAN, HERBERT H.; SHEATSLEY, PAUL B. Some Reasons Why Information Campaigns Fail. **Public Opinion Quarterly**, [s. l.], v. 11, n. 3, p. 412–423, 1947.

JAMES, Oliver; VAN RYZIN, Gregg G. Incredibly Good Performance: An Experimental Study of Source and Level Effects on the Credibility of Government. **The American Review of Public Administration**, [s. l.], v. 47, n. 1, p. 23–35, 2017.

KAPOOR, Payal S.; BALAJI, M.S.; JIANG, Yangyang. Effectiveness of sustainability communication on social media: role of message appeal and message source. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, [s. l.], v. 33, n. 3, p. 949–972, 2021.

KESHAVARZ, Hamid. Assessing the credibility of Web information by university students: findings from a case study in Iran. **Global Knowledge, Memory and Communication**, [s. l.], v. 69, n. 8/9, p. 681–696, 2020a.

KESHAVARZ, Hamid. Evaluating credibility of social media information: current challenges, research directions and practical criteria. **Information Discovery and Delivery**, [s. l.], v. 49, n. 4, p. 269–279, 2020b.

KESHAVARZ, Hamid; ESMAEILI GIVI, Mohammadreza. A scale for credibility evaluation of scientific websites: findings from a cross-contextual approach. **Online Information Review**, [s. l.], v. 44, n. 7, p. 1369–1386, 2020.

KESHAVARZ, Hamid; ESMAEILI GIVI, Mohammadreza; NOROUZI, Yaghoob. Credibility evaluation of scientific information on websites: Designing and evaluating an exploratory model. **Journal of Librarianship and Information Science**, [s. l.], v. 52, n. 4, p. 1086–1101, 2020.

KHAN, Asim Mehmood; SOROYA, Saira Hanif; MAHMOOD, Khalid. Impact of information credibility on social media information adoption behavior: a systematic literature review. **Library Hi Tech**, [s. l.], v. 42, n. 1, p. 261–283, 2022.

KIM, Sung Hwan; KIM, Hyomin; SONG, Sungsoo. Public Deliberation on South Korean Nuclear Power Plants: How Can Lay Knowledge Resist against Expertise?. **East Asian Science, Technology and Society: An International Journal**, [s. l.], v. 14, n. 3, p. 459–477, 2020.

KRISHNAN, Sarada Rajeswari. Decision-making processes of public sector accounting reforms in India—Institutional perspectives. **Financial Accountability & Management**, [s. l.], v. 39, n. 1, p. 167–194, 2023.

KUMAR, Prashant; UTKARSH. Effects of in-store information quality and store credibility on consumer engagement in green retailing. **Journal of Retailing and Consumer Services**, [s. l.], v. 71, p. 103195, 2023.

KURUPPU, Sanjaya C.; MILNE, Markus J.; TILT, Carol A. Gaining, maintaining and repairing organisational legitimacy: When to report and when not to report. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, [s. l.], v. 32, n. 7, p. 2062–2087, 2019.

LANG, Mark; RAEDY, Jana Smith; YETMAN, Michelle Higgins. How Representative Are Firms That Are Cross-Listed in the United States? An Analysis of Accounting Quality. **Journal of Accounting Research**, [s. l.], v. 41, n. 2, p. 363–386, 2003.

LEE, Chongmyoung. Factors influencing the credibility of performance measurement in nonprofits. **International Review of Public Administration**, [s. l.], v. 26, n. 2, p. 156–174, 2021.

LEE, Michael T.; RASCHKE, Robyn L. Stakeholder legitimacy in firm greening and financial performance: What about greenwashing temptations?☆. **Journal of Business Research**, [s. l.], v. 155, p. 113393, 2023.

LEONI, Giulia *et al.* Accounting, management and accountability in times of crisis: lessons from the COVID-19 pandemic. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, [s. l.], v. 34, n. 6, p. 1305–1319, 2021.

LIGUORI, Mariannunziata; STECCOLINI, Ileana. The power of language in legitimating public-sector reforms: When politicians “talk” accounting. **The British Accounting Review**, [s. l.], v. 50, n. 2, p. 161–173, 2018.

MAGNESS, Vanessa. Strategic posture, financial performance and environmental disclosure: An empirical test of legitimacy theory. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, [s. l.], v. 19, n. 4, p. 540–563, 2006.

MCCALLIG, John; ROBB, Alastair; ROHDE, Fiona. Establishing the representational faithfulness of financial accounting information using multiparty security, network analysis and a blockchain. **International Journal of Accounting Information Systems**, [s. l.], v. 33, p. 47–58, 2019.

MEIJER, Albert. Transparência. *In*: BOVENS, Mark; GOODIN, Robert; SCHILLEMANS, Thomas (org.). **The Oxford Handbook of Public Accountability**. [S. l.]: Oxford University Press, 2014. p. 0. Disponível em: <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199641253.013.0043>. Acesso em: 25 set. 2022.

METZGER, Miriam J.; FLANAGIN, Andrew J. Credibility and trust of information in online environments: The use of cognitive heuristics. **Journal of Pragmatics**, [s. l.], v. 59, Biases and constraints in communication: Argumentation, persuasion and manipulation, p. 210–220, 2013.

MOURA, Geovanne Dias de *et al.* Determinantes da Qualidade da Informação Contábil em Grandes Companhias Abertas Listadas na BM&FBOVESPA. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade (REPeC)**, [s. l.], v. 11, n. 3, 2017. Disponível em: <https://www.repec.org.br/repec/article/view/1572>. Acesso em: 24 jan. 2023.

MUH, Muh Nur Fithri *et al.* Determinants of Financial Report Reliability: Internal Control System Perspective: An Empirical Study on Takalar District Government. **European Journal of Business and Management Research**, [s. l.], v. 7, n. 1, p. 44–50, 2022.

NEVES, Fabrício Ramos; GÓMEZ-VILLEGAS, Mauricio. Reforma contábil do setor público na América Latina e comunidades epistêmicas: uma abordagem institucional. **Revista de Administração Pública**, [s. l.], v. 54, n. 1, p. 11–31, 2020.

NYAMATHULLA, S. *et al.* A Review on Selenium Web Driver with Python. **Annals of the Romanian Society for Cell Biology**, [s. l.], p. 16760–16768, 2021.

OFOEDA, Joshua; BOATENG, Richard; EFFAH, John. Application Programming Interface (API) Research: A Review of the Past to Inform the Future. **International Journal of Enterprise Information Systems (IJEIS)**, [s. l.], v. 15, n. 3, p. 76–95, 2019.

O’KEEFE, Barbara J. The logic of message design: Individual differences in reasoning about communication. **Communication Monographs**, [s. l.], v. 55, n. 1, p. 80–103, 1988.

PÄRL, Ülle *et al.* Dialogical turn of accounting and accountability integrated reporting in non-profit and public-sector organisations. **Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management**, [s. l.], v. 34, n. 1, p. 27–51, 2020.

PĂȘCAN, Irina-Doina. Measuring the Effects of IFRS Adoption on Accounting Quality: A Review. **Procedia Economics and Finance**, [s. l.], v. 32, Emerging Markets Queries in Finance and Business 2014, EMQFB 2014, 24-25 October 2014, Bucharest, Romania, p. 580–587, 2015.

PATTEN, Dennis M. Seeking legitimacy. **Sustainability Accounting, Management and Policy Journal**, [s. l.], v. 11, n. 6, p. 1009–1021, 2019.

PERES, Luciano Nurnberg. **Novo olhar sobre a qualidade da informação contábil: a ótica dos observatórios sociais**. 2017. text - Universidade de São Paulo, [s. l.], 2017. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-11072017-152619/>. Acesso em: 25 jan. 2023.

POORISAT, Thanomwong *et al.* Effects of Message Completeness and Source Expertise in Online Health Discussion Boards. **International Journal of Communication**, [s. l.], v. 13, n. 0, p. 24, 2019.

RADOMSKY, Guilherme; SCHNEIDER, Sergio. Nas teias da economia: o papel das redes sociais e da reciprocidade nos processos locais de desenvolvimento. **Sociedade e Estado**, [s. l.], v. 22, n. 2, p. 249–284, 2007.

RAMOS, Fernando M.; KLANN, Roberto Carlos. Relationship between quality in accounting information and organizational characteristics of the third sector entities. **Organizações & Sociedade**, [s. l.], v. 26, p. 09–27, 2019.

REISACH, Ulrike. The responsibility of social media in times of societal and political manipulation. **European Journal of Operational Research**, [s. l.], v. 291, n. 3, p. 906–917, 2021.

RICHARD, Genev e; ODENDAAL, Elza. Credibility-enhancing mechanisms, other than external assurance, in integrated reporting. **Journal of Management and Governance**, [s. l.], v. 25, n. 1, p. 61–93, 2021.

RIEGE, Andreas; LINDSAY, Nicholas. Knowledge management in the public sector: stakeholder partnerships in the public policy development. **Journal of Knowledge Management**, [s. l.], v. 10, n. 3, p. 24–39, 2006.

RIPOLL, Guillem; SCHOTT, Carina. Does public service motivation foster justification of unethical behavior? Evidence from survey research among citizens. **International Public Management Journal**, [s. l.], v. 0, n. 0, p. 1–22, 2020.

ROMANO, Fernanda Martins; CHIMENTI, Paula. O IMPACTO DAS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS NA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL DAS EMPRESAS. **São Paulo**, [s. l.], 2014.

ROSSONI, Luciano. O que é legitimidade organizacional?. **Organizações & Sociedade**, [s. l.], v. 23, n. 76, p. 110–129, 2016.

RUDZIONIENE, Kristina; JUOZAPAVICIUTE, Toma. Quality of Financial Reporting in Public Sector. **Social Sciences**, [s. l.], v. 82, n. 4, p. 17–25, 2013.

SARABIA-SANCHEZ, Francisco J.; CERDA-BERTOMEU, Maria. J. Expert stakeholders' expectations of how the public sector should act in place branding projects. **Journal of Place Management and Development**, [s. l.], v. 11, n. 1, p. 78–96, 2018.

SAVOLAINEN, Reijo. Judging the quality and credibility of information in Internet discussion forums. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, [s. l.], v. 62, n. 7, p. 1243–1256, 2011.

SCHMIDTHUBER, Lisa; HILGERS, Dennis; HOFMANN, Sebastian. International Public Sector Accounting Standards (IPSASs): A systematic literature review and future research agenda. **Financial Accountability & Management**, [s. l.], v. 38, n. 1, p. 119–142, 2022.

SERRA, Paulo. O princípio da credibilidade na selecção da informação mediática. **Animus. Revista Interamericana da Comunicação Midiática, Nº 1, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil, 2003, pp. 37-49.**, [s. l.], n. 1, 2003. Disponível em: <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/523>. Acesso em: 3 fev. 2023.

SHABANI, Ali; KESHAVARZ, Hamid. Media literacy and the credibility evaluation of social media information: students' use of Instagram, WhatsApp and Telegram. **Global Knowledge, Memory and Communication**, [s. l.], v. 71, n. 6/7, p. 413–431, 2021.

SHARMA, Utkarsh; KUMAR, Shishir. Feature-Based Comparative Study of Machine Learning Algorithms for Credibility Analysis of Online Social Media Content. *In:* , 2022, Singapore. (Priyadarsi Nanda et al., Org.) **Data Engineering for Smart Systems**. Singapore: Springer, 2022. p. 13–25.

SOARES, Márcia Miranda; NEIVA, Pedro Robson Pereira. Federalism and Public Resources in Brazil: Federal Discretionary Transfers to States. **Brazilian Political Science Review**, [s. l.], v. 5, p. 94–116, 2023.

SONG, Hayeon *et al.* What message features influence the intention to share misinformation about COVID-19 on social media? The role of efficacy and novelty. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], v. 138, p. 107439, 2023.

SPINDOLA, Raila; SANTOS, Gilberto Lacerda. Mídias sociais como meio para coleta de dados em pesquisas de educação: estudo de caso de uso do twitter. **ETD - Educação Temática Digital**, [s. l.], v. 25, p. e023045–e023045, 2023.

STECCOLINI, Ileana. Accounting and the post-new public management: Re-considering publicness in accounting research. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, [s. l.], v. 32, n. 1, p. 255–279, 2018.

STERNTHAL, BRIAN; PHILLIPS, LYNN W.; DHOLAKIA, RUBY. The Persuasive Effect of Scarce Credibility: A Situational Analysis. **Public Opinion Quarterly**, [s. l.], v. 42, n. 3, p. 285–314, 1978.

SUCHMAN, Mark C. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. **Academy of Management Review**, [s. l.], v. 20, n. 3, p. 571–610, 1995.

TRAN, Yen Thi; NGUYEN, Nguyen Phong; HOANG, Trang Cam. The role of accountability in determining the relationship between financial reporting quality and the performance of public organizations: Evidence from Vietnam. **Journal of Accounting and Public Policy**, [s. l.], v. 40, n. 1, p. 106801, 2021.

TROCZ, Pedro Junior Oliveira *et al.* Prática de responsabilidade corporativa sustentável: legitimidade a partir da evidenciação e do disclosure voluntário em instituições financeiras de acordo com o relato integrado segundo o IIRC. **Revista de Contabilidade e Controladoria**, [s. l.], v. 14, n. 1, 2022. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/rcc/article/view/80037>. Acesso em: 3 fev. 2023.

VALENTE, Nelma T. Zubek; FUJINO, Asa. Attributes and dimensions of information quality in Accounting Sciences and Information Science: a comparative analysis. **Perspectivas em Ciência da Informação**, [s. l.], v. 21, p. 141–167, 2016.

VIEGAS, Rafael Rodrigues *et al.* A comunicação dos Tribunais de Contas e Ministérios Públicos nas redes sociais: os desafios da *accountability* na democracia digital. **Revista de Administração Pública**, [s. l.], v. 56, p. 324–348, 2022.

WANG, Wei *et al.* Media or message, which is the king in social commerce?: An empirical study of participants' intention to repost marketing messages on social media. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], v. 93, p. 176–191, 2019.

WANG, Tao *et al.* Study of country-of-origin image from legitimacy theory perspective: Evidence from the USA and India. **Industrial Marketing Management**, [s. l.], v. 43, n. 5, p. 769–776, 2014.

WESTERMAN, David; SPENCE, Patric R.; VAN DER HEIDE, Brandon. Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information*. **Journal of Computer-Mediated Communication**, [s. l.], v. 19, n. 2, p. 171–183, 2014.

WISDOM, Okere *et al.* Public sector accounting standards and quality of financial reporting: A case of Ogun state government administration in Nigeria. [s. l.], p. 7,

WYNNE, Brian. Elephants in the rooms where publics encounter “science”?: A response to Darrin Durant, “Accounting for expertise: Wynne and the autonomy of the lay public”. **Public Understanding of Science**, [s. l.], v. 17, n. 1, p. 21–33, 2008.

XIAO, Xinning; SHAILER, Greg. Stakeholders' perceptions of factors affecting the credibility of sustainability reports. **The British Accounting Review**, [s. l.], v. 54, n. 1, p. 101002, 2022.

YUEN, Kum Fai *et al.* Social media engagement of stakeholders in the oil and gas sector: Social presence, triple bottom line and source credibility theory. **Journal of Cleaner Production**, [s. l.], v. 382, p. 135375, 2023.

APÊNDICE A - Palavras-chave utilizadas no objetivo 1

Arrecadação da receita	Disponibilidades de caixa
Ativo	Disponibilidades de recursos
Ativo circulante	Disponibilidades financeiras
Ativo imobilizado	Fluxo de caixa
Ativo intangível	Imposto de transmissão de bens imóveis
Ativo não circulante	Imposto sobre propriedade territorial urbana
Ativo permanente	Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza
Ativo realizável a longo prazo	IPTU
Balanço consolidado	ITBI
Balanço de pagamento	Isenção tributária
Balanço financeiro	ISS
Balanço orçamentário	ISSQN
Balanço patrimonial	Passivo
Débito	Passivo circulante
Débitos	Passivo compensado
Demonstração contábil	Passivo exigível a longo prazo
Demonstração financeira	Passivo financeiro
Demonstrações contábeis	Passivo permanente
Demonstrações financeiras	Passivos
Despesa	Patrimônio líquido
Despesa com pessoal	Receita
Despesa corrente	Receita orçamentária
Despesa de capital	Receita pública
Despesa de custeio	Receitas
Despesa de pessoal	Receitas orçamentárias
Despesa pública	Receitas públicas
Despesa total com pessoal	Recursos públicos
Despesas com pessoal	Regime de competência
Despesas correntes	Tributação
Despesas de capital	Tributada
Despesas públicas	
Disponibilidade de caixa	

Tributadas
Tributado
Tributária
Tributárias

Tributário
Tributários
Tributo
Tributos

APÊNDICE B - Roteiro de entrevista semiestruturada

Sobre o participante (perguntas gerais)

1. Qual a sua função? O(a) senhor (a) trabalha nela há quanto tempo? (Como ela se relaciona com as informações contábeis? - caso não fique claro)

Dimensão produtiva

2. Como são elaboradas as informações contábeis? (Como é a estrutura do local em que a informação é feita? Quantos colaboradores?)

3. O(a) senhor(a) percebe a necessidade de algum avanço para ampliar a comunicação das informações contábeis?

4. O que o(a) senhor(a) percebe como credibilidade da informação?

Há algum elemento capaz de aumentar a credibilidade da informação? Ele já está implementado? Há uma preocupação para melhorar a credibilidade da informação?

Dimensão Observacional

5. Como você acha que a comunicação de informações contábeis pode ocorrer para aumentar a credibilidade destas?

6. Quem o(a) senhor(a) acredita ser os usuários das informações produzidas?

7. O(a) senhor(a) acredita que o nível de educação, renda, viés político do usuário da informação contábil vai mudar a percepção dele sobre as informações? Existe algum cuidado que é tomado relacionado ao nível de educação dos usuários? Existe outra variável que o(a) senhor(a) acha que pode influenciar nestas percepções?

8. Existe alguma preocupação sobre como as informações são feitas para que elas possam ser melhor percebidas pelos usuários? Qual?

9. O(a) senhor(a) acha sobre a emissão de informações em redes sociais?

10. Qual sua opinião sobre o modo como as informações contábeis são comunicadas nos veículos utilizados?

11. Existe algum cuidado que deve ser tomado para facilitar o uso de informações contábeis?

12. Deseja relatar alguma coisa relacionada as informações contábeis? Se sim, sinta-se à vontade.

APÊNDICE C - Roteiro do questionário

Bloco I – Informações sobre o participante da pesquisa

Em qual grupo você se encaixa como participante da pesquisa?

- () Estudante de graduação em Ciências Contábeis em Universidade Pública
- () Estudante de graduação em Ciências Contábeis em Universidade Privada
- () Professor(a) de Ciências Contábeis em Universidade Pública
- () Professor(a) de Ciências Contábeis em Universidade Privada
- () Aluno(a) de Pós-Graduação em Ciências Contábeis
- () Vereador(a)
- () Membro de Associação de Comerciantes
- () Membro de Associação de Prestadores de Serviços
- () Membro de Associação de Indústrias ou Empresas

Bloco II – Confiança

Cenário 1- Você está navegando pelo site oficial da prefeitura de Belo Horizonte e se depara com o relatório contábil anual, que detalha, por exemplo, os ativos e os passivos de 2023 da prefeitura por meio de seu Balanço Patrimonial. O Balanço Patrimonial é minucioso, apresentando informações técnicas sobre os bens, direitos e as obrigações que o município possui. Algo te chama a atenção, você observa que a prefeitura tem uma grande quantidade de imóveis, principalmente edifícios. As notas explicativas esclarecem sobre estes ativos, sobretudo os seus valores. A Prefeitura de Belo Horizonte, conhecida por sua aderência rigorosa aos padrões contábeis, foi recentemente premiada como a capital com a melhor qualidade de dados contábeis e fiscais do país. Contudo, ao examinar os Balanços Patrimoniais dos anos anteriores, você percebe que os valores desses imóveis permaneceram os mesmos. No entanto, você já encontrou, em redes sociais, reclamações sobre a situação dos edifícios pertencentes ao município, gerando debates acalorados nas redes sociais e impulsionando a participação dos cidadãos.

Com base na situação:

- a) Quão confiante você está nas informações contábeis publicadas pela prefeitura de Belo Horizonte?
- b) Quanto você acredita que a equipe responsável pela elaboração das informações contábeis demonstra competência técnica e profissionalismo?
- c) Quanto você acredita que as informações contábeis publicadas são honestas e refletem a realidade financeira da prefeitura? (Honestidade = agir seguindo normas éticas e morais socialmente aceitas).
- d) Quanto você acredita que a prefeitura atua de boa-fé ao divulgar as informações contábeis? (Boa-fé = intenção genuinamente boa) Com base na situação:
- d) Quanto você acredita que a prefeitura atua de boa-fé ao divulgar as informações contábeis? (Boa-fé = intenção genuinamente boa)
- e) Que medidas você sugeriria para aumentar sua confiança nas informações contábeis publicadas pela prefeitura?

Bloco III – Credibilidade da mensagem

Cenário 2- Imagine que você está navegando pelo site da Prefeitura de Belo Horizonte e encontra o relatório contábil-financeiro de 2023 publicado, composto por demonstrações contábeis e notas explicativas. Ao examinar o conteúdo do relatório, que foi publicado em 2024,

you perceive that the tax revenue totaled R\$ 6.302.871.544,73 reais. However, your interest is in how these revenues were destined for public health services, due to your dissatisfaction. In the Financial Balance of the municipality, it is noted that there was a real increase of 5,1% in these revenues in comparison to the previous year, while expenses in the health area, evidenced an increase of 11% in the execution of values destined for health. The main expenses were destined to basic health units. In the Financial Balance, the information for 2021 and 2022 are also available, and you note some fluctuations in health expenses, especially due to the influence of the pandemic.

The municipality assures that all accounting information follows rigorously the standards and legal norms in force, highlighting its commitment with transparency and control organs.

- a) How much do you believe that the accounting information provided by the municipality is relevant?
- b) How much do you believe that the accounting information provided by the municipality reflects faithfully the financial reality and the economic events of the municipality?
- c) How much do you believe that the accounting information is disseminated in a timely and appropriate manner to be useful in decision-making?
- d) How much do you believe that the accounting information issued by the municipality is understandable?
- e) How much do you believe that the accounting information published allows comparing the financial performance of the municipality with previous periods or with other municipalities?
- f) How much do you believe that the accounting information published is verifiable through independent audits or other confirmation methods?

Cenário 3: Imagine that you are navigating on the website of the Municipality of Belo Horizonte and find the 2023 financial statement published. You decide to analyze the document, which was also widely disseminated on social media of the municipality, such as X, Facebook and Youtube. When opening the report, you are faced with a section titled "Demonstration of Patrimonial Variations (DVP)". This demonstration presents, in detail, the revenues and expenses of the municipality throughout the year. From the expenses presented in the DVP, you observe that 35% of them were destined for health, 25% for education and 15% for public security. In addition, there is a section that details the expenses, showing that there was a 10% increase in capital expenses, mainly in infrastructure expenses in comparison to the previous year, with an explanatory note mentioning investments in new schools and hospitals. The municipality assures that all accounting information follows rigorously the standards and legal norms in force, highlighting its commitment with transparency and control organs.

- g) How much do you believe that the financial report published by the municipality is complete?
- h) How much do you believe that the accounting information provided by the municipality is presented in an objective manner, without biases or distortions?
- i) How useful do you consider the accounting information published by the municipality to understand the financial management of the municipality?
- j) How strong is the emotional appeal of the accounting information presented in the report?
- k) How strong is the rational appeal of the accounting information presented in the report?
- l) How much do you believe that the accounting information presented in the report is assertive and precise?

Bloco IV – Credibilidade da mídia

Cenário 4: Imagine que a Prefeitura de Belo Horizonte acaba de divulgar suas informações contábeis anuais, detalhando como os recursos públicos foram arrecadados e gastos ao longo do ano de 2023. Essas informações foram amplamente comunicadas em várias plataformas: o site oficial da prefeitura, além das redes sociais Facebook, X e YouTube. Cada uma dessas mídias foi estrategicamente escolhida para alcançar diferentes públicos e garantir que todos os cidadãos tenham acesso aos dados de maneira clara e acessível. Você decide revisar o conteúdo em cada uma dessas plataformas. No site da prefeitura, você encontra as informações apresentadas de maneira técnica e detalhada. O conteúdo é organizado em quadros, tabelas e gráficos, com uma tabela específica que mostra que a receita tributária do município atingiu 173,79 bilhões, acompanhada de um gráfico de pizza que ilustra a distribuição desse montante entre saúde, educação, segurança e outras áreas. Os gráficos de barras comparam os gastos deste ano com os anos anteriores, destacando, por exemplo, um aumento de 11% no orçamento destinado à saúde.

Ao visitar o Facebook, você se depara com um post mais extenso, onde as informações contábeis são explicadas em um texto de mais de cinco linhas. O post detalha, por exemplo, que 57 milhões foram investidos na construção de novas escolas, explicando como esses investimentos se alinham com o plano de desenvolvimento educacional da cidade. O texto é acompanhado por imagens das obras concluídas e links para acessar mais detalhes no site oficial. No X, a abordagem é mais concisa. As informações são divididas em uma série de tweets curtos e diretos, cada um focando em um ponto-chave. Um tweet destaca que “173,79 bilhões foram arrecadados em receitas tributárias em 2023, um aumento de X% em relação ao ano passado”, seguido por outro tweet mencionando “317 milhões foram destinados a projetos de infraestrutura, como a expansão da rede de transporte público”.

No YouTube você assiste a um vídeo em que um contador público da prefeitura apresenta as informações contábeis. No vídeo, ele explica, com o auxílio de gráficos animados, como os recursos foram geridos. Por exemplo, ele destaca a aplicação dos 17,79 bilhões arrecadados, mostrando como esses recursos foram distribuídos entre os diferentes setores e qual o impacto desses investimentos na vida dos cidadãos.

- m) Quão próximo você se sente das informações contábeis apresentadas através das diferentes mídias?
- n) Quanto você acredita ser atrativo as apresentações das informações contábeis nas diferentes mídias (site e redes sociais)?
- o) Quanto você acredita que são bem estruturadas as informações contábeis apresentadas em cada uma das mídias utilizadas pela prefeitura?
- p) Quanto você acredita que são precisas as informações contábeis apresentadas nas diferentes mídias utilizadas pela prefeitura?
- q) Quanto você acredita que é abrangente a cobertura das informações contábeis nas diferentes mídias utilizadas pela prefeitura?
- r) Quão credíveis você considera as informações contábeis apresentadas pela prefeitura através das diferentes mídias?

Bloco V – Credibilidade da fonte

Cenário 5: Imagine que a prefeitura de Belo Horizonte divulgou recentemente seu relatório contábil-financeiro de 2023. Este documento tem todas as demonstrações contábeis obrigatórias, que apresentam detalhes sobre ativos, passivos, receitas, despesas, investimentos e projetos em andamento. Este relatório foi amplamente comunicado por meio de diversas fontes, como o site oficial da prefeitura, jornais locais, e redes sociais (X, Facebook, e

YouTube). Cada uma dessas fontes apresentou as informações de maneira diferente. O site oficial forneceu um detalhamento técnico e completo, mostrando, por exemplo, que as receitas tributárias totais do município foram de 173,79 bilhões. Os jornais locais publicaram artigos analisando os principais pontos do relatório, e destacaram, para exemplificar, que as receitas tributárias aumentaram em 10%. Já as redes sociais divulgaram resumos e vídeos explicativos com entrevistas de autoridades da prefeitura, destacando que as receitas tributárias de 50 Bi foram para trazer novos serviços públicos à cidade. Diante disso, você decide analisar essas informações, levando em consideração não apenas o conteúdo do relatório, mas também a credibilidade, a ética, a forma de apresentação e a preocupação das diferentes fontes com o público.

- s) Quanto você considera que as fontes que comunicaram as informações contábeis da prefeitura (site oficial, jornais locais, redes sociais) são autoridades para comunicar o assunto.
- t) Você acredita que as fontes que comunicaram as informações contábeis da prefeitura agiram de maneira ética e moral?
- u) Quão bem você acha que a história e os dados financeiros foram narrados pelas diferentes fontes?
- v) Quanto você acredita que é racional e lógica a apresentação destas informações contábeis pelas diferentes fontes?
- w) Você acredita que as fontes de comunicação da prefeitura normalizaram a situação financeira apresentada ou abordaram os problemas de forma direta e transparente?
- x) Quanto você acredita que as diferentes fontes de comunicação da prefeitura levaram em consideração os sentimentos dos cidadãos ao apresentar as informações contábeis?

Bloco VI – Dimensão Produtiva

Cenário 6: Imagine que a Prefeitura de Belo Horizonte acaba de divulgar seu relatório contábil de 2023, que inclui as demonstrações contábeis e notas explicativas. Essas informações foram preparadas por uma equipe de contadores e especialistas financeiros da prefeitura. Cada detalhe foi revisado para garantir a precisão e a conformidade com as normas contábeis vigentes. O relatório foi transformado em diferentes formatos para ser compartilhado com a sociedade. No site oficial da prefeitura, o documento completo é disponibilizado em formato PDF, organizado em seções claras e detalhadas. As demonstrações contábeis são apresentadas com gráficos, como um gráfico de barras que ilustra a evolução das receitas tributárias nos últimos cinco anos. As notas explicativas complementam essas informações, explicando, por exemplo, como uma nova política de incentivo fiscal resultou em um aumento significativo na arrecadação do IPTU. Nas redes sociais, a comunicação é adaptada para diferentes públicos. No Facebook, um infográfico mostra, por exemplo, como 2,8 milhões foram investidos em educação. No X, a informação é condensada em uma série de tweets. Um especialista em comunicação digital seleciona os dados mais relevantes e os apresenta em frases curtas e impactantes. Um tweet diz: “Belo Horizonte investiu 5,2 milhões em saúde em 2023, ampliando o atendimento em 20%. Confira o relatório completo no nosso site”. No YouTube um vídeo foi produzido com a participação do secretário de finanças da prefeitura. Ao analisar essas diferentes formas de comunicação, você reflete sobre a produção e a divulgação, e se foram pensados em garantir que a sociedade tenha acesso a informações claras, precisas e acessíveis.

- y) Quanto você acredita que é eficaz a dimensão produtiva do processo de comunicação das informações contábeis pela prefeitura?
- z) Você acredita que existem maneiras de melhorar o modo como a prefeitura produz e comunica as informações contábeis?
- aa) Como você avaliaria seu nível de percepção sobre a credibilidade das informações contábeis comunicadas pela prefeitura?

- bb) Você acredita que o nível de educação da população influencia a percepção sobre a credibilidade das informações contábeis divulgadas pela prefeitura?
- cc) Você acredita que o nível de renda da população influencia a percepção sobre a credibilidade das informações contábeis divulgadas pela prefeitura?
- dd) Você acredita que fatores culturais influenciam a percepção das informações contábeis comunicadas pela prefeitura?
- ee) Você acredita que o viés político influencia a percepção das informações contábeis comunicadas pela prefeitura?

Bloco VII- Informações sobre o participante da pesquisa

1. Maior grau de Instrução:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Sem grau de instrução | <input type="checkbox"/> Graduação completa |
| <input type="checkbox"/> Ensino fundamental incompleto | <input type="checkbox"/> Graduação incompleta |
| <input type="checkbox"/> Ensino fundamental completo | <input type="checkbox"/> Especialização/MBA |
| <input type="checkbox"/> Ensino médio incompleto | <input type="checkbox"/> Mestrado |
| <input type="checkbox"/> Ensino médio completo | <input type="checkbox"/> Doutorado |

2 Em qual grupo a média de sua renda mensal se encaixa?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Até R\$1.000,00 | <input type="checkbox"/> Entre R\$7.001,00 até R\$10.000,00 |
| <input type="checkbox"/> Entre R\$1.001,00 até R\$ 2.000,00 | <input type="checkbox"/> Entre R\$10.001,00 até R\$15.000,00 |
| <input type="checkbox"/> Entre R\$2.001,00 até R\$3.000,00 | <input type="checkbox"/> Entre R\$15.001,00 até R\$22.000,00 |
| <input type="checkbox"/> Entre R\$3.001,00 até R\$5.000,00 | <input type="checkbox"/> Superior a R\$22.000,00 |
| <input type="checkbox"/> Entre R\$5.001 até R\$7.000,00 | |

3 Quanto a orientação política se considera mais favorável a qual grupo:

- Mais à esquerda
- Mais à direita
- Ao centro
- Sem viés