



A Transparência do Processo de Comunicação de Informações Econômico-Financeiras como Requisito para Autogestão ¹

Flávio MORGADO ²

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo

O modelo de gestão utilizado por cooperativas e por várias empresas formadas após a falência de um negócio anterior é a autogestão, no qual todos os membros da empresa são responsáveis pelas decisões. O artigo analisa a transparência do processo de comunicação como um requisito da democracia interna das empresas autogestionárias. Esse processo abrange os emissores, receptores, as mensagens e os canais. O estudo de caso foi feito na CooperJeans, e mostrou a prática da transparência no dia-a-dia da gestão, embora existam dificuldades operacionais e tecnológicas para garanti-la, além das dificuldades dos trabalhadores de se apropriarem do conhecimento sobre gestão, e também a dificuldade de encontrar uma linguagem que reflita com precisão a situação do negócio e que seja clara para os usuários.

Palavras-chave

Comunicação Organizacional; Transparência; Autogestão; Demonstrações Financeiras.

Apresentação

Uma das soluções encontradas por trabalhadores que perdem o emprego ou vêm a falência da empresa em que trabalham é o ingresso em uma cooperativa de produção, ou mesmo a criação, junto com outros trabalhadores, de uma empresa ou cooperativa a partir da massa falida do negócio anterior. Esses empreendimentos normalmente estão atrelados aos princípios da Economia Solidária, que em 2005 contava com 14.954 empresas, em 2.274 municípios do Brasil (MTE / SENAES, 2006, p.15).

O modelo de gestão utilizado por essas empresas é a autogestão, que é um modo de administrar em que todos os membros da empresa são responsáveis pelas decisões, tendo a transparência como requisito da democracia interna. Se por um lado os trabalhadores não têm mais um patrão, por outro lado devem tomar as decisões por si, ou seja, determinarem o próprio destino.

¹ Trabalho apresentado no NP Relações Públicas e Comunicação Organizacional do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do Curso de Comunicação e Semiótica da PUC-SP, email: fmorgado@pucsp.br.



O objetivo deste trabalho é analisar a transparência no processo de comunicação de informações econômico-financeiras como requisito para a autogestão. O processo de comunicação abrange o sistema formado principalmente por emissor, receptor, mensagem, canal. As informações econômico-financeiras são os balanços, resultados, fluxos de caixa, orçamentos, planejamento estratégico etc., necessárias para as decisões e compreensão da atividade empresarial.

A metodologia usada foi a do estudo de caso, que prevê a formulação teórica anterior ao trabalho de campo e a utilização, no campo, de um protocolo de estudo de caso. A empresa estudada foi a CooperJeans, de Arandu-SP, onde foram feitos levantamentos de documentos e entrevistas para observar a evidenciação contábil e a transparência do processo de comunicação de informações econômico-financeiras.

O processo de comunicação

O trabalho de Fiske (2005, p. 14) reflete o fato de existirem duas escolas principais no estudo da comunicação. A primeira escola, a processual, vê a comunicação como transmissão de mensagens. Estuda o modo como emissores e receptores codificam e decodificam mensagens, como transmissores usam canais e meios de comunicação, tendo como decorrência a preocupação com a eficiência e exatidão. Quando o efeito é diferente ou menor que o pretendido, fala-se em fracasso da comunicação, recomendando-se a análise do estágio do processo onde a falha ocorreu.

Para a segunda escola, a comunicação é produção e troca de significados, preocupando-se com o modo como as mensagens ou textos interagem com as pessoas a fim de produzirem significados, ou seja, preocupa-se com o papel dos textos em uma cultura. A eficiência comunicativa não é a preocupação dessa escola. As diferenças culturais entre o emissor e o receptor explicam os mal-entendidos (Idem, p. 14).

O modelo original de comunicação, de Shannon e Weaver, é um processo linear que consiste, segundo Chandler (2008), de cinco elementos: uma fonte de informação, que produz a mensagem; um transmissor, que codifica a mensagem para sinais; um canal, para o qual os sinais são adaptados para transmissão; um receptor, que decodifica (reconstrói) a mensagem a partir dos sinais recebidos; e um destino, onde a mensagem chega.



Um sexto elemento, o ruído, é um fator de disfuncionalidade, ou seja, alguma interferência no sinal trafegando pelo canal (como uma estática em um telefone ou rádio), que pode fazer com que o sinal recebido seja diferente do enviado.

A transparência do processo de comunicação pode se dar de diversas formas:

- Para o ambiente em geral, que pode ser obrigatória nos casos da lei, ou limitada, por escolha da empresa, a apenas a lei, ou pode ser maior que as exigências legais, como nos casos de *voluntary disclosure*;
- Para os parceiros de negócios, como compromisso ético com clientes e fornecedores, ou para permitir desenvolvimentos conjuntos.
- Em relação aos funcionários, como forma de facilitar a participação nas decisões e criar um ambiente de confiança, baseado em informações.

Para Solomon e Flores (2002, p. 19), a falta de transparência nos canais de comunicação pode levar à desconfiança. As reuniões para exposição de informações econômico-financeiras, principalmente aquelas que têm impacto sobre áreas ou pessoas (orçamento, investimento, bonificações etc.) podem tornar-se frustrantes e fracassarem em proporcionar oportunidades para a construção de confiança e a solução dos problemas.

O processo de comunicação de informações econômico-financeiras

O escopo desta investigação é a transparência do processo de comunicação de informações econômico-financeiras, que podem ser informações operacionais, do dia-a-dia (relatórios de vendas, compras, movimentações de estoque etc.) e também as informações codificadas do processo contábil.

O processo de comunicação contábil, segundo Moraes, Nagano e Melo (2004, p. 3-4), atende todos os requisitos do processo geral de comunicação, porém com adaptações. O fluxo da comunicação contábil pode ser descrito a partir da ocorrência de um evento econômico (fonte da informação), quando o emissor (contador, sistema informatizado ou funcionário treinado para isso) codifica a mensagem – lançamento da partida dobrada (débito/crédito) referente ao evento –, e disponibiliza, após a síntese, as demonstrações financeiras (Balanço patrimonial, Demonstração do Resultado etc.) para



os receptores (usuários da informação, normalmente acionistas, investidores e credores). Este processo é interativo. Os receptores não são passivos: eles agem, tomam decisões, respondem etc.

A informação contábil é passível de diversos problemas de compreensão e comunicação. Dentre eles, está o problema da necessidade de conhecimento contábil prévio, pois os sistemas tradicionais de contabilidade possuem um alto grau de significado semântico, por meio de tabelas, codificações contábeis e organização da informação. Pessoas que não possuem esse conhecimento têm sua capacidade de absorção da informação extremamente reduzida (DUNN e GRABSKI, 2000).

Segundo Moraes, Nagano e Melo (2004, p. 4), o problema da codificação recai sobre a teoria da comunicação (sintaxe, semântica e pragmática), respectivamente (símbolo/gramática, significado e efeito da mensagem). Em grande parte o sucesso da codificação está na capacidade do emissor em interpretar os eventos e codificá-los de uma maneira que o receptor ao inverter o processo e decodificar a mensagem obtenha a mesma interpretação. Para tanto, é necessária a correspondência entre a realidade e a mensagem, e que os possíveis significados da mensagem entre o emissor e o receptor sejam os mesmos.

Nessa relação, empresas interpretam os eventos econômicos (semântica) e os registram de acordo com as normas de contabilidade (sintaxe), codificam os registros contábeis sob a forma das demonstrações contábeis (signos) que são disponibilizadas aos usuários (observadores) e que os motivam a realizarem interações com as empresas, auxiliando a sua tomada de decisão (pragmática).

Assim, o contador deve fazer um esforço para que sua intenção de uma melhor comunicação seja percebida pelos usuários, valendo-se de técnicas complementares de evidenciação, como o uso de representações gráficas (RIBEIRO, RIBEIRO FILHO E FRAGOSO, 2003, p. 3).

Para Fuji e Slomski (apud Pereira, Fragoso e Ribeiro Filho, 2004, p. 5), conforme pesquisas realizadas no Brasil e Estados Unidos, a linguagem contábil e suas terminologias, notadamente nas notas explicativas, não são suficientemente compreensíveis aos usuários, possuindo alcance limitado, com efeitos adversos sobre o processo de análise, interpretação e, conseqüentemente, na otimização de resultados.



Para Michels (1995), as demonstrações contábeis devem ter um nível de detalhamento tal que os principais eventos econômico-financeiros, aqueles que causam impactos positivos ou negativos na situação do empreendimento, sejam informados aos associados, bem como se foram causados por decisões internas da cooperativa ou resultantes de fatores externos (políticas governamentais, clima, fatores internacionais etc.)

No trabalho de Almeida (2006), sobre a inserção da contabilidade nas empresas de autogestão, aparecem várias preocupações com a transparência, como na questão do conteúdo da informação, que reflete a pertinência da linguagem da comunicação com os usuários, principalmente quanto à compreensibilidade, face ao “baixo grau de educação formal” destes. A apropriação da informação pelos trabalhadores mostra a socialização do conhecimento de gestão, em oposição ao resguardo desse conhecimento para o grupo gestor. A linguagem utilizada é complicada (não inteligível), causando o silêncio e desinteresse por parte dos cooperados. (ALMEIDA, 2006, p. 86).

Para que haja a apropriação das informações, torna-se fundamental a existência de um processo de formação que utilize uma linguagem acessível aos trabalhadores, que use técnicas de educação popular, que sensibilize para a importância da contabilidade, que seja permanente e estruturada de forma crescente, ou seja, uma nova didática. (ALMEIDA, 2006, p. 91). As dificuldades foram agravadas também pela baixa participação dos trabalhadores nos cursos promovidos pela entidade de apoio.

Outro problema para a não apropriação da informação contábil é um legado da cultura predominante nos trabalhadores da segregação entre o pensar (administradores) e o executar (trabalhadores)

Governança Corporativa

As boas práticas de governança corporativa estão baseadas em quatro pilares - Equidade, Prestação de Contas, Transparência e Sustentabilidade Corporativa (KPMG, 2007, p. 2), e “têm a finalidade de aumentar o valor da sociedade, facilitar seu acesso ao capital e contribuir para a sua perenidade” (IBGC, 2008).

O interesse neste tema acentuou-se principalmente após os escândalos financeiros ocorridos em 2001, envolvendo a Enron, Worldcom e outras empresas, e que culminou com a aprovação da Lei Sarbanes-Oxley, em 2002, com o objetivo de



aperfeiçoar os controles internos financeiros e contábeis das empresas, visando garantir a transparência da gestão, a credibilidade contábil e a segurança de informações confidenciais, reduzindo as possibilidades de fraudes.

Para Ijiri (apud Nakagawa, 2007, p. 7) a razão de ser da contabilidade é a prestação de contas (*accountability*), que, para Nakagawa (2007, p. 7) “surge como o resultado de um adequado nível de evidenciação”. Para Vasconcelos e Viana (2002, p.21), a “qualidade da evidenciação torna-se fator de excelência para uma comunicação eficaz”. Também afirmam que a posse da tecnologia não é suficiente, se a informação não é compreendida nem compartilhada.

Segundo Dias Filho (2000, p. 40),

... o termo evidenciação permeia as principais reflexões, pois ele se identifica com os próprios objetivos da contabilidade, caracterizando-se como o meio pelo qual ela deve cumprir a sua missão, isto é, comunicar aos seus usuários informações relevantes para orientar decisões.

A Lei Sarbanes-Oxley é composta de requisitos específicos para governança corporativa e controles internos, tais como:

- Manutenção e avaliação regular da efetividade dos controles e procedimentos para divulgação de informações relevantes, e do relato de mudanças significativa nesses controles, incluindo qualquer ação corretiva relativa a deficiências significativas ou falhas graves (Seção 302), e a emissão de um relatório da efetividade dos controles internos sobre demonstrações financeiras (Seção 404);
- Divulgação rápida de informações adicionais referentes a mudanças significativas nas condições financeiras e operacionais (Seção 409);
- Proteção aos informantes (Seção 301), por meio do anonimato e confidencialidade nos comunicados referentes a problemas contábeis ou de auditoria; e da recepção, retenção e tratamento de reclamações recebidas pelos informantes de problemas contábeis ou de auditoria.

No Brasil, as exigências de governança corporativa provêm principalmente da Bovespa, por meio dos Níveis Diferenciados de Governança 1 e 2 e do Novo Mercado. Empresas listadas nesses segmentos se comprometem, voluntariamente, com a adoção de práticas de governança corporativa adicionais em relação ao que é exigido pela



legislação, influenciando positivamente o valor e a liquidez das ações e reduzindo o custo de captação, devido ao grau de segurança que oferecem, pelos direitos que concedidos aos acionistas e pela qualidade das informações divulgadas (BOVESPA, 2008). Existe ainda a nova lei 11.638, que determina a necessidade das instituições financeiras e das companhias abertas de apresentar as demonstrações seguindo as normas internacionais, trazendo oportunidades de ganhos para as empresas e para o Brasil, incluindo a maior transparência e credibilidade perante os investidores e o mercado em geral (RAMON, 2008, p. 18).

Economia Solidária e autogestão

Para o Sistema Nacional de Informações da Economia Solidária (SIES), a Economia Solidária é “o conjunto de atividades econômicas – de produção, consumo, poupança e crédito – organizadas e realizadas solidariamente por trabalhadores e trabalhadoras sob forma coletiva e autogestionária” (MTE / SENAES, 2006, p. 11).

Um dos princípios da Economia Solidária é a gestão democrática da empresa, que necessita, para ser efetiva, de transparência das informações sobre o negócio.

A autogestão numa empresa solidária é – ou deveria ser – totalmente diferente da gestão capitalista, em primeiro lugar porque os conflitos entre interesses seccionais devem ser muito menores e em segundo porque podem ser travados abertamente e resolvidos por negociações em que todos tomam parte. Numa empresa solidária todas as informações relevantes estão disponíveis aos interessados. A contabilidade e os demais sistemas de controle são desenhados para que a transparência impere, de modo que a participação de todos nas decisões possa acontecer (SINGER, 2000, p. 20).

A prática da transparência deve ser construída no dia-a-dia, em cada decisão, em cada distribuição de sobra, em cada crise. Segundo Castoriadis (1983, p. 214),

... decidir é decidir com conhecimento de causa. Não será mais a coletividade quem decidirá, mesmo se “votar” formalmente, se alguém ou alguns dispuserem sozinho das informações e definirem os critérios a partir dos quais uma decisão é tomada. Isto significa que aqueles que decidem devem dispor de todas as informações pertinentes. Mas também que eles mesmos podem definir os critérios a partir dos quais decidem. E que, para fazer isso, dispõem de uma formação cada vez mais ampla.

A questão é de como decidir sem as informações necessárias para uma boa decisão? E como se aprende a decidir se o máximo que se faz é executar o que outros decidiram? Assim, a coletividade torna-se “opaca” porque as informações ficam retidas na cúpula. Ocorre, também, um grande desperdício, pela falta de informações que os



empregados deveriam saber, e a inventividade e iniciativa, formalmente reservadas para a direção, também não aparece na base (Idem, p. 214).

Segundo a ANTEAG (2007, p. 41), para que se estabeleça, de fato, a autogestão, é necessário transparência na transmissão das informações, sejam números ou acontecimentos, transmitidos por meio de canais diversos: boletins, jornais, murais, rádio peão (quando construtiva), atas. São importantes a quantidade de canais, a qualidade da informação e o preparo daqueles que irão receber as informações. Cursos de compreensão básica sobre a gestão da cooperativa e de outros temas são muito úteis para facilitar o acompanhamento por parte dos trabalhadores da situação da empresa. A apresentação das informações de maneira didática é oportuna, principalmente as econômico-financeiras, mais polêmicas e de maior interesse.

Os cursos de aprofundamento devem trabalhar a formação, sobretudo no “desenvolvimento e uso de ferramentas que possam auxiliar a gestão do negócio, e da produção/ prestação de serviço. A elaboração do Plano de Negócios, de Sistemas de Qualidade etc. podem ser recursos metodológicos interessantes”. Não se deve, no entanto, restringir esta formação apenas aos administradores, pois, quanto mais “os conhecimentos estejam disseminados entre os trabalhadores, mais harmônicas tendem a ser as relações dentro da empresa” (ANTEAG, 2005, p. 24).

Nos indicadores da Autogestão, destinados a tornar objetiva a avaliação das “situações que revelam o momento do processo de construção da autogestão, em uma empresa, pelos trabalhadores associados”, incluem-se dois dedicados à transparência (Idem, p. 37):

- a) **Transparência Administrativa / Financeira:** esses indicadores servem para a observação dos fatores básicos de transparência do gerenciamento da empresa, baseado na elaboração e divulgação de informações aos trabalhadores. São eles a elaboração e divulgação de balancete mensal; a análise do balancete e divulgação do parecer pelo Conselho Fiscal; e a elaboração de planejamento e divulgação dos atos da administração / produção;
- b) **Transparência na Distribuição dos Resultados:** servem para medir a justa remuneração do trabalho desenvolvido pelo conjunto dos sócios da empresa.



São eles a definição de retiradas; a remuneração de cargos de direção; e a razão entre a menor e maior retirada.

Outro conjunto de indicadores, mais voltado para questões comportamentais dos trabalhadores em empresas de autogestão foi proposto pelo IBASE, em conjunto com a ANTEAG, e também contempla a questão da transparência, no item referente aos meios e canais de participação e informação (IBASE / ANTEAG, 2004, p. 18), incluindo:

- a regularidade dos canais de participação e informação;
- as informações de gestão repassadas aos trabalhadores;
- a utilização regular de meios de comunicação (boletins, jornais, programas de rádio etc.);
- a capacitação dos trabalhadores em gestão associada (realização de cursos);
- canais em que trabalhadores de um mesmo setor trocam informações e definem caminhos a seguir;
- encontros com outras experiências similares;
- existência de encontros preparatórios para as reuniões deliberativa; e
- a rotatividade dos cargos diretivos.

O acompanhamento da vida financeira da cooperativa e a compreensão do mecanismo de ingresso, dispêndio, repasse e sobras pode ser facilitado se um fluxo de caixa atualizado, organizado adequadamente para a visualização pelos cooperados, com boas justificativas, for apresentado periodicamente. “A capacitação nesses conteúdos é de imenso valor para que se consiga atingir a compreensão e participação dos cooperados” (ANTEAG, 2007, p. 43).

A pesquisa de campo

A questão principal desse trabalho é: como a transparência do processo de comunicação pode contribuir para a autogestão? Assume, assim, a forma de um estudo explanatório (como e por quê?), podendo usar como estratégia o estudo de caso, pois examina eventos contemporâneos, permitindo-se lidar com ampla variedade de evidências – documentos, artefatos, entrevistas e observações (YIN, 2001, p. 27).

Um projeto de pesquisa organiza, de forma coerente, quais as questões a serem estudadas, quais dados serão relevantes para esse estudo, como serão coletados e como serão analisados os resultados. A ligação entre esses componentes é dada pela formulação de uma teoria preliminar sobre o tópico de estudo, feita antes de qualquer coleta de dados (Idem, p. 49).

Foram definidas as seguintes proposições teóricas, na forma de hipóteses ou premissas a serem verificadas:



I – Empresas de autogestão têm maiores dificuldades operacionais e tecnológicos que as empresas de capital aberto para garantir a transparência nas demonstrações financeiras.

II – Os dados comunicados são os tradicionais da contabilidade, sem uma didática própria para garantir transparência. Usa-se jargão na comunicação.

III – Não é incentivada a compreensão, por parte dos receptores, das informações recebidas.

IV – A comunicação voluntária como o mercado não é praticada, não só pela falta de vontade, mas pelas mesmas dificuldades da divulgação interna.

As variáveis dependentes, derivadas das teorias estudadas, e que serviram de base para as perguntas do protocolo de estudo de caso são:

- Como é feito o acompanhamento, pelos cooperados, da vida financeira da cooperativa? Existe formação para isso?
- Como é a explicação da situação da empresa nas assembleias? Usa-se o jargão na comunicação de informações econômico-financeiras?
- Usa-se, ou não, a contabilidade gerencial? Existe a figura, mesmo informal, do *controller*? O lançamento das transações é multidimensional, permitindo visões (perspectivas) múltiplas da informação contábil?
- Qual o grau de participação dos associados na elaboração de orçamentos?
- Existem rateios no sistema de custeio da empresa? Os custos que cada área da empresa assumem são, ou não, compreendidos pelos envolvidos?
- Existem contas “diversos”, “outros”, “transitórias” ou “a classificar”?;

Resultados obtidos

As entrevistas e observações foram feitas com:

- Srta. Maria de Lourdes Roder, presidente e gestora da CooperJeans, em Arandu, São Paulo.

- Sr. José Reitor Rizzardi, advogado e assessor jurídico da ANTEAG (Associação Nacional dos Trabalhadores em Empresas de AutoGestão e Participação Acionária), à qual a CooperJeans é filiada.
- Observação do processo produtivo da CooperJeans (separação, costura, acabamento, qualidade etc.), que conta com 56 cooperados (costureiras, costureiros, técnico de manutenção, faxineiras, seguranças e administradores) e das informações que são compartilhadas pelos trabalhadores e trabalhadoras.

Uma adaptação do modelo tradicional de Shannon e Weaver para o tipo de comunicação e de empresa estudados nesse trabalho, com foco na transparência, tem os seguintes elementos:

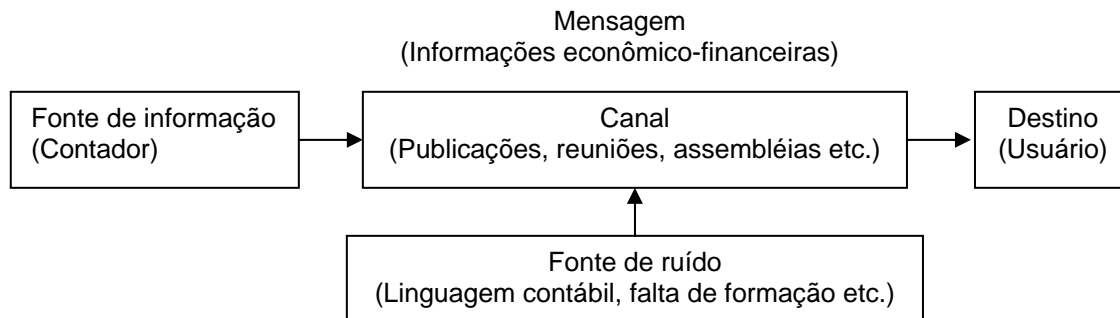


Ilustração 1 - Modelo de Shannon e Weaver adaptado para autogestão

A questão da transparência envolve todos os elementos do processo de comunicação: a decisão do emissor sobre a mensagem que será divulgada; a escolha do canal de comunicação; o formato da mensagem; as dificuldades (ruídos) da comunicação; e a compreensão do destinatário.

a) O território do emissor

Os gestores utilizam um relatório de resultados, chamado de orçamento, contendo o faturamento por cliente, as despesas por tipo, o pagamento de investimentos, a sobra e o percentual sobre os pontos de referência por função, usado para a remuneração dos cooperados. Nesse relatório não existem contas “diversos” ou “outros”, não havendo a prática de esconder informações nesse tipo de conta.

É esse relatório que é usado para o acompanhamento da vida financeira da cooperativa. A formação para tal compreensão é dada pelos próprios gestores, pelo contador e pela ANTEAG. Quando da análise da situação atual, vista sob a perspectiva



desse relatório, são feitas discussões sobre a projeção desses dados, configurando-se o exercício de um orçamento coletivo.

Existe também um relatório com cada item produzido, que também é usado para o controle da qualidade, comparando-se as medidas de cada lote e as eventuais diferenças em relação ao padrão esperado.

A remuneração dos cooperados é baseada na Tabela Básica de Retribuição por Função, que estabelece, para cada função dentro da cooperativa (costura, mecânica, gestão, faxina, segurança etc.) uma quantidade de pontos. Dentro de uma mesma função podem existir diferenças devidas à experiência de cada pessoa (aprendiz, experiente, especialista etc.). Essa diferença é discutida e aceita pelos cooperados.

Dentro de cada função existe um padrão de produção, ou seja, um compromisso de produtividade de acordo com o nível de especialização / experiência de cada função. O padrão não é imposto, é feito por acordo entre os cooperados. Se algum dos cooperados não mostra compromisso com a cooperativa, acaba ficando “sem espaço” para atuar e acaba pedindo o desligamento.

A contabilidade é terceirizada. A cooperativa envia, no final do mês, os documentos para o escritório contábil (notas fiscais emitidas, notas fiscais de compra, recibos de pagamentos de despesas, movimentações bancárias etc.). O escritório faz os lançamentos contábeis (escrituração) e envia de volta as demonstrações financeiras que serão usadas nas assembleias e fornecidas a terceiros (bancos e fiscalização). Isso dificulta a utilização das informações contábeis para a tomada de decisão operacional, pela falta de oportunidade. Mesmo na apresentação do Balanço e do Resultado na Assembleia, os cooperados questionam sobre as contas mais comuns (receitas, custos, despesas, bancos, contas a pagar etc.), deixando de lado aquelas cujos conceitos são mais complexos (diferido, depreciação, provisões etc.).

Uma proposta que pode ser interessante, do ponto de vista da gestão e da transparência é a implantação de uma contabilidade gerencial, que explique cada dimensão do resultado e que permita que dela se derive a contabilidade fiscal. Existe uma dificuldade de cálculo de custos, principalmente dos custos indiretos. Uma proposta é a implantação do custeio por atividades.



b) O território do canal e da mensagem

O contato cotidiano dos trabalhadores da Cooperjeans com as informações sobre os negócios da empresa é feito por meio de um mapa de produção, escrito em uma lousa com giz pelos gestores, contendo os detalhes dos pedidos: características, medidas, volumes, preços negociados, prazos etc.

A linguagem utilizada não é somente verbal (oral e escrita). Em um dos grandes momentos do processo comunicativo nas empresas de autogestão, que é a assembléia dos associados, a comunicação se dá também por meio de componentes visuais e sonoros (apresentações, reuniões etc.).

Na CooperJeans, as assembléias são feitas no horário de trabalho, para garantir a participação dos cooperados. Além das assembléias, ocorrem, mais rotineiramente, as plenárias, também com a presença de todos, de caráter não oficial (não registrado em cartório), indicativa de soluções e preparatória para as decisões da assembléia (“não se pode deixar tudo para a assembléia, pois não há tempo, nem fôlego”).

Uma forma de obter participação e gerar confiança é conversando-se, muito, sobre a gestão, mesmo parecendo-se repetitivo. Tal como nos processos educativos, a conversa é a forma de criar um contexto favorável a mais conversas e decisões mais democráticas. Os gestores têm claro que precisam explicar as decisões sempre que houver dúvida. No dia-a-dia, todos acabam sabendo dos problemas. Quando ocorrem perdas todos são informados e discutem o assunto, pois, afinal, “não é o dinheiro do patrão que foi perdido”.

c) O território do receptor

Um aspecto interessante da utilidade da informação contábil é a percepção desta como geradora de confiança entre os trabalhadores, como instrumento de transparência, ou, conforme também aparece em Almeida (2006, p.89), para dar a tranquilidade no trabalho e motivação. Segundo essa autora, a principal causa de problemas na Economia Solidária é a falta de confiança e a falta de autonomia por conta da falta de informação.

Um agregado importante do processo de comunicação é a formação dos usuários da informação econômico-financeira para sua compreensão. Não se pode falar em confiança autêntica sem esse ingrediente. A CooperJeans utiliza os cursos de formação em autogestão da ANTEAG.



Referências bibliográficas

ALMEIDA, Edir Antonia. **Contabilidade e autogestão – Um estudo sobre a dimensão contábil nos processos de autogestão dos empreendimentos de economia solidária**. São Paulo. Dissertação de Mestrado em Ciências Contábeis. USP – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, 2006.

ANTEAG – Associação Nacional dos Trabalhadores em Empresas de AutoGestão e Participação Acionária. **Autogestão e economia solidária: uma nova metodologia**. 2º vol., São Paulo: ANTEAG, 2005.

_____. **Autogestão e economia solidária: uma nova metodologia**. 3º vol., São Paulo: ANTEAG, 2007.

BOVESPA. **Empresas / Governança corporativa / Novo mercado**. Disponível em <http://www.bovespa.com.br/Empresas/GovernancaCorporativa.asp>. Acesso em 24/04/2008.

CASTORIADIS, Cornelius. **Socialismo ou barbárie: o conteúdo do socialismo**. São Paulo: Brasiliense, 1993.

CHANDLER, Daniel. **The Transmission Model of Communication**. Disponível em <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/trans.html>. Acesso em 15/05/2008.

DIAS FILHO, José Maria. A Linguagem utilizada na evidenciação contábil: uma análise de sua compreensibilidade à luz da teoria da comunicação. In: **Caderno de Estudos FIPECAFI**, São Paulo – SP, v.13, n. 24, p. 38 - 49, julho/dezembro, 2000.

DUNN, Cheryl L.; GRABSKI, Severin V. Perceived semantic expressiveness of accounting systems and task accuracy effects. In: **International Journal of Accounting Information Systems**, n. 1, p. 79-87, 2000.

FISKE, John. **Introdução ao estudo da comunicação**. Trad. Maria Gabriela Rocha Alves. 9 ed., Portugal, Porto: Edições ASA, 2005.

IBASE / ANTEAG. **Autogestão em avaliação**. São Paulo: Anteag Edições, 2004.

IBGC – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. **Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa**. Disponível em http://www.ibgc.org.br/download/arquivos/Codigo_IBGC_3_versao.pdf. Acesso em 05/05/2008.

KPMG Risk Advisory Services Ltda. **2º Estudo Sobre as Melhores Práticas de Governança Corporativa no Brasil e nos Estados Unidos – 2007 Base - Relatório Anual 20–F**. Disponível em http://www.kpmg.com.br/publicacoes/advisory/ras/iarcos/KPMG_Estudo_20F_2007_Final.pdf Acesso em 24/04/2008.



MICHELS, Valdir. **Contabilidade e gestão em cooperativas de produção agrícola: uma contribuição à análise das funções da contabilidade como sistema de informações no auxílio da autogestão e formação de capital.** São Paulo. Dissertação (Mestrado em contabilidade). Departamento de Contabilidade da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 1995.

MORAES, Marcelo Botelho da Costa; NAGANO, Marcelo Seido; MELO, Edgard Monforte. Mensuração da Semiótica na Codificação das Demonstrações Contábeis por Meio de Redes Neurais. In: **4º Congresso USP de Controladoria e Contabilidade.** São Paulo – SP, 2004.

MTE / SENAES - Ministério do Trabalho e Emprego / Secretaria Nacional de Economia Solidária. **Atlas da Economia Solidária no Brasil 2005.** Brasília, 2006.

NAKAGAWA, Masayuki. Accountability: A razão de ser da contabilidade. In: **Revista Contabilidade & Finanças – USP.** São Paulo, n. 44, p. 3-8, Maio/Agosto, 2007.

PEREIRA, Cláudia Catarina; FRAGOSO, Adriana Rodrigues; RIBEIRO FILHO, José Francisco. Comunicação em contabilidade: estudo comparativo do nível de percepção de usuários da informação contábil em Florianópolis (SC) e Recife (PE) sobre a utilidade das representações gráficas no processo de evidenciação. In: **4º Congresso USP de Controladoria e Contabilidade.** São Paulo – SP, 2004.

RAMON, Jander. O avanço da transparência. In: **Mundo Corporativo.** Deloitte. Ano 6, n° 19, 1º trimestre, 2008.

RIBEIRO, Marco Túlio José de Barros; RIBEIRO FILHO, José Francisco; FRAGOSO, Adriana Rodrigues. Comunicação em contabilidade: uma abordagem estatística utilizando representações gráficas. **Anais do 3.º Congresso USP de Contabilidade e Controladoria - Universidade de São Paulo (USP) - FEA,** São Paulo – SP, outubro, 2003.

SINGER, Paul. Economia solidária: um modo de produção e distribuição. In: SINGER, Paul; SOUZA, André Ricardo (orgs.) **A economia solidária no Brasil: A autogestão como resposta ao desemprego.** São Paulo: Contexto, 2000.

SOLOMON, Robert C.; FLORES, Fernando. **Construa confiança: nos negócios, na política e na vida.** Trad. Zaida Maldonado. Rio de Janeiro: Record, 2002.

VASCONCELOS, Yumara Lúcia; VIANA, Aurelina Laurentina. Evidenciação: forma e qualidade. **Revista Brasileira de Contabilidade.** Mar./Abr. 2002.

YIN, Robert K. **Estudo de caso. Planejamento e métodos.** Trad. Daniel Grassi. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.