



262

## **Contabilidade Criativa: Muito Além de um Eufemismo**

Doutor/Ph.D. Laura Calixto [ORCID iD](#), Aluno Graduação/Undergraduate Student Aline Pessoa de Morais, Aluno Graduação/Undergraduate Student Edson Berto da Silva Junior, Aluno Graduação/Undergraduate Student Juliana Harumi Sedrani Kobayashi

Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, SP, Brazil

**Doutor/Ph.D. Laura Calixto**

[0000-0002-9207-2794](#) Programa de Pós-Graduação/Course Ciências Contábeis

**Aluno Graduação/Undergraduate Student Aline Pessoa de Morais**

Programa de Pós-Graduação/Course Ciências Contábeis

**Aluno Graduação/Undergraduate Student Edson Berto da Silva Junior**

Programa de Pós-Graduação/Course Ciências Contábeis

**Aluno Graduação/Undergraduate Student Juliana Harumi Sedrani Kobayashi**

Programa de Pós-Graduação/Course Ciências Contábeis

### **Resumo/Abstract**

Este trabalho tem como objetivo analisar o contexto em que é utilizada a expressão contabilidade criativa em jornais de circulação nacional. O tema é relevante porque preenche uma lacuna entre os estudos sobre o termo, ao analisar as definições utilizadas pela mídia, um agente de mercado que age como influenciador de um público mais amplo, com conhecimento ou não sobre particularidades e termos específicos do ambiente corporativo. Para responder à pergunta da pesquisa, foi conduzido uma análise de conteúdo de 1.821 notícias disponíveis no acervo dos seguintes periódicos: Folha de São Paulo, Jornal O Estado de São Paulo, O Globo e Valor Econômico. O referencial teórico indicou que não há um fim pacífico quanto à definição de contabilidade criativa, mas a expressão encontra relação com fraude, gerenciamento de resultados, maquiagem de balanço e manipulação de resultados. Quanto ao conteúdo noticioso, tratou-se de que contabilidade criativa é uma expressão amplamente disseminada e seu uso tornou-se banalizado, entretanto, outros termos são a ela associados: manobras, truques e efeitos visuais. Contabilidade criativa é um termo presente em notícias sobre empresas privadas, empresas controladas pelo setor público e também a respeito de órgãos governamentais no âmbito nacional ou internacional, observado-se o uso da expressão associada a fraudes e escândalos corporativos. Verificou-se que na área acadêmica, embora não haja consenso quanto ao conceito de contabilidade criativa, muitos pesquisadores também associam o termo a fraudes. O termo é consolidado na mídia com conotação negativa, mencionado em notícias sobre questões que ultrapassam os limites legais.

### **Modalidade/Type**

Iniciação Científica / Undergraduate Paper

### **Área Temática/Research Area**

Contabilidade Financeira e Finanças (CFF) / Financial Accounting and Finance



## Contabilidade Criativa: Muito Além de um Eufemismo

### Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar o contexto em que é utilizada a expressão contabilidade criativa em jornais de circulação nacional. O tema é relevante porque preenche uma lacuna entre os estudos sobre o termo, ao analisar as definições utilizadas pela mídia, um agente de mercado que age como influenciador de um público mais amplo, com conhecimento ou não sobre particularidades e termos específicos do ambiente corporativo. Para responder à pergunta da pesquisa, foi conduzida uma análise de conteúdo de 1.821 notícias disponíveis no acervo dos seguintes periódicos: Folha de São Paulo, Jornal O Estado de São Paulo, O Globo e Valor Econômico. O referencial teórico indicou que não há um fim pacífico quanto a definição de contabilidade criativa, mas a expressão encontra relação com fraude, gerenciamento de resultados, maquiagem de balanço e manipulação de resultados. Quanto ao conteúdo noticioso, verificou-se que contabilidade criativa é uma expressão amplamente disseminada e seu uso tornou-se banalizado, entretanto, outros termos são a ela associados: manobras, truques e artifícios contábeis. Contabilidade criativa é um termo presente em notícias sobre empresas privadas, empresas controladas pelo setor público e também a respeito de órgãos governamentais no âmbito nacional ou internacional, observou-se o uso da expressão associada a fraudes e escândalos corporativos. Verificou-se que na área acadêmica, embora não haja consenso quanto ao conceito de contabilidade criativa, muitos pesquisadores também associam o termo a fraudes. O termo é consolidado na mídia com conotação negativa, mencionado em notícias sobre questões que ultrapassam os limites legais.

**Palavras-chave:** Contabilidade criativa, manobras, maquiagem, artifícios, truques

### 1. Introdução

Contabilidade criativa é uma expressão amplamente utilizada na área acadêmica e na mídia, especializada ou não em negócios. Num primeiro momento, a presença do termo “criativa” pode ser associada a ações positivas, como ocorre sua utilização nas áreas de economia e administração, por exemplo. Na ciência contábil, frequentemente o termo é utilizado com conotação negativa.

Pesquisas sobre contabilidade criativa são desenvolvidas na literatura acadêmica há muitas décadas. Artigos de revisão têm demonstrado o grande interesse pelo assunto (Stolowy & Breton, 2004; Cardoso & Fajardo, 2014; Safta, Sabău & Muntean, 2021; Bisogno & Donatella, 2022; Abed et al., 2022; Bachtijeva & Tamulevičienė, 2022).

Numa análise bibliométrica acerca de publicações sobre contabilidade criativa disponíveis na base de dados *Web of Science*, entre 1975 e 2021, Safta et al. (2021) identificaram 4.045 artigos de pesquisa, documentos processuais, revisões e livros.

Embora a produção acadêmica seja extensa, observa-se que não há consenso entre os pesquisadores, quanto ao conceito de contabilidade criativa e muitos o



associam a fraude, gerenciamento de resultados e maquiagem de balanço (Vassalo & Lima, 2021).

Quanto aos desenvolvimentos teóricos, vários autores se aprofundaram no tema, explorando abordagem em governança corporativa (Shah, 1998; Blake & Salas, 2001; Paul, Francis & Ben-caleb, 2020; Denich & Hadju 2021; Paul & Olayinka 2021), teoria da assimetria de informações (Stolowy & Breton, 2004; Niyama, Rodrigues & Rodrigues, 2015), entre outros.

O assunto é investigado sob diversos aspectos no ambiente de companhias dos setores público e privado. Não obstante, no âmbito da contabilidade governamental, vem ganhado destaque nas últimas décadas, como enfatizaram Bisogno e Donatella (2022), que consideram a expressão gerenciamento de resultados como sinônimo de contabilidade criativa.

Na literatura internacional, muitos estudiosos utilizam a expressão como sinônimo de manipulação, fraude ou gerenciamento de resultados, assuntos que também apresentam um expressivo número de publicações, sob vários pontos de vista.

Entretanto, observa-se que não há consenso quanto à definição de contabilidade criativa. Em razão das contradições na interpretação de conceitos associados à contabilidade criativa, Vassalo e Lima (2021) sugeriram mais estudos sobre o assunto.

Na mídia, a expressão contabilidade criativa é destaque em notícias relacionadas com os setores público e privado. Nos últimos anos, um emergente interesse acadêmico tem se concentrado na natureza da imprensa de negócios e como ela cobre os principais eventos econômicos (Schiffrin, 2015).

É recente o interesse de pesquisadores em investigar o papel da imprensa de negócios como intermediária de informações; a imprensa de negócios é talvez a “mais ampla e disseminada de todos os potenciais intermediários de informação, alcançando investidores sofisticados e não sofisticados, bem como gerentes, reguladores e outros participantes do mercado” (Bushee, Core, Guay & Hamm, 2010, p.2).

Muitos pesquisadores têm se dedicado a analisar notícias jornalísticas sob diferentes aspectos e cita-se por exemplo: investigações sobre crises do mercado financeiro (An & Gower 2009) quanto à ocorrência do termo transparência em jornais canadenses (Boulanger & Gagnon 2018), acerca da desigualdade econômica (Baumann & Majeed, 2020) e em relação à metáfora da bolha (Arrese, 2021).

Na revisão bibliográfica, não foram identificados trabalhos acadêmicos que analisassem o uso da expressão contabilidade criativa em notícias jornalísticas.

Com base nessas premissas, formula-se a questão desta pesquisa: como a mídia define a expressão contabilidade criativa?

O objetivo geral deste trabalho é analisar o contexto em que é utilizada a expressão contabilidade criativa em jornais de circulação nacional.

O objetivo específico é analisar comparativamente o conceito de contabilidade criativa discutido na literatura acadêmica com o que é disseminado na mídia.

O tema é relevante porque preenche uma lacuna entre os estudos sobre contabilidade criativa, ao analisar as definições utilizadas pela mídia, um agente de mercado que age como influenciador de um público mais amplo, com conhecimento

**XVII**  
**CONGRESSO**  
**ANPCONT**

Universidade Presbiteriana Mackenzie  
29 de Novembro a 01 de Dezembro de 2023  
São Paulo-SP



ou não sobre particularidades e termos específicos do ambiente corporativo.



Além desta introdução, o trabalho está organizado em seções. A próxima apresenta o referencial teórico, na sequência, são elencados os procedimentos metodológicos, resultados da pesquisa, conclusões e recomendações para futuros estudos.

## **2. Referencial teórico**

### **2.1 Contabilidade Criativa**

Contabilidade criativa é um processo pelo qual os contadores usam seus conhecimentos sobre regras contábeis para manipular os números relatados nas contas de uma organização (Amat, Blake & Dowds, 1999).

A expressão é mencionada em vários idiomas e tem alto índice de citação, tanto na literatura quanto na mídia, dependendo do país em que é utilizada. Amplamente disseminado, o termo é constantemente utilizado para designar práticas desleais e também como sinônimo de gerenciamento de resultados, manipulação e fraude. (Stolowy & Breton, 2014, Niyama et al., 2015, Safta et al, 2021).

Para Stolowy & Breton (2004) gerenciamento de resultados, suavização de resultados e contabilidade criativa são exemplos de técnicas de manipulação, têm elementos comuns, mas também existem diferenças importantes entre elas.

Gerenciamento de resultados caracteriza-se por uma alteração intencional dos resultados, para atender a interesses particulares, entretanto, trata-se de ações que ocorrem dentro dos limites estabelecidos pela legislação e pelas normas contábeis, que em diversas situações, facultam ao gestor a discricionariedade de realizar escolhas entre critérios de mensuração de ativos e passivos (Martinez, 2001).

Suavização de resultados é uma técnica utilizada para refletir um crescimento constante dos lucros, através da redução da variabilidade dos resultados ao longo do tempo (Paulo, 2007).

Gerenciamento e suavização de resultados são dois assuntos de grande interesse de pesquisadores, que se dedicam a investigar esses temas sobre vários pontos de vista (Healy & Wahlen, 1999; Ali & Kamardin, 2018; Habib, Ranasinghe, Wu, Biswas & Ahmad, 2022).

De acordo com Stolowy & Breton (2004), a expressão contabilidade criativa foi desenvolvida principalmente por jornalistas, analistas e comentaristas de mídias sobre o mercado financeiro, a partir da observação do mercado, sem origem em nenhuma teoria, usado em textos jornalísticos a partir de 1985, na Austrália, em 1986 nos Estados Unidos, que posteriormente, foi associado a maquiagem de balanço.

Contabilidade criativa influencia a qualidade do reporte de informações financeiras e contábeis (Ababneh & Aga, 2019), sua ocorrência está relacionada à fragilidade da governança corporativa (Shah, 1998; Denich & Hadju 2021; Paul et al., 2020; Paul et al., 2021; Blake & Salas, 2001). Outros autores, associam o termo a crimes financeiros (Gupta & Kumar, 2020; Kraemer, 2005).

No entendimento de Shah (1996), há evidências significativas da prática de contabilidade criativa por grandes empresas listadas, no entanto, pouco se sabe sobre o processo pelo qual tais esquemas são concebidos e conseguem escapar da sanção legal e regulatória.



Santos e Grateron (2003) consideram que o problema da contabilidade criativa surge da crise de valores éticos e morais da sociedade contemporânea. Para Cosenza (2002), trata-se de uma prática enganosa, por compelir os usuários a tomar decisões baseadas em informações falsas.

Com ênfase na dimensão ética, Gowtorpe e Amat (2005) apresentaram duas categorias principais de comportamento manipulativo. O termo macromanipulação é usado para descrever o *lobby* dos reguladores para persuadi-los a produzir regulamentação mais favorável aos interesses dos preparadores. Micromanipulação descreve o gerenciamento de números contábeis para produzir uma visão tendenciosa no nível da entidade. Ambas as categorias de manipulação podem ser vistas como tentativas de criatividade por parte dos preparadores de demonstrações financeiras.

Archer (1996) defende que o uso da contabilidade criativa é uma forma de mentir, tendo em vista que a prática envolve a preparação de demonstrações financeiras com a intenção de enganar os leitores desses relatórios. Com base nessa argumentação, o autor examina questões éticas levantadas pela contabilidade criativa, à luz da literatura sobre a ética da mentira. O autor conclui que mesmo em circunstâncias em que a contabilidade criativa serviria a um propósito digno, este não conduziria a uma comunicação honesta.

Numa extensa revisão bibliográfica, sobre o conceito de contabilidade criativa, Vassalo e Lima (2021) destacam que entre os acadêmicos, há contradições sobre o uso da expressão, ora enquadrando-a numa vertente mais voltada para fraude, ora entre o limite do que é permitido por lei, e do que não é em razão da flexibilidade das normas contábeis, ou como uma prática de aprimoramento de resultados.

Balaciu, Bogdan e Vladu (2009) concluíram que não existe uma teoria aceita de forma unânime ou unificadora em nível internacional sobre o que é, o que representa a contabilidade criativa ou quais são os seus princípios básicos.

No âmbito do setor público, a pesquisa acadêmica sobre contabilidade criativa é recente. Bisogno e Donatella (2021) conduziram uma revisão da literatura sobre o assunto, no período de 1980 a 2020. Contabilidade criativa foi utilizada como sinônimo de gerenciamento de resultados entre os termos de busca, que identificou 78 artigos. De acordo com os autores, o tema começou a atrair maior atenção a partir de 2014.

O crescente interesse de pesquisadores sobre contabilidade criativa no setor público pode ser observado, de modo geral tanto em uma perspectiva micro quanto macro. Em uma *perspectiva de nível micro*, governos ou entidades por eles controladas, podem ser solicitados a atingir metas específicas. Numa perspectiva em nível macro, pode dever-se à necessidade de os governos cumprirem regras específicas e atingirem objetivos predefinidos por organizações internacionais (Bisogno & Donatella, 2022).

Com o propósito de investigar os determinantes do cumprimento das regras fiscais em 27 governos estaduais brasileiros, Melo, Pereira & Souza (2014) verificaram que o nível de competição e o grau de autonomia política dos vigilantes fiscais explicam a extensão da contabilidade criativa na federação brasileira.

Aquino, Rufino e Silva Neto (2017) estudaram a utilização da contabilidade criativa nos cálculos do resultado primário do estado do Ceará. O estudo revelou que, nos anos analisados, o estado utilizou mecanismos para apresentar um resultado

**XVII**  
**CONGRESSO**  
**ANPCONT**

Universidade Presbiteriana Mackenzie  
29 de Novembro a 01 de Dezembro de 2023  
São Paulo-SP



primário mais favorável. Além disso, identificaram diferentes valores de resultado



primário de acordo, o que mostra uma lacuna existente que permite a utilização da contabilidade criativa.

Alguns autores defendem que contabilidade criativa é uma medida que ajuda a contornar as regras fiscais (Maltritz & Wüste, 2020), que é utilizada por motivação eleitoral (Reischmann, 2016, Cohen, Bisogno & Malkogianni, 2019), ou para mascarar o desempenho governamental (Kraemer, 2005).

A revisão da literatura permitiu identificar várias fontes de pesquisa que apresentaram muitas definições para a expressão contabilidade criativa, entretanto, observa-se que não há consenso entre os pesquisadores. Assim, foi possível estabelecer uma interrelação entre os vários conceitos apresentados, como mostra a Figura 1.

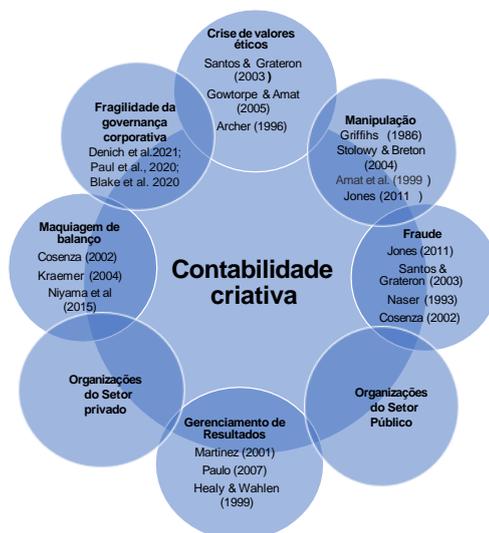


Figura 1: As interrelações entre contabilidade criativa e outras denominações na literatura acadêmica  
Fonte: Elaboração própria

Contabilidade criativa é um termo presente na literatura nacional e internacional, pesquisas anteriores discorreram sobre o tema no âmbito dos setores público e privado. Não há um fim pacífico quanto à sua definição, mas observa-se que encontra relação com fraude, maquiagem de balanço, gerenciamento de resultados, e manipulação de resultado.

A aproximação com o conceito de fraude ocorre no entendimento de autores que usaram o termo como um eufemismo, considerando que os problemas podem ser graves ao alterar artificialmente os resultados contábeis de organizações. O mesmo ocorre com a expressão maquiagem de balanço, como observado em trabalhos que associam o termo a escândalos corporativos e baixos níveis de governança, especialmente os que tiveram grande repercussão na mídia.

A abordagem em manipulação, inclui o conceito de gerenciamento de resultados e suavização de resultados, entre outros. Há uma ampla literatura sobre o



tema, defendido como ações que ocorrem nos limites do que é estabelecido por lei, assim, não poderia ser relacionado com fraude.

A dimensão ética é discutida em trabalhos que questionam o uso da contabilidade criativa em situações que ultrapassam o que é permitido pelas normas contábeis e legislação em vigor.

Verifica-se uma interrelação entre termos usuais na literatura acadêmica como sinônimos de contabilidade criativa, em muitos momentos, dentro do que é legalmente aceitável e em outros, fora dos limites éticos e legais.

A próxima seção apresenta os procedimentos metodológicos adotados neste estudo.

### 3. Procedimentos metodológicos

Por abordar a análise de notícias publicadas em jornais de abrangência nacional, o estudo é qualitativo. Por expor características de fenômenos específicos e pela necessidade de obter informações detalhadas sobre o texto e o contexto das notícias, é descritivo.

É um estudo longitudinal, por agrupar notícias de todo o acervo disponível de quatro periódicos. A pesquisa bibliográfica contribuiu para formulação da questão de pesquisa, momento em que foram consultados livros, dissertações, teses e artigos de periódicos nacionais e internacionais.

A pesquisa documental deu suporte à análise de dados secundários, notícias jornalísticas disponíveis nos *websites* dos respectivos periódicos selecionados para este estudo. A análise de conteúdo foi utilizada no tratamento dos dados noticiosos, na pré-análise, exploração do material e tratamento dos dados, como recomendado por Bardin (2004).

Na pré-análise, foram acessados os *websites* dos jornais, com o objetivo de buscar o material objeto de estudo. Posteriormente, as notícias que destacavam o tema da pesquisa foram selecionadas e organizadas por data de publicação, para codificação e posterior análise.

A exploração do material consiste na análise das notícias, com o objetivo de identificar ou não as categorias, controle de frequência da aparição dos elementos objeto de estudo. O tratamento dos dados refere-se à interpretação dos resultados.

Muito utilizado em pesquisas qualitativas, o *software* QSR Nvivo permitiu a codificação das sentenças e essas foram organizadas por categorias. As categorias, por sua vez, foram segregadas por ano. A apresentação gráfica considerou o número de referências de codificação, ou seja, a quantidade de vezes que o item foi codificado entre as categorias analisadas. A codificação consolidada foi denominada extensão da divulgação para cada categoria.

A unidade de análise escolhida neste estudo foi a sentença, que deveria ter em seu contexto relação direta com a expressão contabilidade criativa. A categorização diz respeito a uma operação de classificação dos elementos, por diferenciação e reagrupamento segundo o período, conforme os critérios estabelecidos anteriormente (Bardin, 2004).



### 3.1 Coleta de dados: Jornais *online*

Para responder à pergunta da pesquisa, foi conduzida uma análise de conteúdo das notícias no acervo dos seguintes periódicos: Folha de São Paulo, Jornal O Estado de São Paulo, O Globo e Valor Econômico. Destaca-se que além de líderes na circulação digital, os quatro periódicos selecionados para este estudo compreendem a 47% do total de jornais com circulação impressa no Brasil (Poder 360, 2023).

Com início das atividades em 1875, o jornal denominado A Província de São Paulo, teve seu nome alterado para O Estado de São Paulo em 1890. O acervo do periódico disponibiliza todas as edições, digitalizadas na época em que era comercializado somente na versão impressa. Os artigos coletados referem-se ao período de 04/01/1875 a 31/12/2022.

O jornal Folha de São Paulo, com início de atividades em 18/02/1921, disponibiliza todo o conteúdo em páginas digitalizadas. Disponível no seu *website*, o acervo contempla as edições de todo o período. Todas as edições impressas foram digitalizadas. O material coletado compreendeu o período de 18/02/1921 a 31/12/2022.

O jornal O Globo começou suas atividades em 29/07/1925, disponibiliza todo o seu acervo diário, desde a primeira edição. Os artigos coletados referem-se ao período de 29/07/1925 a 31/12/2022.

O jornal Valor Econômico, criado em 02/05/2000, tem a área de negócios como segmento específico. O período de coleta de dados foi de 02/05/2000 a 31/12/2022. Entretanto, nos primeiros 10 anos, o material é disponibilizado somente para leitura, não sendo possível copiar ou imprimir. Dessa forma, foi possível analisar os dados do período de 01/01/2011 a 31/12/2022.

No acervo dos quatro jornais, foram utilizadas as seguintes palavras-chave para a busca, no período de 01/01/2023 a 31/03/2023: contabilidade criativa, maquiagem de balanço e maquiagem contábil. O Quadro 1 apresenta os passos para acessar os artigos objeto de análise.

Nº	Jornal O Estado de São Paulo	Jornal Folha de São Paulo	Jornal Valor Econômico	Jornal O Globo
1	Acesso ao <i>website</i> : <a href="http://www.estadao.com.br">www.estadao.com.br</a>	Acesso ao <i>website</i> : <a href="http://www.folha.com.br">www.folha.com.br</a>	Acesso ao <i>website</i> : <a href="http://www.valor.globo.com">www.valor.globo.com</a>	Acesso ao <i>website</i> : <a href="http://www.globo.com">www.globo.com</a>
2	Foi efetuado <i>login</i> (somente para assinantes), para obter acesso ao acervo do periódico			
3	No campo "Acervo", foi selecionada a opção de busca "em todo acervo". foram incluídas as palavras-chave: contabilidade criativa, maquiagem de balanço e maquiagem contábil. O período selecionado foi de 04/01/1875 a	No campo "Acervo Folha", foram incluídas as palavras-chave: contabilidade criativa, maquiagem de balanço e maquiagem contábil. Quanto ao período, foi selecionado "todo o período", ou seja, de 18/02/1921 a	No campo "Buscar", foram incluídas as palavras-chave: contabilidade criativa, maquiagem de balanço e maquiagem contábil. Na sequência, foi indicado o "período personalizado" de 02/05/2000 a 31/12/2022.	No campo "Acervo", foi selecionada a opção de busca "em todo acervo". foram incluídas as palavras-chave: contabilidade criativa, maquiagem de balanço e maquiagem contábil. O período selecionado foi de 29/07/1925 a 31/12/2022.



	31/12/2022.	31/12/2022.		
4	Entre as opções de filtro por edição, foi selecionada a "Edição Brasil".	Há opção de jornal, considerando as alterações ao longo do período: Folha de São Paulo, Folha da Manhã e Folha da Noite. Foi selecionada a opção "todos os jornais".	No <i>website</i> , não há opções de filtro.	Entre as opções de filtro, foram selecionadas as "Matérias Digitalizadas".
5	Foram utilizados os seguintes filtros para os cadernos disponíveis: Negócios, Economia, E&N, Painel de Negócios; e Empresas.	Foram utilizados os seguintes filtros para os cadernos disponíveis: Mercado; Economia.	No <i>website</i> , não há opções de filtro.	No <i>website</i> , não há opções de filtro, mas é possível buscar a expressão exata.
6	Inicialmente foi feita uma leitura do título da notícia, e quando necessário, dos trechos que faziam referência ao termo contabilidade criativa, para verificar se realmente estava relacionada com o tema da pesquisa. Em caso afirmativo, o arquivo foi salvo numa versão em pdf.			
7	Foram selecionados 600 artigos.	Foram selecionados 241 artigos.	Foram selecionados 588 artigos.	Foram selecionados 392 artigos.

Quadro 1: Etapas da coleta de dados

Fonte: Elaboração própria

Os artigos foram inseridos no *software* QSR NVivo e classificados por ano de publicação. Na sequência, foi feita uma codificação das notícias, através da identificação de cada trecho que mencionasse os termos de busca, ou sinônimos que o jornalista assim definiu. A codificação foi acumulada e controlada para cada categoria por artigo de periódico. Os resultados dessa compilação podem ser visualizados individualmente, por ano ou por período previamente selecionado. A apresentação pode ser feita através de gráficos, quadros ou tabelas. Após a etapa de codificação dos artigos, foi conduzida uma análise dos resultados.

#### 4. Resultados da pesquisa

##### 4.1 Jornal O Estado de São Paulo

Contabilidade criativa é uma expressão utilizada no periódico em notícias sobre empresas controladas pelo poder público ou privado, em âmbito nacional ou internacional. Não obstante, destaca-se sua menção em notícias sobre todas as esferas de governo.

Apesar do jornal ter iniciado suas atividades em 1875, somente em 1978 foi publicada uma notícia que utilizou a expressão artifícios contábeis. Os termos manobra e maquiagem foram utilizados pela primeira vez em 2000. Estas expressões foram utilizadas em notícias sobre alterações intencionais em dados contábeis de organizações. Posteriormente, passaram a ser utilizadas como sinônimos de

**XVII**  
**CONGRESSO**  
**ANPCONT**

Universidade Presbiteriana Mackenzie  
29 de Novembro a 01 de Dezembro de 2023  
São Paulo-SP



contabilidade criativa.



Contabilidade criativa foi a expressão mais utilizada em conteúdo noticioso no jornal O Estado de São Paulo. A primeira notícia a utilizá-la foi em 2007, todavia, foi mais frequente entre 2013 e 2014. Nos anos seguintes essa frequência foi um pouco menor, mas contínua, até o final de 2022.

A expressão manobras contábeis foi a segunda mais frequente entre as notícias sobre a temática da pesquisa. Destacam-se também o uso dos seguintes termos: truques contábeis e maquiagem das contas públicas como mostra a Figura 2.

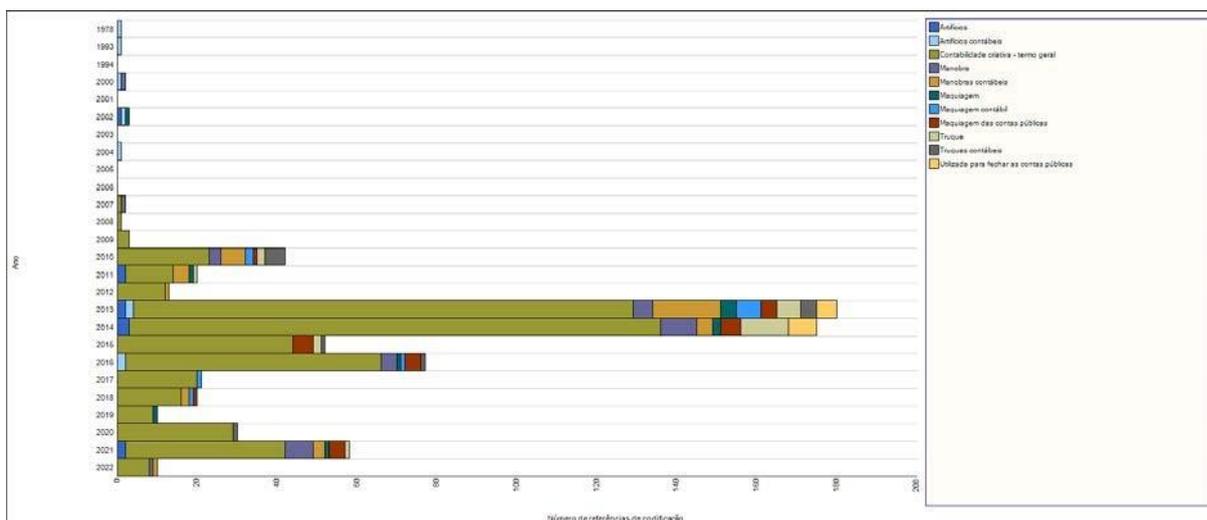


Figura 2: Termos mais utilizados como sinônimos de contabilidade criativa no jornal Estadão  
Fonte: Elaboração própria

Observa-se que até meados da década de 2000, a utilização de termos relacionados com o objeto da pesquisa não foi muito frequente. Verifica-se que o uso da expressão contabilidade criativa, amplamente difundida ao longo do tempo, passou a ocorrer sem explicação sobre seu significado para o público e dessa forma, utilizou-se a classificação como um “termo geral”.

Outros termos, ainda que a frequência tenha sido menor, foram mencionados como sinônimos de contabilidade criativa no periódico: truque e maquiagem contábil.

## 4.2 Jornal Folha de São Paulo

No jornal Folha de São Paulo, que iniciou suas atividades em 1955, contabilidade criativa foi utilizada pela primeira vez em 2010. Foi a expressão mais utilizada no período analisado, associada a problemas tanto em empresas do setor privado, como também em empresas controladas pelo poder público, ou órgãos governamentais, nacionais ou internacionais.

Notícias sobre irregularidades em relatórios contábeis foram publicadas pela primeira vez em 1977, momento que foram utilizadas as expressões manobras contábeis e artíficos contábeis. Em 1987, maquiagem de balanço e manipulações contábeis foram mencionadas em conteúdo noticioso pela primeira vez, como mostra a Figura 3. Posteriormente, tais termos passaram a ser utilizados como sinônimos de contabilidade criativa.

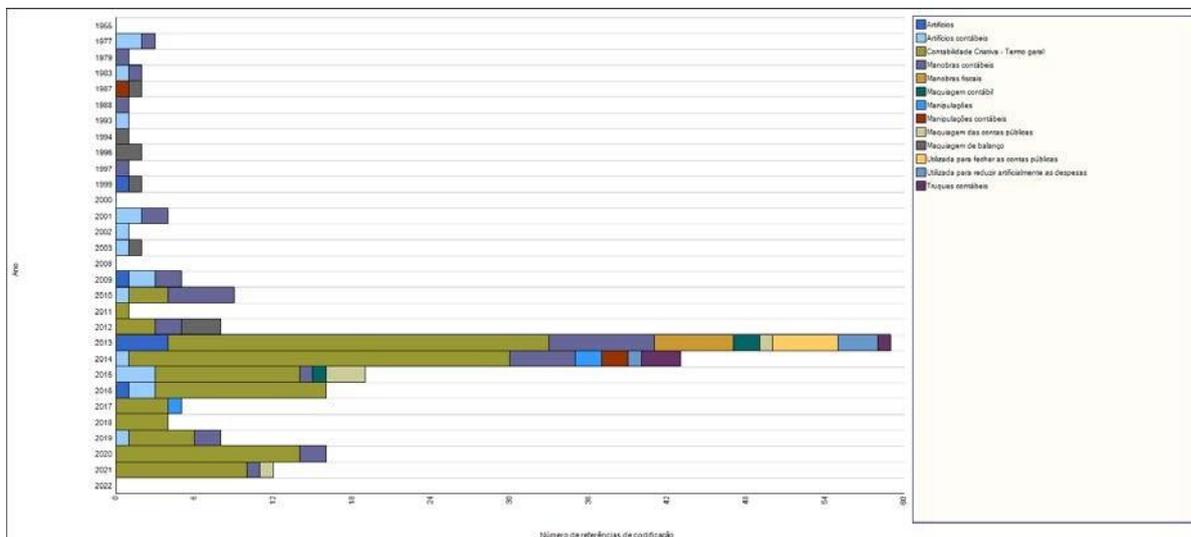


Figura 3: Termos utilizados como sinônimos de contabilidade criativa no jornal Folha de São Paulo  
 Fonte: Elaboração própria

Outras expressões que foram utilizadas como sinônimos de contabilidade criativa merecem destaque: manobra e maquiagem das contas públicas.

Verifica-se que o assunto esteve presente nas manchetes do jornal em um longo período, embora em alguns anos, não tenha sido publicada nenhuma notícia que mencionasse a expressão contabilidade criativa ou termos correlatos, como no ano de 2000, 2008 e recentemente, em 2022.

Embora contabilidade criativa tenha sido mencionada com maior frequência, verifica-se novamente uma banalização do termo com o passar do tempo, da mesma forma que no jornal O Estado de São Paulo, a expressão foi classificada como um termo geral.

Outros termos ou tentativas de explicação foram usadas com menor frequência, associadas a contabilidade criativa: utilizada para fechar as contas públicas, utilizada para reduzir artificialmente as despesas e manipulações.

### 4.3 Jornal O Globo

O jornal O Globo, com início das suas atividades em 1925, publicou notícia que mencionasse a expressão artifícios contábeis pela primeira vez em 1979. Manobras contábeis foi mencionada pela primeira vez em 1985 e maquiagem de balanço, em 1987. Esses termos foram utilizados em notícias sobre irregularidades em informações contábeis de empresas públicas e privadas.

Contabilidade criativa foi a expressão mais utilizada no período de análise, mencionada pela primeira vez em 1997, com maior frequência, entre 2013 e 2014.

Na sequência, os termos mais frequentes foram: manobras contábeis, artifícios contábeis e maquiagem, como mostra a Figura 4.

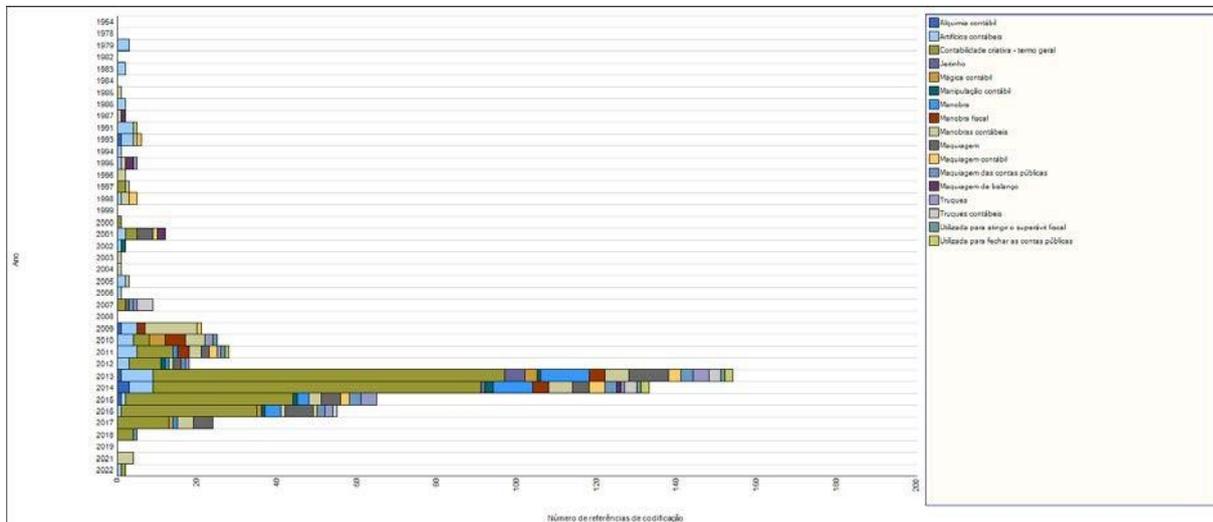


Figura 4: Termos utilizados como sinônimos de contabilidade criativa no jornal O Globo  
 Fonte: Elaboração própria

Outros termos também foram muito utilizados ao longo do período: manobra, manobra fiscal, maquiagem contábil, maquiagem das contas públicas e truques.

Verifica-se que a partir de 2017, notícias sobre o tema passaram a receber pouco destaque no jornal O Globo, entretanto, quando comparado com os anteriores, este periódico apresentou maior diversidade de termos sinônimos de contabilidade criativa.

Observa-se grande difusão da expressão contabilidade criativa, no conteúdo noticioso, classificada como um termo geral. Outras expressões, embora com menor frequência, foram utilizados em tentativas de explicação do seu significado, como: utilizada para atingir o superávit fiscal e ironicamente, como: alquimia e mágica contábil.

#### 4.4 Jornal Valor Econômico

Com início de suas atividades em 2002, o jornal Valor Econômico disponibiliza o conteúdo de seu acervo para consulta e permite cópia no formato pdf, somente a partir de 2010.

No período de análise, verifica-se que a expressão contabilidade criativa começou a ser utilizada no periódico a partir de 2012, foi mais frequente entre 2013 e 2014. Nos anos seguintes, sua frequência foi decrescente, mas ainda foi destaque até o ano de 2022, como mostra a Figura 5.

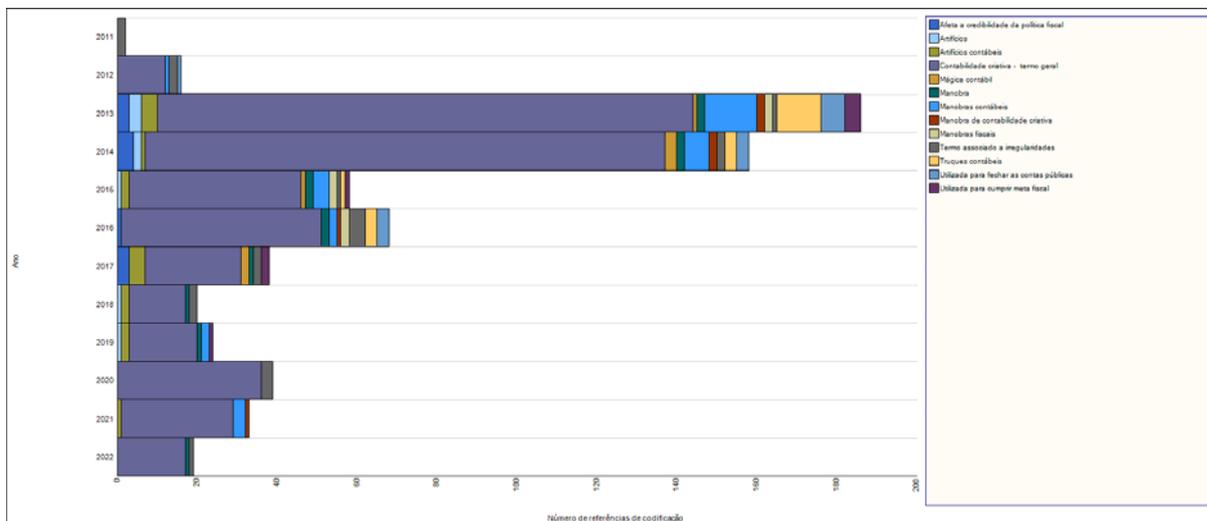


Figura 5: Termos utilizados como sinônimos de contabilidade criativa no jornal Valor Econômico  
Fonte: Elaboração própria

A segunda expressão mais frequente foi manobras contábeis, seguida de truques contábeis e termo associado a irregularidades.

O jornal Valor Econômico também apresentou uma grande variedade de termos utilizados como sinônimos de contabilidade criativa, assim como nos demais periódicos, contabilidade criativa foi utilizada como um termo geral, mencionada com maior frequência no período de análise.

Observa-se uma grande diversidade de termos utilizados como sinônimos de contabilidade criativa, mencionados em notícias sobre organizações do setor privado e do setor público, este último, com explicações quanto a seu uso: utilizadas para fechar contas públicas e para cumprir meta fiscal.

#### 4.5 Análise dos Resultados

Ao longo do período analisado, observa-se que as notícias relacionadas com o tema deste trabalho trataram de questões que envolvem empresas de controle público e privado, assim como órgãos governamentais, no âmbito municipal, estadual ou federal, em nível nacional e ou internacional.

A análise de 1.821 notícias de três jornais voltados para um público diversificado, sobre vários assuntos do cotidiano, somando-se a esse grupo um periódico específico da área de negócios, demonstrou algumas diferenças e semelhanças na linha editorial de cada periódico.

Contabilidade criativa é uma expressão amplamente disseminada, há muitos anos, não há mais a preocupação em explicar ou conceituar o termo, entretanto, outros termos são a ela associados: manobras, truques ou artifícios contábeis que receberam grande destaque.

Nota-se o uso de tais expressões em notícias sobre questões contábeis ou fiscais. Os resultados da análise possibilitaram identificar as interrelações entre a



expressão contabilidade criativa e termos utilizados como sinônimos, como mostra a Figura 6.

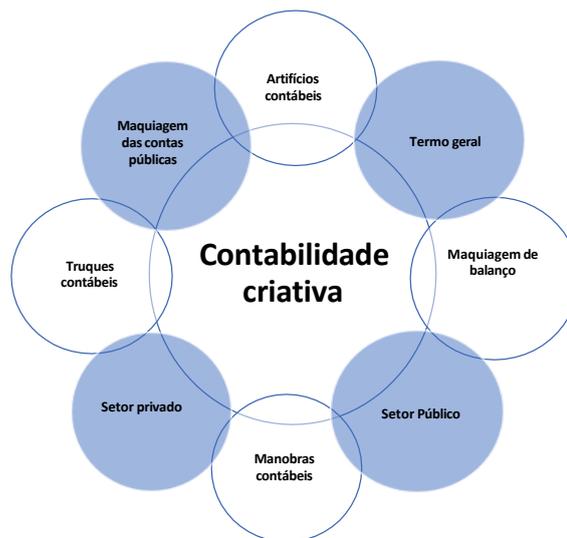


Figura 6: Contabilidade criativa e termos correlatos na mídia noticiosa  
Fonte: Elaboração própria

O referencial teórico indicou que não há consenso sobre a definição de contabilidade criativa entre os acadêmicos (Vassalo & Lima, 2021). Na mídia noticiosa, observa-se que há uma banalização da expressão, pois tornou-se desnecessário explicar seu significado. Todavia, são usados termos a ela relacionados: maquiagem de balanço, maquiagem das contas públicas, manobras, artifícios e truques contábeis.

Enquanto grupos de pesquisadores defendem que contabilidade criativa se refere a escolhas que ocorrem nos limites das normas contábeis e legislação vigente, nas matérias divulgadas na imprensa, observa-se que em notícias tanto sobre o setor público quanto o setor privado, o assunto se aproxima mais de fraudes e escândalos corporativos.

Verifica-se que a expressão gerenciamento de resultados não foi popularizada na mídia. Entretanto, manipulação e maquiagem de balanço são expressões utilizadas como sinônimo de contabilidade criativa, tanto em estudos acadêmicos como também na mídia.

De modo semelhante ao meio acadêmico, na mídia impressa ou *online*, contabilidade criativa é uma expressão usada em assuntos que envolvem os setores público e privado, em nível nacional e internacional.



## 5. Considerações Finais

O objetivo deste trabalho foi analisar o contexto em que a expressão contabilidade criativa foi utilizada em jornais de circulação nacional. Para isso, foi conduzida uma análise de conteúdo do acervo de três jornais centenários: O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo, O Globo e um jornal referência na área de negócios: Valor Econômico, que juntos representam 47% do total de jornais com circulação impressa no Brasil.

Foi conduzida uma análise de um total de 1.821 notícias publicadas pelos 4 periódicos, do início de suas atividades até 31/12/2022.

O referencial teórico indicou que não há um fim pacífico quanto a definição de contabilidade criativa, mas a expressão encontra relação com fraude, gerenciamento de resultados, maquiagem de balanço e manipulação de resultados.

Quanto ao conteúdo noticioso, verificou-se que contabilidade criativa é uma expressão amplamente disseminada, há muitas décadas seu uso tornou-se banalizado, entretanto, outros termos são a ela associados: manobras, truques e artifícios contábeis.

Contabilidade criativa foi um termo presente em conteúdo noticioso sobre empresas privadas, empresas controladas pelo setor público e também a respeito de órgãos governamentais no âmbito nacional ou internacional.

Observou-se o uso da expressão associada a fraudes e escândalos corporativos. Verificou-se que na área acadêmica, embora não haja consenso quanto ao conceito de contabilidade criativa, há grupos de pesquisadores que também associam o termo a fraudes.

Apesar de ser amplamente utilizada por muitos pesquisadores como sinônimo de gerenciamento de resultados, contabilidade criativa é uma expressão consolidada na mídia nacional com conotação negativa, tendo em vista que é mencionada em conteúdo noticioso sobre questões que ultrapassam os limites das normas contábeis e legislação vigente.

Esta pesquisa limitou-se à análise de conteúdo do uso do termo contabilidade criativa em 4 periódicos de circulação nacional. Recomenda-se para futuros estudos a análise de outros periódicos, especializados ou não em negócios, como também outras mídias, como as redes sociais.

Considerando as dificuldades de compreensão de termos técnicos da área contábil, futuros estudos poderiam se aprofundar na linguagem utilizada pela mídia na tradução de termos contábeis para o grande público.



## Referências

- Ababneh, T.A.M., Aga, M. (2019). The impact of sustainable financial data governance, political connections, and creative accounting practices on organizational outcomes. *Sustainability*, 11, (5676), 1-16.
- Abed, I.A., Hussin, N., Ali, M.A., Haddad, H., Shehadeh, M. & Hasan, E.F. (2022). Creative accounting determinants and financial reporting quality: systematic literature Review. *Risks*. 10(76), 1-25.
- Ali, B.& Kamardin, H. (2018). Real earnings management: a review of literature and future research. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 10(1), 440-456.
- Amat, O., Blake, J. & Dowds, J. (1999). The ethics of creative accounting, *Economic Working Papers* 349, Department of Economics and Business, Universitat Pompeu Fabra.
- An, S.K., Gower, K.K. (2009). How do the news media frame crises? A content analysis of crisis news coverage, *Public Relations Review*, 35(2), 107-112.
- Aquino, C.V.M.G., Rufino, A.C.S., Silva Neto, V.G. (2017). Contabilidade criativa: o caso do Governo do Estado do Ceará. *Revista Controle*, 15 (1), 195-222.
- Archer, S. (1996). The ethics of creative accounting. *Science Engineering Ethics*, 2, 55-70
- Arrese, A. (2021). The use of 'bubble' as an economic metaphor in the news: The case of the 'real estate bubble' in Spain, *Language & Communication*, 78,100-108.
- Bachtijeva, D., Tamulevičienė, D. (2022). Comparing earnings management and creative accounting. A general review. *Theoretical journal of accounting*, 46(2), 115-135.
- Balaciu, D., Bogdan, V. & Vladu, A.B. A. (2009). Brief review of creative accounting literature and its consequences in practice. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 11(1), 170-183.
- Bardin, L. (2004). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Baumann, S., Majeed, H. (2020). Framing economic inequality in the news in Canada and the United States. *Palgrave Communications*, 6(42), 1-10.
- Bisogno, M. & Donatella, P. (2022). Earnings management in public-sector organizations: a structured literature review, *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*, 34(6), 1-25.
- Blake, J., Salas, O.A. (2001). Corporate governance and creative accounting: a comparison between Spain and the UK. In: McLeay, S., Riccaboni, A. (eds) *Contemporary Issues in Accounting Regulation*. Springer, Boston, MA.
- Boulanger, P.P. & Gagnon, C. The translation of 'transparency' in the Canadian press: an inquiry into symbolic power. *Perspectives*, 28(3), 339-356



- Bushee, B.J., Core, J.E., Guay, W. & Hamm, S.J.W. (2010). The role of the business press as an information intermediary. *Journal of Accounting Research*, 48(1), 1-19.
- Cardoso, R.L. & Fajardo, B. G. (2014). Public Sector Creative Accounting: A Literature Review. Disponível em SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2476593>. Recuperado em 07/06/2023
- Cohen, S., Bisogno, M. & Malkogianni, I. (2019), Earnings management in local governments: the role of political factors, *Journal of Applied Accounting Research*, 20(3), 331-348.
- Cosenza, J.P. (2002). Os efeitos colaterais da contabilidade criativa. *Revista do Mestrado em Contabilidade da UERJ*, 7(2), p. 61-78.
- Denich, E. & Hajdu, D. (2021). Measurement of creative accounting by transparency and disclosure index (TDI) method in automobile industry, *Public Finance Quarterly*, 66(3), 381-396.
- Folha de São Paulo. Recuperado em 01 de janeiro, 2023 de <http://www.folha.uol.com>
- Gowthorpe, C., Amat, O. Creative Accounting: Some Ethical Issues of Macro and Micro-manipulation. *Journal of Business Ethics*, 57, 55-64
- Griffiths, I. (1986). Creative accounting. Irwin Paperback, London.
- Gupta, C.M. & Kumar, D. (2020). Creative accounting a tool for financial crime: a review of the techniques and its effects, *Journal of Financial Crime*, 27(2), 397-411.
- Habib, A., Ranasinghe, D., Wu, J.Y., Biswas, P.K. & Ahmad, F. (2022) Real earnings management: A review of the international literature. *Accounting & Finance*. 62, 4279–4344.
- Healy, P. & Wahlen, J. (1999). A review of the earnings management literature and its implications for standard setting. *Accounting Horizons*, 13(4), 365-383.
- Jones, M. (2011). Creative Accounting, fraud and international Accounting scandals. Wiley & Sons.
- Kraemer, M. E. P. (2005). Contabilidade criativa: maquiando as demonstrações contábeis. *Pensar Contábil*, 7(28), 1-13.
- Maltritz, D. & Wüste, S. (2020). What determines fiscal deficits in Europe? The impact and interaction of EMU membership, fiscal rules, fiscal councils and creative accounting. *Review of Economics*, 71(1), 15-41.
- Martinez, A.L. (2001). Gerenciamento dos resultados contábeis: estudo empírico das companhias abertas brasileiras (Tese de Doutorado). Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Melo, M. A., Pereira, C., & Souza, S. (2014). Why do some governments resort to 'creative accounting' but not others? Fiscal governance in the Brazilian federation. *International Political Science Review*, 35(5), 595–612.
- Naser, K. (1993). Creative Financial Accounting: its nature and use. London: Prentice Hall.



Niyama, J.K.; Rodrigues, A.M.G.; Rodrigues, J.M. (2015). Algumas reflexões sobre contabilidade criativa e as normas internacionais de contabilidade. *Revista Universo Contábil*, 11(1), 69-87.

O Estado de São Paulo. Recuperado em 01 de janeiro, 2023 de <http://www.estadao.com.br>

O Globo. Recuperado em 01 de janeiro de 2023 de <https://oglobo.globo.com>

Paul, O. & Olayinka E. (2021). Corporate governance mechanisms and creative accounting practices: the role of accounting regulation, *International Journal of Disclosure and Governance*, 18(3), 207-222.

Paul, O., Francis, I., & Ben-caleb, E. (2020). Corporate Governance and Creative Accounting Practices in The Listed Companies in Nigeria. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 24(4), 1-20.

Poder 360. <https://www.poder360.com.br/economia/jornais-impressos-circulacao-despenca-161-em-2022/> acesso em 15/02/2023

Paulo, E. (2007). Manipulação das informações contábeis: uma análise teórica e empírica sobre os modelos operacionais de detecção de gerenciamento de resultados. (Tese de Doutorado) Universidade de São Paulo, São Paulo.

Reischmann, M. (2016). Creative accounting and electoral motives: Evidence from OECD countries, *Journal of Comparative Economics*, 44(2), 243-257.

Safta, I.L., Sabău, A.I. & Muntean, N. (2021) Bibliometric Analysis of the Literature on Measuring Techniques for Manipulating Financial Statements. *Risks*. 9(7):123.

Santos, A. Grateron, I.R.G. (2003). Contabilidade criativa e responsabilidade dos auditores. *Revista Contabilidade & Finanças*, São Paulo, 32, p. 7-22.

Shah, A.K. (1996). Creative compliance in financial reporting. *Accounting, Organizations and Society*, 21(1), 23-39.

Shah, A.K. (1998). Exploring the influences and constraints on creative accounting in the United Kingdom, *European Accounting Review*, 7(1), 83-104.

Schiffirin, A. (2015), The Press and the Financial Crisis: A Review of the Literature. *Sociology Compass*, 9(8), 639–653.

Stolowy, H. & Breton, G. (2004), Accounts Manipulation: A Literature Review and Proposed Conceptual Framework, *Review of Accounting and Finance*, 3(1), 5-92.

Valor Econômico. Recuperado em 01 de janeiro, 2023 de: <http://valor.globo.com>

Vassalo, R. A.; Lima, D. V. (2021). Enfrentando a cortina de fumaça: uma análise epistemológica sobre o uso da expressão “contabilidade criativa”. *Revista Ambiente Contábil UFRN*, 13(1), 284–301.