

# Percepción de Estudiantes y Profesores Universitarios sobre la Profesión del Contador: un Estudio Basado en la Teoría de los Estereotipos

## Resumen

Pesquisas apuntan que el profesional de la Contabilidad es el que se ha preocupado más en los últimos años con la imagen pública y que una comprensión de las imágenes externas de los contadores es importante para el juzgamiento de los papeles de estos en un contexto social más amplio. El estudio buscó identificar y analizar la percepción de la imagen de la actividad profesional del contador por parte de los estudiantes y profesores de cinco cursos de graduación. Las opiniones declaradas la apuntan como una carrera poco interesante, involucrando actividades repetitivas, que cumple normas e involucra muchos cálculos, además de que el propio profesional viene siendo visto como introspectivo, poco crítico y comunicativo. El contador es visto como un profesional sin visión de negocios, poco participativo o involucrado en la gestión y poco actualizado; usa mucho la lógica y se olvida de las personas; solamente cumple normas y resuelve cuestiones operacionales. En relación a la profesión en sí, es percibida involucrando cálculos y matemática y relacionada a aspectos fiscales y tributarios, principalmente a la declaración del Impuesto de Renta. Por tanto, no hay forma de negar que existe una percepción estereotipada sobre este profesional, pues el contador todavía está relacionado a la imagen del tenedor de libros, encadenado únicamente a las exigencias fiscales.

**Palabras clave:** estereotipo; percepción; contador.

## Karla Splitter

Máster en Contabilidad (UFSC). **Contacto:**  
Rua 3300 n. 108, AP. 602. Centro.  
Balneário Camboriú, SC, Brasil, CEP:  
88330-272.  
E-mail: [ksplitter@yahoo.com.br](mailto:ksplitter@yahoo.com.br)

## José Alonso Borba

Doctorado en Contabilidad (USP), Docente  
por la Universidad Federal de Santa  
Catarina (UFSC). **Contacto:** Campus  
Universitário PPGC, Trindade, Florianópolis,  
SC, CEP: 88040-970.  
E-mail: [jalonso@ufsc.cse.br](mailto:jalonso@ufsc.cse.br)

## 1. Introducción

Algunas profesiones consiguieron crear una buena imagen frente a la sociedad a lo largo del tiempo, solidificando su imagen pública. Otras, no obstante, padecen en lo tocante a la creación de una imagen profesional sólida y respetable. Ese es el caso de la profesión del contador. Para Belski, Richmond y Brozovsky (2004), el éxito de esa profesión depende ampliamente de cómo la profesión es vista por el público, principalmente por esta haber sido afectada en el pasado reciente por la amplia publicidad de fraudes, escándalos y quiebras involucrando a esos profesionales. Además de eso, Albrecht y Sack (2000) también describen otras trabas relacionadas a la imagen de esa profesión, como las mudanzas en el ambiente empresarial, disminución de los niveles de salario en la profesión, el apareamiento de otras carreras como alternativas más atractivas a los estudiantes y la falta de información y/o desentendimiento sobre la carrera de Contabilidad.

Para Dimnik y Felton (2006), el contador es uno de los profesionales que más se ha preocupado, en los últimos años, con la imagen pública. Los autores proponen que, durante años, los contadores vienen sufriendo con la imagen de una persona antipática, poco atractiva, forzados a defenderse contra acusaciones de irrelevancia, esforzándose para reforzar su reputación de competente e íntegro. Azevedo (2010) menciona que la percepción pública sobre la Contabilidad es fuente de preocupación para el profesional de la Contabilidad, principalmente, por ser considerada equivocada y estereotipada. Morais (2007) comenta que esa preocupación influencia a muchos profesionales, que acaban incorporando tal sentimiento de descrédito y buscan otras profesiones en las cuales puedan sentirse más valorizados.

Las percepciones negativas de la Contabilidad y de los contadores se originan con las argumentaciones de Stacey (1958), que afirma que la imagen del contador como retratada en novelas, poesía y drama no es muy lisonjera. Desde entonces muchas pesquisas internacionales fueron realizadas para identificar el estereotipo del contador y de la propia Contabilidad. Imada, Fletcher y Dalessio (1980) reexaminan los estereotipos del contador con entrevistadores del área, contadores y estudiantes británicos. Los resultados indican que los alumnos perciben al contador como más interesado en gestión de negocios, actividades que involucren trabajo detallado y bajo nivel de desgaste, mientras que entrevistadores y contadores lo perciben como aventurero, extrovertido, con una vasta gama de intereses. Fischer y Murphy (1995) relatan la percepción de grupos de Contabilidad y estudiantes de otros cursos sobre el estereotipo del contador. Estudiantes que no cursan Contabilidad demostraron antipatía por la profesión, considerándola tediosa, que causa aborrecimientos y fuerte sugestión de prácticas antiéticas. Los alumnos de Contabilidad, por su vez, reconocen las actitudes negativas en relación a la profesión, no obstante están comprometidos con la carrera y creen que la Contabilidad es algo interesante de ser estudiado; entienden que la profesión tiene *status* elevado. La pesquisa de Michael y Levas (2003) apuntan que los estudiantes de otros cursos en el área de negocios interpretan el estereotipo del contador como conservador, retraído y con dificultades de trabajo en grupo.

En el escenario nacional, Azevedo, Cornachione Júnior y Casa Nova (2008) compararon las percepciones de los alumnos de Contabilidad con otros cursos. El estudio identificó diferencias significativas relativamente a la percepción que se tiene sobre el curso de Contabilidad para los factores relativos a la ambición, propensión al riesgo, independencia, orientación a personas, nivel de estudio, trabajo en equipo, flexibilidad, nivel de estudio, liderazgo, siendo que, para esos factores, la percepción de los estudiantes de los otros cursos fue significativamente más negativa que la percepción de los estudiantes de Contabilidad. Miranda, Miranda y Araújo (2012) analizaron las percepciones de alumnos de la enseñanza media sobre la actividad profesional del contador. Algunos resultados apuntan que los alumnos no conocen algunos aspectos relevantes de la profesión; los contadores fueron considerados éticos; no hay una gran desvalorización de la profesión comparada con otras.

Lo que las pesquisas demuestran es que uno de los principales motivos de esas percepciones equivocadas, o incluso estereotipadas, es la falta de claridad sobre lo que es la profesión y cuáles son las actividades ejercidas por el profesional de la Contabilidad (Cobbs, 1976; Hazell, 1998; Parker, 2000; Smith &

Briggs, 1999). Si, en parte, la forma en que las personas son vistas determina cómo ellas son tratadas, se supone que las percepciones de los contadores o de la propia Contabilidad son influenciadas por la ausencia de informaciones. McMurdy (1997) cree que el lenguaje utilizado por los contadores es una forma de confundir al público y mantenerlo en la oscuridad sobre lo que es Contabilidad, contribuyendo para la permanencia de esas percepciones equivocadas. Bougen (1994) sigue en esa misma línea, afirmando que esa percepción negativa es duradera debido a la complejidad de la imagen del contador, que es derivada de la interdependencia entre la Contabilidad y la escrituración fiscal y la indefinición de las características personales y de Contabilidad en sí.

La falta de nitidez de las funciones del contador y de la propia Contabilidad hace que los estudiantes tengan una imagen que no revela propiamente la realidad (Parker, 2000; Smith & Briggs, 1999). Hiroshi (1998) comenta que otras disciplinas, como Medicina, Economía, Ingeniería y Química, consiguen llamar la atención hacia sus áreas, mostrando sus nuevos “productos”, sus curiosidades, al contrario de lo que ocurre en Contabilidad. Wells (2010) plantea que de esa forma la Contabilidad puede dejar de atraer a las personas con habilidades y capacidades necesarias para la profesión.

Holland (1973) resalta asimismo, que son los estereotipos profesionales que forman la base para las decisiones sobre qué carrera el individuo debe seguir. Por tanto, “si esta visión es estereotipada negativamente por los estudiantes, puede acarrear en la decisión precipitada de cursar otra formación en carreras relacionadas, al desconsiderar simplemente la posibilidad de cursar Contabilidad” (Azevedo, 2010, p. 7). Los estereotipos acaban afectando, sobremanera, la elección de la futura carrera profesional (Albu, Albu & Girmina; 2011). Además de eso, la existencia de estereotipos ya en los cursos frecuentados por los estudiantes puede interferir, de manera significativa, en su actuación como futuros profesionales (Schlee, Curren, Harich & Kiesler; 2007).

En ese sentido, esta pesquisa tiene el objetivo de identificar la percepción de alumnos y profesores universitarios en relación a las características de ese profesional y funciones desempeñadas. Por tanto, la presente pesquisa se propone buscar la respuesta para el siguiente problema: **¿Cuál es la percepción de estudiantes y profesores universitarios acerca de la profesión contable?**

Para Vicente y Machado (2010), la credibilidad y el desarrollo futuro de la profesión contable dependen de la correspondiente imagen pública, por tanto una percepción equivocada y estereotipada negativamente por el público en relación a la Contabilidad es perjudicial para el valor de la profesión. Es sabido que, a fin de atraer y retener a los más competentes y talentosos estudiantes y profesionales, la profesión contable carece de proyectar una imagen de confianza, respetabilidad y de ofrecer desafíos (Azevedo, 2010).

Asimismo para Azevedo (2010, p. 13), “si las personas no perciben el área de Contabilidad como un área que proporciona desafíos para el desarrollo de habilidades y aprendizajes, estas muy probablemente evitarán obtener ese tipo de formación”. Se constata entonces que, para buscar crear una buena imagen frente a la sociedad, es necesaria la divulgación de las capacidades y potencialidades del profesional contable. La falta de información o desinformación sobre lo que es Contabilidad y el cuestionamiento sobre cuál es el papel de los contadores hacen que la Contabilidad continúe siendo un misterio para muchos (Wells, 2010), lo que puede contribuir para las percepciones negativas del contador y de la propia Contabilidad.

Las consecuencias de una percepción equivocada y estereotipada negativamente pueden ocasionar perjuicios para el desarrollo de cualquier profesión, inclusive en relación al propio posicionamiento en la sociedad como profesional (Schlle *et al.*; 2007). Azevedo (2010, p. 14) comenta que, “cuando los estereotipos inhiben la capacidad de la profesión de representar fielmente a sus miembros y de atraer a nuevos estudiantes, se torna necesario entenderlos y combatirlos”. En esa perspectiva, es preciso profundizar los estudios sobre estereotipos tanto de la Contabilidad como del profesional que la ejerce.

## 2. Revisión de la Literatura

### 2.1 Estereotipos

Los estereotipos surgen del proceso cognitivo de formar percepciones sobre grupos de personas, normalmente involucrando la atribución de rótulos para esos grupos. Esos rótulos son llamados “estereotipos”. Así pues, estereotipo sería, de forma simple, la idea sobre algo o alguien; la imagen espontánea que surge en la mente cuando el individuo se depara con determinadas situaciones.

En el sentido etimológico, el término estereotipo tiene origen griego, en que *stereos* significa “rígido”, y *túpos* significa “trazo”. Inicialmente, el término fue utilizado como argot tipográfico, refiriéndose a un molde metálico, con caracteres fijos, utilizado para producir una misma impresión millares de veces (Azevedo, 2010; Pereira, 2002).

Walter Lippmann fue uno de los primeros estudiosos a utilizar el término en el área de las ciencias sociales, en su libro “*Public Opinion*” en 1922. Para Lippmann (1922), estereotipos son imágenes almacenadas en la mente, tenidas por individuos sobre objetos y personas de otros grupos. El autor menciona que los estereotipos surgen por la necesidad de simplificar el mundo, tornarlo más comprensible de lo que realmente es, constituyendo generalizaciones, no siempre correctas, sobre acontecimientos, grupos y categorías de personas. De esa forma, los estereotipos sirven como mecanismo de categorización, almacenando datos sobre el ítem categorizado para posterior utilización.

La definición de Lippmann fue utilizada como referencia hasta 1933, cuando de la publicación del trabajo de Katz y Braly (Pereira, 2002), el cual se caracterizó como el primer estudio de naturaleza empírica sobre el asunto y, para tanto, 100 estudiantes universitarios americanos fueron invitados a indicar los trazos más característicos de diez diferentes grupos sociales. El resultado fue la presentación de un alto nivel de consenso sobre las características de determinados grupos raciales y étnicos, como negros y judíos.

Pereira (2002) menciona que la definición del término “estereotipo” sufrió varias alteraciones desde su surgimiento en las ciencias sociales. Para el autor, solo en los años 80, de hecho, los estereotipos fueron definidos dentro de un abordaje cognitivista, cuando Hamilton y Trolier (1986) definieron que los estereotipos son estructuras cognitivas que contienen los conocimientos, las creencias y expectativas percibidas sobre un grupo social humano.

En la década de los 90, los estereotipos pasaron a ser considerados creencias compartidas referentes a los atributos personales, especialmente a trazos de personalidad y a comportamientos de un grupo de personas (Leyens, Yzerbyt & Schadron; 1994). Ya en la última década, Myers (2000) definió estereotipos como creencias y percepciones sobre atributos de un grupo, que, además de las informaciones sobre esos atributos, presenta también la extensión con que son compartidos.

Los estereotipos más comunes están relacionados a aspectos raciales, culturales, de sexo y observaciones de determinados grupos de personas. Se pueden citar algunos ejemplos de estereotipos culturales y raciales: “todos los árabes y musulmanes son terroristas”, “todos los judíos son gananciosos”, “todos los africanos son buenos en la práctica de deportes”. En relación al sexo, se puede citar: “los hombres son más fuertes que las mujeres”, “las mujeres no pueden hacer un buen trabajo como un hombre”, “las niñas no son buenas en deportes”. En relación a los estereotipos de determinados grupos, tenemos los ejemplos: “las rubias son poco inteligentes”, “a los niños no les gusta la comida saludable”, “todos los góticos usan ropa negra, maquillaje negro y son deprimidos”, “todos los bibliotecarios son mujeres, usan gafas, se sujetan el cabello en forma de moño”, “las personas con exceso de peso son más alegres”.

No obstante, ¿por qué categorizar a las personas en grupos? Existen varios motivos, de acuerdo con los investigadores. Maximiano (2004, p. 255) propone que “Como la percepción de otros es compleja, la simplificación es un recurso por medio del cual solo unos pocos trazos del comportamiento ajeno son percibidos.” Así pues, los estereotipos ocurren cuando utilizamos nuestra percepción sobre un grupo o contexto para generalizar juzgamientos en torno de individuos (Robbins, 2005), reduciendo la necesidad de cada individuo ser considerado separadamente. Tajfel y Turner (1986) también sugieren que la cate-

rización en grupos permite que los individuos puedan construir una imagen superior de su propio grupo social y aumentar su propia autoestima, o sea, las personas tienden a evaluar a las personas de su grupo de una forma más positiva en relación a aquellas que no pertenecen al grupo.

Para Macrae, Milne, y Bodenhausen (1994), la motivación para el estereotipo está en el deseo de conservar los recursos mentales y surge debido a la carga de información cada vez mayor con que los individuos están trabajando. Para los autores (1994, p. 37), los “estereotipos, por tanto, sirven para simplificar la percepción, juzgamiento y acción. [...] ahorran a los receptores la prueba de responder casi incomprensiblemente a un mundo social complejo.”

La formación y la forma como son organizados los estereotipos pueden ocurrir por múltiples procesos, como la mayoría de los fenómenos psicológicos sociales (Mackie, Hamilton, Susskind & Rosselli, 1996; Pereira, 2002). Los autores Mackie *et al.* (1996) sugieren que los estereotipos pueden ser formados por los procesos cognitivo, afectivo, socio-motivacional y cultural, que actúan en el ambiente social y que pueden sufrir influencia de cada uno de esos procesos, individualmente o de forma combinada. Para Stangor (2000), la combinación de esas influencias hace que los estereotipos se confirmen fácilmente y se tornen resistentes a mudanzas.

Para Pereira (2002), los estereotipos son productos de la interacción social, transmitidos de generación en generación, por medio de contactos directos entre los diversos agentes sociales, así como por los medios de comunicación, que crean y refuerzan esos estereotipos, siendo capaces de modificar las impresiones sobre los grupos en varios sentidos.

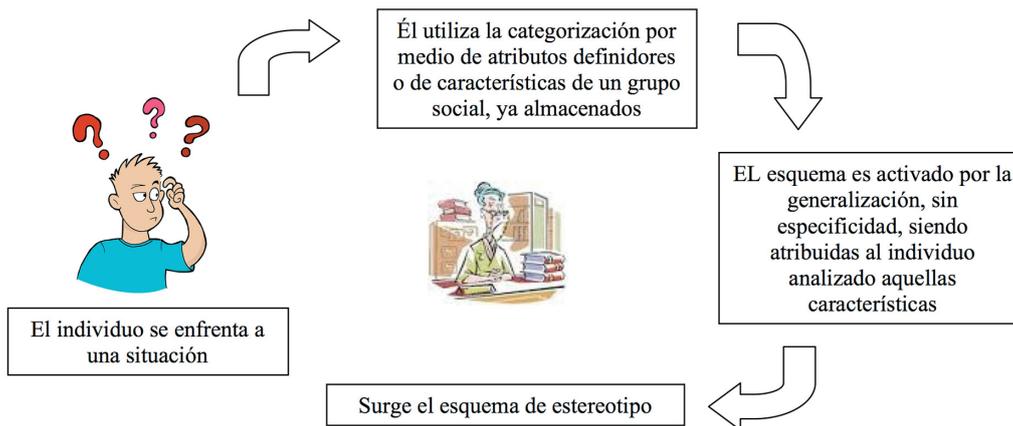
## 2.2 Desarrollo de los Estereotipos

La representación de informaciones sobre un grupo social dentro de memoria puede ocurrir sobre tres abordajes (Wells, 2010): los esquemas de grupos, prototipos y modelos basados en ejemplares. De acuerdo con Stangor y Schaller (1996), cada abordaje presenta diferentes hipótesis sobre cómo las creencias del grupo son representadas y se encuadra en un nivel diferente de especificidad.

Los esquemas de grupo son estructuras de conocimiento abstractas que especifican los atributos definidores relevantes o las características de un grupo social (Wells, 2010). Para Pereira (2002), un esquema de grupo significa el conjunto de las creencias de alguien a respecto de las características probables de miembros de determinado grupo. “Se reconoce que la existencia de un esquema sobre un grupo social es suficiente para influenciar la percepción que se tiene sobre los miembros de este grupo.” (Pereira, 2002, p. 110).

Esos esquemas son fáciles de asimilar, almacenar y activar y, por tanto, fácilmente influyen en los juzgamientos de los otros individuos, permitiendo inferencias a respecto de informaciones indisponibles e indicando “guiones” de comportamientos a ser usados, a depender de la circunstancia (Pereira, 2002; Stangor & Schaller, 1996).

En ese sentido, los esquemas permiten emitir prontamente un análisis del comportamiento de los otros individuos; ellos categorizan a los sujetos de forma más amplia, por la generalización, por tanto, tienden a la falta de especificidad, desanimando al observador a sub-clasificar las características de ellos. Por ejemplo, observemos el esquema de un bibliotecario, como demostrado en la Figura 1. Cuando pensamos en ese individuo, enseguida le atribuimos características generalizadas del grupo: normalmente del sexo femenino, media edad, usa gafas y moño en el pelo, ropas conservadoras.



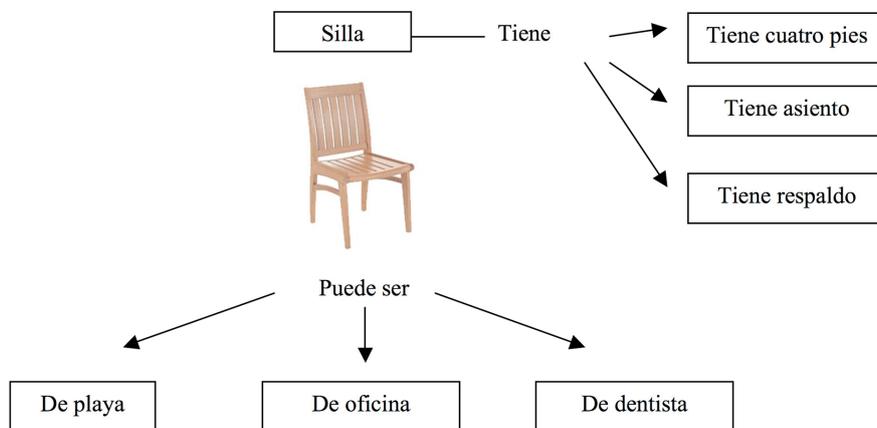
**Figura 1.** Esquema de estereotipo del bibliotecario

Fuente: Elaborado por la autora.

Hinton (2000) propone que los esquemas facilitan la vida de las personas. Siendo así, cuando alguien necesita algún servicio prestado por ese profesional (bibliotecario), busca un individuo que se encaje en ese esquema de estereotipo, muchas veces resolviendo rápidamente su problema y con poco esfuerzo.

Otro abordaje trata de los estereotipos como prototipos. Esos son semejantes a los esquemas del grupo, excepto por existir en un nivel más bajo y más específico de representación; ellos están relacionados a las propiedades o a las características más importantes de los esquemas, proporcionando descripciones detalladas y específicas. Pereira (2002) define prototipo como una representación abstracta de las características típicas y, no, de todos los factores de una categoría. Para Stangor y Schaller (1996, p. 8), prototipos son “representaciones mentales que consisten en un conjunto de asociaciones entre rótulos de grupo.”

El prototipo es una sub-categoría de referencia, en la cual la combinación de características típicas crea la idea de mejor ejemplar de un grupo. De esa forma, la idea del prototipo permite al sujeto, mediante la identificación de las características típicas de varias categorías, la construcción mental del mejor ejemplar y, así, cuando él encuentre un nuevo objeto, él podrá compararlo con el prototipo que tiene almacenado en la memoria (Amoretti, 2001). Como ejemplo, podemos citar el prototipo de una silla. Cuando se piensa en una silla, se le atribuyen algunas características a ese ítem, como la presencia de un respaldo, el hecho de no poseer brazos y el hecho de poseer cuatro patas. De esa forma, el prototipo de silla puede permitir que nuevos objetos puedan ser identificados y clasificados como silla, basados en la idea del signo silla (Amoretti, 2001). Así pues, cuando el individuo fuere expuesto a algo semejante a una silla, este accionará el prototipo existente, el mejor ejemplar de una silla. La Figura 2 demuestra el prototipo de una silla.



**Figura 2.** Prototipo de una silla

Fuente: Adaptado de Amoretti (2001)

El tercer y último abordaje para la representación cognitiva de un grupo social se da por medio del uso de modelos de ejemplares. Además de las representaciones abstractas de los grupos sociales, las personas también comprometen la memoria con encuentros específicos con los individuos.

Según esa óptica, la representación que se tiene de personas reales pertenecientes a los grupos estereotipados influencia el contenido del estereotipo (Pereira, 2002). Para el autor, los modelos abstractos – esquemas de grupo y prototipos – suponen la presencia de un conjunto de representaciones de características típicas del objeto, siendo esas formadas en las experiencias con ejemplares del grupo o en el aprendizaje con agentes externos, como familia, amigos, profesores, medios, mientras que los modelos basados en ejemplares suponen la existencia de representaciones archivadas en la memoria independientemente para cada uno de los ejemplares. Un ejemplo sería cuando somos solicitados a reflexionar sobre profesores. La tendencia, en ese ejemplo, es evocar miembros específicos de esa categoría, profesores con los cuales tuvimos contacto, llevando en consideración las representaciones almacenadas en la memoria para concebir el estereotipo del profesor.

Pereira (2002) dispone que, en el caso de los modelos basados en ejemplares, la percepción del estereotipo del objeto no ocurre por una representación abstracta y, sí, por un conjunto de ejemplares evocados por medio de la mera exposición al objeto. El autor piensa que esos modelos surgen como una tentativa de enfrentarse con factores, como la diversificación de los subtipos encontrados en los grupos, la percepción de la variabilidad grupal y la influencia de variables contextuales para la aplicación de los estereotipos, lo que no ocurre en los modelos abstractos. Stangor y Shaller (1996) piensan que ese abordaje torna más fácil el proceso de representación de la variabilidad intra-grupal en la memoria.

No obstante, los autores mencionan que, aún en la ausencia de modelos ejemplares, los estereotipos todavía pueden ocurrir.

### 2.3 Estereotipo del Contador

Muchos estudios vienen siendo realizados para examinar la imagen pública de los contadores, describiendo las percepciones que las personas tienen tanto de esos profesionales como de la Contabilidad, a partir de diferentes perspectivas. Dimnik y Felton (2006) apuntan que el profesional de la Contabilidad es el que más se ha preocupado con la imagen pública en los últimos años. Los autores plantean que, durante años, los contadores han agonizado con la imagen de una persona antipática, poco atractiva, forzados a defenderse contra acusaciones de irrelevancia, esforzándose para reforzar su reputación de competencia e integridad, situación ya alertada, mucho antes, por Holland (1973), cuando afirmó que la profesión contable, más que cualquier otra, trababa batallas con los remanentes de un estereotipo negativo poderoso.

En relación a la profesión, las percepciones encontradas apuntan que el trabajo del contador involucra actividades repetitivas, antipáticas, y, principalmente, relacionadas a cálculos y a impuestos (Miranda; Miranda & Araújo, 2012).

Esas percepciones negativas sobre el profesional de la Contabilidad comenzaron a ser expuestas con las alegaciones de Stacey (1958), de que el contador era retratado en romances y poesías de forma poco lisonjera. Estudios posteriores mantuvieron el presupuesto de que el estereotipo del contador era negativo, siendo tratado como antipático, sumiso, falto de preparación, sin creatividad, sin interés (Aranya, Meir & Bar-Ilan, 1978; Beardlsee & O'Dowd, 1962; Cobbs, 1976; Cory, 1992; DeCoster & Rhode, 1971).

Más de cincuenta años después, esas percepciones parecen estar inalteradas (Friedman & Lyne, 2001; Hooper, Kearins & Wells, 2009; Parker, 2000). Enis (1998) refiere que eso puede ser consecuencia de las percepciones de la Contabilidad y de los contadores, por consistir en un conjunto complejo de imágenes técnicas y personales entrelazadas, las cuales difieren entre los grupos de observadores.

Para Bougen (1994), esa percepción negativa persiste debido a la complejidad de la imagen del contador, la cual es derivada de la interdependencia entre la Contabilidad y la escrita fiscal y la indefinición de las características personales y de Contabilidad en sí. El autor sugiere asimismo que, históricamente, los

contadores estuvieron dispuestos a aceptar la imagen negativa en relación a la profesión, pues eso les permitió mayor credibilidad con el público. Para Brass (2004), los contadores son culpados de los equívocos del estereotipo negativo, ya que nunca intentaron corregir la imagen de escriturario fiscal.

Otro motivo alegado por varios autores es la falta de claridad, por parte del público, sobre lo que es la profesión y cuáles son las actividades ejercidas por el profesional de la Contabilidad (Cobbs, 1976; Hazell, 1998; Parker, 2000; Smith & Briggs, 1999). McMurdy (1997). Piensan esos autores que el lenguaje utilizado por contadores es adoptado como una forma de confundir al público y mantenerlo en la oscuridad sobre lo que es Contabilidad.

A pesar de que las mudanzas en el ambiente de negocios hayan ocasionado una transformación significativa en el papel del contador (Albrecht & Sack, 2000; Parker, 2000), esas percepciones negativas continúan inalteradas (Baxter & Kavanagh, 2012; Evans & Fraser, 2012; Parker, 2000). La sombra del estereotipo del contador todavía permanece terriblemente sobre la consciencia pública (Jeacle, 2008).

Por otro lado, existen también estudios que sugieren la existencia de algunos aspectos positivos en la imagen de los contadores, presentando características como honesto, confiable, preciso (Azevedo & Cornachione Júnior, 2012; Bougen, 1994; Carnegei & Napier, 2010; Coutinho y Silva & Silva, 2012; Friedman & Lyne, 2001; Felton; Dimnik & Bay, 2007; Jeacle, 2008; Leal, Miranda, Araújo & Borges, 2012).

No obstante, los diversos estudios citados sugieren que es imposible catalogar la imagen de los contabilistas de forma simple, en positiva o en negativa, no alcanzando, de hecho, solamente un estereotipo de la profesión (Dimnik & Felton, 2006). Los autores plantean que los estereotipos del contador pueden variar de acuerdo con el grupo que es inquirido para expresar opinión.

Para Carnigie y Napier (2010), una comprensión de las imágenes externas de los contadores es importante para el juzgamiento de los papeles de estos en un contexto social más amplio. Azevedo (2010, p. 24) argumenta que “la profesión contable carece de proyectar una imagen de confianza, respetabilidad y de ofrecer desafíos, recompensas y perspectivas, a fin de atraer y retener a los estudiantes y profesionales más talentosos y competentes”. Para los jóvenes, la reputación de una profesión como pesada y antipática, es un fuerte desincentivo para seguir esa carrera, principalmente para los mejores alumnos (Friedman & Lyne, 2001). Lo que, de hecho, refuerza la idea de que la percepción que los estudiantes tienen sobre un determinado curso es factor preponderante en la elección de sus carreras profesionales (Azevedo, Cornachione Júnior & Casa Nova, 2008).

### 3. Metodología de la Pesquisa

Esa pesquisa es clasificada en relación a los objetivos como pesquisa descriptiva, en que “pretende describir con exactitud los hechos y fenómenos de determinada realidad” (Triviños, 2006, p. 110). En relación al delineamiento de la pesquisa, es del tipo análisis o *survey*. Para Gil (1999), las pesquisas del tipo análisis se caracterizan por la interrogación directa de las personas cuyo comportamiento se desea conocer. En lo que se refiere al abordaje del problema, la pesquisa es de naturaleza cualitativa, pues involucra examinar y reflexionar sobre las percepciones de la imagen de la actividad del profesional de la Contabilidad por parte de alumnos y profesores universitarios. Para Richardson (1999), el abordaje cualitativo busca interpretar las características que adjetivan el objeto estudiado. La población objeto de la pesquisa comprende los estudiantes y profesores de los cursos de graduación de Contabilidad, Administración, Derecho, Periodismo e Ingeniería de Producción de dos universidades (una pública y una particular) localizadas en el Vale do Itajaí, Estado de Santa Catarina. La muestra de la pesquisa fue compuesta por 461 estudiantes y 102 profesores. La elección de los cursos fue por accesibilidad y retorno de las respuestas. Fueron seleccionados los últimos 2 períodos de cada curso. Esa elección fue en función de que los alumnos estarían más familiarizados con su curso, con el perfil profesional y muchos ya estarían actuando en el mercado de trabajo, por tanto, tendrían más condiciones de opinar sobre características de otra profesión. La colecta de datos fue realizada por medio de aplicación de cuestionario, siendo analizadas por in-

termedio de la técnica de análisis de contenido, la cual fue iniciada a partir de la lectura de las respuestas. A lo largo de ese proceso, fueron seleccionados los temas o unidades de análisis, considerados más relevantes para la pesquisa, los cuales sirvieron de base para la fase de categorización, habiendo sido creadas tres categorías temáticas: el profesional, las actividades desempeñadas y el objetivo de esas actividades.

#### 4. Análisis de los Resultados

La Tabla 1 presenta las categorías de análisis y respectivas sub-categorías en relación a la cuestión “¿Qué piensa usted que el contador hace en su actividad profesional?”.

Tabla 1

**Categorías y sub-categorías del análisis de contenido atribuciones del contador**

Categoría Profesional	Categoría Actividades Ejecutadas	Categoría Objetivos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preciso y enfocado.</li> <li>• Consultor de personas físicas y jurídicas.</li> <li>• Persona que cuida de la organización.</li> <li>• Orienta a personas y a empresas</li> <li>• Auxilia en la administración.</li> <li>• Organiza la actividad contable.</li> <li>• Gran administrador, socio colaborador en la gestión del negocio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación, ejecución y control de actividades.</li> <li>• Auditoría y pericia contable.</li> <li>• Elaboración y análisis de demostraciones financieras.</li> <li>• Control de cuentas y finanzas.</li> <li>• Atendimiento de la legislación/fisco.</li> <li>• Elaboración de hojas de salario.</li> <li>• Declaración de IR.</li> <li>• Rutinas administrativas.</li> <li>• Calcula y apura impuestos.</li> <li>• Análisis de costes.</li> <li>• Constitución y baja de empresas.</li> <li>• Cálculos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar informaciones para la toma de decisiones.</li> <li>• Administrar la organización.</li> <li>• Facilitar la fiscalización del gobierno.</li> <li>• Alertar las empresas sobre las mudanzas en el mercado.</li> <li>• Solucionar problemas.</li> </ul>

Considerando los contenidos relacionados al profesional en sí, los relatos apuntan que prevalecieron los pensamientos de que el contador es un profesional que presta algún tipo de consultoría, sea financiera, tributaria, administrativa. Él también está relacionado a una persona que orienta a sus clientes, auxilia en la administración del negocio: “Él verifica posibles errores y orienta cuál es la mejor solución con relación a los recursos humanos, fisco, impuestos y afines”, “El contador no es solamente una obligación y, sí, un socio colaborador en la gestión financiera del negocio”.

En relación a las actividades ejecutadas, fueron apuntadas, principalmente, las funciones relacionadas a la apuración de impuestos, cumplimiento de la legislación, elaboración de balances y demostraciones de resultado, así como elaboración de hojas de salario y declaración de impuesto de renta: “Responsable por la parte contable, fiscal, tributaria y laboral de una empresa”; “Trata con cuestiones tributarias”, “Es responsable por toda la parte de finanzas, desde hojas de salario, hasta impuestos, lucros y, también, inversiones”; “Varias funciones, pero la primera es la declaración de impuesto de renta”, “Agiliza los impuestos de las empresas”, “Toda actividad financiera relacionada al despido y admisión de personas en una empresa”, “Balances patrimoniales, DRE, contratos sociales y alteración de los mismos, guía de pago de impuestos”. Como se percibe, básicamente las actividades mencionadas fueron aquellas relacionadas a los aspectos tributarios, financieros y a las obligaciones laborales. No obstante, muchos preguntados mencionaron que el contador ejecuta muchas actividades, incluyendo cálculos, números y también rutinas administrativas.

“Cuentas de empresas, auxilio en la parte financiera y bastante uso de números”; “Trabaja con números y su integridad y legalidad en una empresa o para personas físicas y jurídicas”; “Hace cuentas y números”; “Hace cálculos para realización de negocios en diversas áreas de la sociedad”; “Cuida de las cuentas de la empresa a la que presta servicios”; “Analiza y trabaja con números y cálculos”; “Trabaja con cuestiones relacionadas a la parte administrativa de la empresa y/o persona física”. Ese resultado no difiere de otras pesquisas realizadas, lo que viene a confirmar la presencia de un imaginario colectivo sobre la Contabilidad, como evidenciado en el trabajo de Dias y Martins (2005), según el cual la profesión del contador es vista

como involucrando cálculos y matemáticas y está orientada únicamente hacia los números. En la pesquisa de Hunt, Falgiani e Intrieri (2004), los estudiantes identifican la Contabilidad con la matemática pudiendo tener muchos cálculos. Jackeling, DeLange y Phillips (2010) también evidenciaron que los alumnos perciben al contador relacionado con números, el mismo resultado encontrado por Wells, Kearins y Hooper (2009), lo que demuestra la falta de conocimiento de las personas sobre lo que es la contabilidad.

Otras descripciones de las actividades ejecutadas por el contador fueron relacionadas: “Nos destruye la vida a nosotros los empresarios. Sé que no son todos, pero es, sin duda, la gran mayoría que no tiene la mínima idea de lo que está aconteciendo a su alrededor, no se actualiza y pierde oportunidades en todo momento”; “Hace prácticamente lo mismo día tras día”; “Trata con números, cumple normas, posee una vida fría, aburrida, usa casi solamente la lógica y raciocinio práctico, se olvida de las personas y de otros factores sociales”; “Podría realizar trabajos pensando en un todo, teniendo una visión general de los negocios y no solamente centrados en atender a cuestiones operacionales”.

Son notables las críticas al contador, en relación a la falta de algunas habilidades personales, como sentido crítico, proactividad, saber tratar con personas. Eso puede, de cierta manera, estar unido a la formación técnica de ese profesional, denunciando que la educación en el área de Contabilidad está todavía sujeta a la memorización de conocimientos y dominio de contenidos en detrimento del desarrollo de habilidades y aptitudes de los estudiantes (Albrecht & Sack, 2000). Y, también, por la influencia ejercida por los medios de comunicación, que transmiten la imagen del contador como tímido, introvertido, monótono, antipático, de visión limitada, lógico, sin creatividad, introspectivo, al que no le gusta tratar con personas, antisocial (Dimnik & Felton, 2006; Michael & Levas, 2003; Smith & Briggs, 1999; Smith & Jacobs, 2011).

En relación a los objetivos de las actividades ejecutadas por el contador, fueron apuntados desde facilitar el fisco, administrar la empresa, generar informaciones para la toma de decisiones a alertar sobre las mudanzas en el mercado, vigilar el bien de la organización: “Hace cálculos y administra bienes de terceros para facilitar para el fisco”; “Orienta y vigila el bien de las organizaciones y de las personas”; “Controla las empresas, orientándolas a seguir un camino correcto dentro de las normas y leyes”; “Estructura las informaciones financieras con el objetivo de orientar la toma de decisión”; “Soluciona problemas”.

De forma general, la visión de la actividad del contador todavía está unida al contador tradicional, que es responsable por la escrituración contable, entrega de declaraciones, apuración de impuestos, no obstante, es una visión muy restricta, lo que demuestra que la mayor parte de los preguntados no tiene una idea clara de esa profesión y tampoco de la propia Contabilidad. Otras pesquisas también demuestran que existe esa falta de entendimiento sobre lo que es la profesión y la Contabilidad (Dias & Martins, 2005; Malthus & Fowler, 2009; Miranda, Miranda & Araújo, 2012; Pekdemir & Pekdemir; 2010).

La segunda pregunta abierta fue direccionada solamente para los alumnos y profesores del curso de Contabilidad. En el caso de los profesores, se procuró saber cómo ellos imaginan que los contadores son percibidos por otros profesionales. Las respuestas fueron divididas en dos categorías: visión de la profesión y visión del profesional. La Tabla 2 presenta las categorías y subcategorías identificadas.

Tabla 2

**Categorías y subcategorías del análisis de contenido en la visión de la carrera del contador**

Categoría Visión de la Profesión	Categoría Visión del Profesional
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta valorización.</li> <li>• Involucra cálculos, tributos y análisis financieras.</li> <li>• Respetada y admirada.</li> <li>• Consultores en el punto de vista de números.</li> <li>• Importante.</li> <li>• Actividades repetitivas.</li> <li>• Cumple normas y reglas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta formación.</li> <li>• Agentes de la burocracia.</li> <li>• Poco crítico.</li> <li>• Metódico.</li> <li>• Poco comunicativo.</li> <li>• Introspectivo.</li> <li>• Matemático.</li> </ul>

Muchos profesores de Contabilidad piensan que la mayor parte de las personas no conoce esta profesión y, por eso, consideran la carrera como poco valorizada, involucrando muchos cálculos, y que los contadores son agentes de la burocracia. Otros alegan que es una carrera importante, respetada y admirada. Algunas declaraciones ejemplifican ese análisis: “Aquellos que tienen poco conocimiento sobre Contabilidad nos tratan solamente como profesionales que ejecutan actividades repetitivas y que cumplen la legislación, afirmando que la Contabilidad no sirve para nada; los que no conocen la Contabilidad piensan que somos ingenieros (muchos cálculos) y, por eso mismo, no dan importancia al trabajo ejecutado por la clase contable”; “Una parte de los contadores son vistos como profesionales conformados, sin iniciativa y serios. No obstante, existen profesionales que son participativos, innovadores y que se comprometen con la profesión, aquellos que hacen la diferencia”; “Profesionales cerrados en sí mismos y que tienen dificultades para comunicarse con otras áreas”; “Matemáticos o de ciencias exactas, sin gran relevancia y burócratas”; “Mero apurador de impuestos”.

Pregunta semejante fue efectuada a los alumnos de Contabilidad: “¿Cuál es la reacción de las personas cuando usted comenta que cursa Contabilidad? ¿Qué dicen ellas?”. El análisis de las respuestas permitió la creación de 3 categorías: visión del curso, elección del curso y visión de la futura carrera.

En la categoría “visión del curso”, muchos respondieron que a las personas les parece un curso anti-pático, que involucra muchas matemáticas, complejo, difícil. Pero también puede ser considerado un curso con grandes posibilidades de actuación, buena posibilidad de encontrar empleo, curso interesante completo: “Piensan que es una ciencia exacta y piensan que soy muy bueno en matemáticas”; “¿Le gustan a usted las matemáticas? La gran mayoría no sabe exactamente qué es lo que el contador hace, no le gusta sin saber y se espanta por saber que usted hace Contabilidad y que le gusta”. En la categoría elección del curso, fue mencionado que es un curso con grandes posibilidades, posibilidad de encontrar empleo, sin embargo con menor remuneración que otros y que las personas que escogen Contabilidad son “locas” y les gustan mucho los números: “Grandes oportunidades profesionales”; “Curso con buena posibilidad de encontrar empleo, especialmente en el área pública”; “Profesión buena, con empleo garantizado. Mercado necesitando contadores. Posibilidad de buena remuneración”; “¡Que estoy loca y que me gustan mucho las matemáticas!”.

En relación a la visión de la carrera futura como contador, los alumnos mencionaron que es una buena profesión, profesional esencial para la sociedad y muy promisor: “La elogian, dicen que es una profesión buena, con mercado de trabajo atrayente”; “No acostumbran a impresionarse mucho. Generalmente dicen que tiene un gran mercado de trabajo, pero ya he oído a personas comentando que harían Contabilidad ahora, en vez de Administración o Economía. Pienso que está siendo más valorizado”.

Como se percibe, permanece la representación del contador como una carrera poco interesante, involucrando actividades repetitivas, que cumple normas e involucra muchos cálculos, además de que el profesional continúa siendo visto como introspectivo, poco crítico, poco comunicativo.

## 5. Consideraciones Finales

Este estudio tuvo como objetivo general identificar y analizar la percepción que estudiantes y profesores universitarios tienen acerca de la profesión contable.

En relación a las actividades que ese profesional ejerce, las respuestas fueron clasificadas en tres categorías: “objetivo de la profesión”, “el profesional” y “las actividades propiamente dichas”. En relación a la primera categoría, las respuestas indican que el objetivo de esa profesión es generar informaciones para la toma de decisión, administrar la organización, solucionar problemas y facilitar la fiscalización del Gobierno. Por su parte el profesional es considerado una persona que orienta, auxilia en la administración, organiza las actividades de la empresa y es un socio colaborador de la organización. Y las actividades comprenden el control de cuentas, atendimento de la legislación, escrituración contable, hoja de salarios, cálculos, apuración de impuestos y declaración de impuesto de renta.

La mayor parte de los preguntados categorizó las actividades del contador de forma más amplia, por medio de esquemas de grupo, los cuales ocurren por la generalización de los sujetos y tienden a la

falta de especificidad. Ejemplos de esas actividades son así apuntadas: control de cuentas, cálculos, atenuamiento de la legislación, solución de problemas, o sea, no hay un nivel de categorización más detallado.

Otras respuestas fueron basadas en prototipos, que proporcionan descripciones más detalladas sobre el grupo analizado, como es el caso de las respuestas involucrando elaboración de escrituración contable, hoja de salario y apuración de impuestos, observándose que hay una subcategorización de las actividades ejercidas. Mientras que el uso de modelos de ejemplares, basados en la influencia del contacto real con el sujeto estereotipado y el contenido del estereotipo, fue evidenciado en las respuestas en que el contador es visto como medio de facilitar la vida del fisco, o un gran socio colaborador de la organización. Eso demuestra que los preguntados que tuvieron contacto con ese profesional llevaron en consideración esas representaciones almacenadas en la memoria, de acuerdo con sus experiencias.

No obstante, ese panorama no difiere de lo que algunas pesquisas ya han relatado, o sea, es evidente la falta de claridad sobre las actividades y sobre la propia profesión presentadas por los individuos pesquisados (Hazell, 1998; Parker, 2000; Smith & Briggs, 1999) y la indefinición de las características personales y de la Contabilidad en sí (Bougen, 1994). Hay una confusión en separar lo que es actividad, profesional y Contabilidad por parte de la sociedad. Las opiniones sobre el contador y la Contabilidad son expresadas de manera que no siempre concuerdan con el papel del contador o de la propia actividad (Dias & Martins, 2005). Entre las atribuciones designadas por las personas, en general, muchas ni tan solo pertenecen a los contadores, como es el caso del control de cuentas financieras, u organización administrativa de la empresa, lo que demuestra que ellas no conocen las verdaderas atribuciones de un contador, o lo que realmente es Contabilidad. La profesión normalmente está relacionada a situaciones triviales y la de encontrar personas que resuelvan necesidades inmediatas, como la presentación de declaración de Impuesto de Renta.

Cuando cuestionados sobre la forma que otros profesionales percibían la profesión del contador, los profesores de Contabilidad afirman que esa imagen no es buena. Ellos piensan que el contador es visto como un profesional sin visión de negocios, poco participativo o involucrado en la gestión; poco actualizado; usa mucho la lógica y se olvida de las personas; únicamente cumple normas; y resuelve cuestiones operacionales. En relación a la profesión en sí, esta es percibida involucrando cálculos y matemática; relacionada a aspectos fiscales y tributarios, principalmente a la declaración del Impuesto de Renta.

Los estudiantes de Contabilidad, por su vez, cuando cuestionados sobre la reacción de las personas cuando sabían que él cursaba Contabilidad, respondieron que el curso es visto como antipático, complejo, incluye muchas matemáticas, pero que presenta grandes posibilidades de actuación, posibilidades de encontrar empleo, aunque con menor remuneración que otros cursos y hay que estar un poco loco y le han de gustar mucho los números. La visión de la futura carrera fue retratada como una buena profesión, esencial para la sociedad y muy promisoras.

Como se puede notar, tanto las opiniones declaradas por los profesores como por los estudiantes confirman la permanencia de la representación del contador como una carrera poco interesante, involucrando actividades repetitivas, que cumple normas e involucra muchos cálculos, además de que el propio profesional viene siendo visto como introspectivo, poco crítico e poco comunicativo. Las consecuencias de esa imagen para esa profesión es la profecía de lo autorrealizable, según la cual los individuos acaban comportándose de manera a seguir la creencia originalmente estereotipada, y así confirmando el estereotipo existente (Wells, 2010). Ese hecho ya fue evidenciado en varios estudios (Azevedo, 2010; Steele & Aronson, 1995; Wells, 2010), siendo que, para Pereira (2002), esas profecías contribuyen de forma decisiva para el mantenimiento de los estereotipos.

De forma general, lo que se puede concluir es que todavía paira en el aire el estereotipo del *bean-counter*, la imagen del contador tradicional todavía está muy unida a la del contador contemporáneo. Las características de una profesión antipática, pesada, rutinaria, que involucra muchos cálculos, sin creatividad, sin habilidades con personas, permanecen.

Y ¿cómo modificar esa situación? Para Pereira (2002), el proceso de mudanza de un estereotipo es muy lento y laborioso; requiere un alto grado de motivación y dispendio de una representativa parte de esfuerzos por parte del receptor. Para que ocurra alguna mudanza, ese profesional debe procurar su im-

portancia e agregar valor a su profesión. El profesional de la Contabilidad debe empeñarse en demostrar la importancia de su trabajo y de las actividades que realiza, a fin de que la sociedad tenga noción y nitidez de las funciones relacionadas a él y las considere relevantes. Con la comprensión de las funciones del contador, la dimensión y la amplitud de la profesión se tornan más claras, lo que favorece positivamente la imagen pública. Vale recordar que el valor de la profesión, así como su credibilidad y su desarrollo futuro, están directamente unidos a esa imagen.

Se hace necesario mayor involucramiento de los contadores y de los propios órganos de clase, para aproximar más la Contabilidad a las personas, demostrando, así, también, su papel de agente social. Es imperativo que los contadores se posicionen como una categoría profesional importante para el desarrollo de la sociedad, estando cada vez más presente y activa en el contexto económico, social y político.

Las Instituciones de Enseñanza Superior (IES) también poseen un papel fundamental para la mudanza de la imagen del contador y, por eso, deben proporcionar, además de la formación técnica de ese futuro profesional, el desarrollo de habilidades interpersonales, de comunicación y de gestión, habilidades esas tan solicitadas por el mercado y por la propia sociedad.

## 6. Referencias

- Albrecht, W. S. & Sack, R. J. (2000). Accounting education: Charting the course through a perilous future. *American Education Association Series*, 16.
- Albu, N.; Albu, C. N. & Girbina, M. M. (2011). Can the stereotype of accountant be changed through accounting education? Some conjectures on educating accounting students in Romania. *International Journal of Business Research Publisher*, 11 (1), p. 156-163.
- Amoretti, M. S. M. (2001). Protótipos e estereótipos: aprendizagem de conceitos mapas conceituais: experiência em educação a distância. *Informática na educação: teoria e prática*, 4(2), p. 49-55.
- Aranya, N., Meir, E. I. & Bar-Ilan, A. (1978). An empirical examination of the stereotype accountant based on Holland's theory. *Journal of Occupational Psychology*, 51(2), p. 139-145.
- Azevedo, R. F. L. (2010). *A percepção pública sobre os contadores: "Bem ou mal na foto"?* 2010. 115 f. Dissertação de mestrado em Contabilidade. Universidade de São Paulo, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, São Paulo, SP, Brasil.
- Azevedo, R. F. L.; Cornachione Júnior, E. B. & Casa Nova, S. P. (2008). A percepção dos estudantes sobre o curso e o perfil dos estudantes de contabilidade: uma análise comparativa das percepções e estereotipagem. *Anais do Congresso USP de Contabilidade e Controladoria*, São Paulo, SP, Brasil, 8.
- Azevedo, R. F. L. & Cornachione Júnior, E. B. (2012). Ética profissional contábil: uma análise visual da percepção pública. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade – Repec*, 6(1), p. 19-37.
- Baxter, P. & Kavanagh, M. (2012). Stereotypes, students' perceptions and inherent creativity: further Australian evidence. *Australasian Accounting Business and Finance Journal*, 6(5), p. 81-100.
- Belski, W. H., Richmond, K. A. & Brozovsky, J. A. (2004). "A Few Bad Apples in the Bunch?": A Post-Enron Examination of the Business Student's Perception of the Prestige of the Accounting Profession. *New Accountant*, (718), p. 12-15.
- Beardlsee, D. C. & O'Dowd, D. D. (1962). Students and the occupational world. In: Sandford, N.; Adellson, J. (Eds). *The American College: A psychological and social interpretation of higher learning*. New York: Wiley.
- Bougen, P. D. (1994). Joking apart: The serious side to the accountant stereotype. *Accounting, Organizations and Society*, 3(19), p. 319-335.

- Brass, R. (2004). Is image letting accountants down? *Accounting & Business*, 8(1), p. 20-22.
- Carnegie, G. D. & Napier, C. J. (2010). Traditional accountants and business professionals: portraying the accounting profession after Enron. *Accounting Organizations and Society*, 3(35), p. 360-376.
- Cobbs, J. L. (1976). How the business press views the accounting profession. *Journal of Accountancy*, 142(3), p. 94-97.
- Cory, S. N. (1992). Quality and quantity of accounting students and the stereotypical accountant: Is there a relationship? *Journal of Accounting Education*, 10(1), p. 1-24.
- Coutinho e Silva, A. H., & Silva, É. G. R. D. (2012, March). Percepção dos Estudantes de Ciências Contábeis do Rio de Janeiro sobre o estereótipo do profissional de Contabilidade no período após a adoção do IFRS. Anais do Congresso Nacional de Administração e Ciências Contábeis-AdCont 2012, 3. Rio de Janeiro, RJ.
- DeCoster, D. T. & Rhode, J. G. (1971). The accountant's stereotype: real or imagined, deserved or unwarranted. *Accounting Review*, 46(4), p. 651-669.
- Dimnik, T. & Felton, S. (2006). Accountant stereotypes in movies distributed in North America in the twentieth century. *Accounting Organizations and Society*, 31(2), p. 129-155.
- Dias, G. M. & Martins, G. A. (2005). Representações sociais e imaginário coletivo na contabilidade. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, 2(4), p. 9-31.
- Enis, C. R. (1998). The effect of gender on role perceptions of accountants: Twenty years through the looking glass. *Advances in Public Interest Accounting*, 7, p. 107-138.
- Evans, L. & Fraser, I. (2012). The accountant's social background and stereotype in popular culture: the novels of Alexander Clark Smith. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 25(6), p. 964-1000.
- Felton, S., Dimnik, T. & Bay, D. (2007). Perceptions of accountant's ethics: evidence from their portrayal in cinema. *Journal of Business Ethics*, 83(2), p. 217-232.
- Fisher, R. & Murphy, V. (1995). A pariah profession? Some student perceptions of accounting and accountancy. *Studies in Higher Education*, 20(1), p. 45-58.
- Friedman, A. L. & Lyne, S. R. (2001). The beancounter stereotype: towards a general model of stereotype generation. *Critical Perspectives on Accounting*, 12(4), p. 423-451.
- Gil, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5. ed. São Paulo: Atlas.
- Hamilton, D. & Trolie, T. K. (1986). Stereotypes and stereotyping: an overview of cognitive approach. In: Dovidio, J. E.; Gaertner, S. L. (Coord.). *Prejudice, discrimination, and racism*. Orlando: Academic Press.
- Hazell, M. (1998). Would you like your child to become an accountant? *Management Accounting*, 76(11), p. 56.
- Hinton, P. R. (2000). *Stereotypes, cognition and culture*. Hove: Psychology Press.
- Hiroshi, S. (1998). Um plano de marketing para a contabilidade. *Caderno de Estudos*, 10(17), p. 47-58.
- Holland, J. L. (1973). *The Psychology of Vocational Choice*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Hooper, K.; Kearins, K. & Wells, P. (2009). Tax agent, bean counter or cost controller: what do clients think of their accountants. Anais da Afaanz Conference, 2009, Adelaide, South Australia, Australia.
- Hunt, S. C.; Falgiani, A. A. & Intrieri, R. C. (2004). The nature and origins of student's perceptions of accountants. *Journal of Education for Business*, 79(3), p. 142-148.
- Imada, A. S.; Fletcher, C. & Dalessio, A. (1980). Individual correlates of an occupational stereotype: a re-examination of the stereotype of accountants. *Journal of Applied Psychology*, 65(4), p. 436-439.

- Jackling, B.; DeLange, P. & Phillips, J. (2010). Perceptions of accounting: do australian born students see accounting differently from those born overseas? In: Moroney, R.; Delange, P. (Ed.). *Proceedings of the 2010 Accounting & Finance Association of Australia and New Zealand (Afaanz) Conference*, Carlton, Melbourne, p. 1-25.
- Jeacle, L. (2008). Beyond the boring grey: the construction of the colourful accountant. *Critical Perspectives on Accounting*, 19(8), p. 1296-1320.
- Leyens, J. P.; Yzerbyt, V. & Schadron, G. (1994). *Stereotypes and social cognition*. London: Sage.
- Leal, E. A., Miranda, G. J., Araújo, T. S. & Borges, L. F. M. (2012). Estereótipos na profissão contábil. *Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração - ENANPAD*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 36.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. New York: Harcourt, Brace.
- Malthus, S. & Fowler, C. (2008). Perceptions of accounting as a career: a qualitative New Zealand study. *Anais da Afaanz Conference*, New Zealand.
- Macrae, C. N.; Milne, A. & Bodenhausen, G. (1994). Stereotypes as energy-saving devices: a peek inside the cognitive toolbox. *Journal of Experimental Social Psychology*, 66(1), p. 37-47.
- Mackie, D. M., Hamilton, D. L., Susskind, J. & Rosselli, F. (1996). Social Psychological Foundations of Stereotype Formation. In: Macrae, C. N.; Stangor, C.; Hewstone, M. (Eds.), *Stereotypes and Stereotyping*. New York: Guilford Press.
- Maximiano, A. C. A. (2004). *Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital*. 4. ed. São Paulo: Atlas.
- McMurdy, D. (1997). Down with goobledygook. *CA Magazine*, 130(7), p. 13.
- Michaels, N. M. & Levas, M. G. (2003). The relationship of personality traits and self-monitoring behavior to choice of business major. *Journal of Education for Business*, 78(3), p.153-157.
- Miranda, C. S.; Miranda, R. A. M. & Araújo, A. M. P. (2012). Percepções dos estudantes do ensino médio sobre o curso de ciências contábeis e as atividades do profissional contador. *Anais do Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Ciências Contábeis*, CD-ROM, Florianópolis. SC, Brasil, 6.
- Morais, J. J. S. (2007). A representação social do contador e a imagem dele perante a sociedade. *Studia Diversa*, CCAE-UFPB, 1(1), p. 36-43.
- Myers, D. G. (2000). *Social psychology*. Boston: McGraw-Hill.
- Parker, L. (2000). Goodbye, number cruncher! *Australian CPA*, 77(2), p. 50-52.
- Pereira, E. P. (2002). *Psicologia social dos estereótipos*. São Paulo: E.P.U.
- Pekdemir, I. & Pekdemir, R. (2013). *High school teachers' perceptions and opinions on professional accountants: the Turkey case*. Recuperado em 15 julho, 2013, de <http://ideas.repec.org/p/prampra/29865.html>.
- Richardson, R. J. (1999). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3. ed. São Paulo: Atlas.
- Robbins, S. P. (2005). *Comportamento organizacional*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Schlee, R., Curren, M. T., Harich, K. R. & Kiesler, T. (2007). Perception bias among undergraduate business students by major. *Journal of Education for Business*, 82(3), p. 169-177.
- Smith, M. & Briggs, S. (1999). From beancounter to action hero. *Charter*, 70(1), p. 36-39.
- Smith, D. & Jacobs, K. (2011) "Breaking up the sky": the characterisation of accounting and accountants in popular music. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 24(7), p. 904-931.

- Stacey, N. A. H. (1958). The accountant in literature. *Accounting Review*, 33(1), p. 102-105.
- Stangor, C. (2000). Volume overview. In: STANGOR, C. (Ed.). *Stereotypes and Prejudice*. Philadelphia: Psychology Press.
- Stangor, C. & Schaller, M. (1996). Stereotypes as individual and collective representations. In: Macrae, C., Stangor, C.; Hewstone, M. (Eds.), *Stereotypes and stereotyping*. p. 3-37. New York: Guilford Press.
- Steele, C. M. & Aronson, J. (1995). Stereotype threat and the intellectual test performance of African Americans. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(5), p. 797-811.
- Tajfel, H. & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behaviour. In: Worchel, S.; Austin, W. G. (Eds.). *Psychology of intergroup relations*. Chicago, MI: Nelson Hall.
- Trivños, A. N. S. (2006). *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas.
- Vicente, C. C. S. & Machado, M. J. (2010). A imagem dos contabilistas: diferenças e factores que as determinam. Conferência: *Innovación y responsabilidad: desafíos y soluciones*, Encuentro AECA – Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, Coimbra – Portugal, 14.
- Wells, P. K. (2010). Those persistent accounting stereotypes: why are they so resistant to change? Anais da Afaanz Conference, New Zealand.
- Wells, P. K.; Kearins, K. & Hooper, K. (2009). Perceptions of accounting and accountants: looking in the mirror. Anais da American Accounting Association – AAA, New York.