

PERCEPÇÃO DOS DISCENTES SOBRE OS IMPACTOS DA COMUNICAÇÃO NA FORMAÇÃO DE GRADUANDOS DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

WAGNER JHONATAN DE AZEVEDO SILVA

Universidade de São Paulo

ANA KARLLA MAGALHÃES NOGUEIRA

Universidade Federal Rural da Amazônia

LUCIANE CRISTINA PASCHOAL MARTINS

Universidade Federal Rural da Amazônia

DIOCLÉA ALMEIDA SEABRA SILVA

Universidade Federal Rural da Amazônia

Resumo

Este trabalho teve como objetivo geral analisar a percepção dos discentes sobre o impacto da comunicação na formação de graduandos de Ciências Contábeis de uma universidade pública de Capanema. O estudo foi realizado com discentes do curso de Ciências Contábeis. O estudo revelou que 95,88% dos discentes reconhecem a importância da comunicação em suas vidas acadêmicas, profissionais e sociais, enquanto apenas 4,12% demonstram incerteza. A maioria considera a comunicação essencial principalmente no ambiente profissional (52,07%) e social (29,74%), evidenciando que ela é vista como um fator determinante para o sucesso e integração social. Quanto à qualidade das aulas no curso de Ciências Contábeis de Capanema, 23,31% dos alunos as consideraram excelentes, 39,73% boas, ainda assim, 38,02% dos discentes estão incertos se as aulas, seminários e rodas de conversa são suficientes para desenvolver a comunicação profissional, apontando uma lacuna pedagógica. Sobre a importância da comunicação para a futura carreira contábil, 67,59% a classificaram como “extremamente importante” o que confirma que os alunos reconhecem seu papel estratégico na formação e no exercício profissional. Em relação aos recursos pedagógicos da universidade, 55,41% dos discentes os consideraram eficazes. Entretanto, parte dos discentes apontou falta de diálogo e deficiência didática entre docentes e discentes, o que indica a necessidade de melhorias no processo de ensino-aprendizagem. E assim concluiu-se que discentes bem preparados na área da comunicação têm mais chances de se destacar em entrevistas, trabalhos em equipe e interações com clientes, aumentando suas perspectivas de sucesso na carreira.

Palavras-chave: comunicação; Ciências Contábeis; currículo educacional.

INTRODUÇÃO

A comunicação é um processo de troca de conhecimentos, ideias, sentimentos e significados de interação entre indivíduos ou grupos e vai além da comunicação oral, abrangendo gestos, expressões verbais, linguagem corporal e meios tecnológicos (Torelli, 2020).

A comunicação caracteriza-se, ainda, como uma ponte que conecta pessoas, permitindo a transmissão e compreensão de mensagens, criando laços sociais, difundindo conhecimento e possibilitando a colaboração e o desenvolvimento coletivo (Barbosa, 2019). E uma comunicação eficaz requer empatia, clareza e adaptabilidade, pois é uma ferramenta poderosa que influencia relacionamentos, cultura e até mesmo o curso da história (Pimenta *et al.*, 2020; Rodrigues & Perinotto, 2022).

No que se refere ao desenvolvimento profissional, a formação superior requer não apenas conhecimento técnico, mas também habilidade de comunicar informações de forma clara e persuasiva (Terra *et al.*, 2021). Sendo assim, no contexto universitário, a comunicação

desempenha um papel fundamental na formação em nível superior, sendo uma habilidade transversal e necessária para o sucesso acadêmico e profissional dos discentes. A capacidade de comunicar ideias complexas, tanto verbalmente quanto por escrito, é importante para a participação ativa em aulas, apresentações, debates e trabalhos em grupo (Rodrigues, 2023).

No que se refere ao curso de Ciências Contábeis, a habilidade de comunicar-se com facilidade é essencial para o sucesso dos futuros contadores, uma vez que a profissão contábil não se limita apenas à manipulação de números, mas envolve a interpretação e a transmissão de informações financeiras complexas e, muitas vezes, sensíveis (Braga & Peters, 2019). Neste sentido, a contabilidade é muito mais do que apenas lidar com interpretação, análise, registros e balanços; é a linguagem dos negócios, a maneira pela qual as organizações comunicam seu desempenho financeiro e tomam decisões estratégicas (Alves, 2022).

A importância da comunicação para os contadores é ressaltada por Coelho *et al.* (2018 p.161), que destacam a comunicação como “uma competência essencial para o profissional contábil”. Além disso, a contabilidade moderna está se tornando cada vez mais interdisciplinar, envolvendo áreas como ética, sustentabilidade, governança corporativa e auditoria. E a comunicação é essencial para navegar nesse cenário, já que os contadores precisam traduzir informações técnicas e muitas vezes intrincadas em linguagem acessível para diferentes públicos (Santos *et al.*, 2020).

É importante considerar, ainda, que a comunicação não se limita apenas à expressão verbal, mas engloba a escrita, a apresentação a comunicação não verbal e a capacidade de ouvir atentamente (Vita *et al.*, 2022). Assim, a formação de discentes de Ciências Contábeis deve incluir o desenvolvimento dessas habilidades de comunicação para prepará-los melhor para os desafios da profissão. Portanto, parte-se da hipótese de que a comunicação eficaz desempenha um papel essencial na formação de discentes de Ciências Contábeis, impactando tanto o aprendizado quanto a futura prática profissional (Alves *et al.*, 2022). Assim, a análise dos dados desta pesquisa fundamenta-se em teorias que destacam a importância de desenvolver habilidades comunicativas no ambiente acadêmico, evidenciando sua relevância para o sucesso na profissão contábil e para a formação integral dos discentes (Carvalho *et al.*, 2021).

Nesse viés, é fundamental observar como instituições de ensino superior têm estruturado suas iniciativas para alinhar a formação acadêmica às demandas regionais e às necessidades do mercado. Sendo assim, optou por estabelecer um dos seus campi no município de Capanema, localizado Nordeste Paraense. Apesar dos esforços para integrar as habilidades de comunicação na grade dos cursos de Ciências Contábeis, ainda há lacunas significativas na preparação dos discentes para enfrentar os desafios comunicacionais da prática profissional.

Apesar do avanço dos estudos que abordam a comunicação na formação contábil, seja analisando competências comunicativas exigidas pelo mercado (Siriwardane & Durden, 2014; Harter & Marley, 2014; Buitendag, 2025) ou experiências pedagógicas voltadas ao desenvolvimento da comunicação oral e escrita em cursos de Ciências Contábeis (Conde, 2020), ainda são escassas as pesquisas que investigam a percepção dos discentes sobre como a comunicação é trabalhada em sua formação acadêmica.

Essa lacuna evidencia a necessidade de compreender, sob a ótica dos estudantes, se os cursos de Contabilidade têm contribuído efetivamente para o desenvolvimento de habilidades comunicacionais essenciais à prática profissional. Nesse contexto, o presente estudo busca contribuir para o campo da educação contábil ao identificar, a partir do ponto de vista dos discentes, as lacunas existentes no processo de desenvolvimento das competências comunicacionais no curso de Ciências Contábeis. Nesse contexto, surge a seguinte questão de pesquisa: em que medida as estratégias pedagógicas adotadas pelo curso de Ciências Contábeis em Capanema têm sido eficazes no desenvolvimento das competências comunicacionais dos discentes, preparando-os para o mercado de trabalho contemporâneo?

Neste contexto, este trabalho teve como objetivo geral de analisar a percepção dos discentes sobre o impacto da comunicação na formação de graduandos de Ciências Contábeis de uma universidade pública. Tendo como objetivos específicos, analisar a percepção dos graduandos sobre a importância da comunicação, qualidade das aulas e atividades pedagógicas que desenvolvem habilidades comunicativas para melhorar o processo de comunicação no curso de Ciências Contábeis.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Comunicação

Os primórdios da história humana, a comunicação tem sido um elemento vital para o desenvolvimento e a coesão das sociedades. A capacidade de transmitir conhecimento, valores e experiências tem sido importante para a evolução cultural, o avanço tecnológico e o fortalecimento dos laços sociais (Sombra, 2017). Pois, trata-se de um processo dinâmico e complexo, onde diferentes componentes fundamentais interagem, cada um desempenhando um papel específico para que o fluxo de informações aconteça (Albuquerque, 2024).

Sombra (2017) destaca que comunicação é um campo vasto e multidisciplinar, estudado e refletido em diversas áreas do conhecimento, como a linguística, a psicologia, a antropologia, a sociologia e as ciências da comunicação. Sendo assim, a comunicação é essencial para todas as interações humanas, desde as mais simples até as mais complexas, pois representa um processo importante à vida social, profissional e cultural, essencial para a transmissão e recepção de ideias, sentimentos e informações entre indivíduos ou grupos (Paula, 2023). Esse intercâmbio acontece por meio de uma ampla gama de gestos, expressões faciais e linguagem corporal, adaptando-se conforme as necessidades e contextos específicos (Lima & Silva 2021).

As teorias da comunicação fornecem estruturas valiosas para entender como a informação são transmitidas e recebidas entre diferentes partes (Nogueira *et al.*, 2022). Inicialmente, os modelos concebidos para contextos técnicos foram rapidamente adaptados para o estudo das interações humanas, destacando a necessidade de minimizar os ruídos que podem interferir na compreensão das mensagens, especialmente em ambientes acadêmicos (Guedes, 2011). Sendo assim, a relevância das habilidades interpessoais e da empatia, especialmente em cursos das Ciências Sociais como Ciências Contábeis, nos quais os estudantes precisam interagir constantemente com colegas, professores e o mercado (Oliveira, 2017).

Os componentes que sustentam o modelo de comunicação são o emissor (locutor), receptor (interlocutor), canal, código, referente e mensagem (Chalub, 1995). Na falta ou uso inadequado de um dos elementos, pode-se afirmar que a comunicação não foi bem-sucedida. Nesse sentido, é importante conhecermos os elementos, para que possamos fazer um bom uso deles e estabelecermos atos comunicativos eficazes. Estes elementos do processo de comunicação desempenham um importante papel na garantia de que a mensagem seja transmitida, recebida e compreendida de forma adequada (Hohlfeldt *et al.*, 2001).

Esses componentes são fundamentais, ainda, para garantir clareza e compreensão, estruturando a comunicação de forma clara e eficiente, minimizando ambiguidades. Eles facilitam o diálogo, promovem relações interpessoais e profissionais, ajudam a atingir objetivos, resolver problemas e tomar decisões (Pereira, 2013). Além disso, identificar possíveis ruídos e entender o contexto permite adaptar a mensagem e o tom, tornando-os mais relevantes e bem recebidos. O *feedback*, por sua vez, possibilita ajustes contínuos, aprimorando a comunicação e aumentando sua eficácia. Assim, dominar esses componentes é essencial para que a comunicação seja bem-sucedida, promovendo inclusão, conexão e interação eficaz (Sampayo & Silva, 2012).

Modelos de Comunicação

A complexidade e importância da comunicação transcendem fronteiras e têm um impacto significativo não apenas no nível individual, mas também no funcionamento e na evolução de comunidades, culturas e sociedades em sua totalidade (Dias Filho & Nakagawa, 2021). Nesse contexto, os modelos de comunicação são representações teóricas que explicam como ocorre o processo comunicativo, desde a emissão até a recepção da mensagem. Cada modelo apresenta diferentes abordagens, baseadas no contexto histórico e nas necessidades de compreensão do fenômeno da comunicação, refletindo as mudanças nas formas de interação ao longo do tempo (Santos *et al.*, 2020). Em linhas gerais, existem oito modelos que podem ser divididos em três categorias principais: linear, interativo e transacional (Silva, 2022).

O modelo linear de comunicação descreve o processo comunicativo como uma sequência unidirecional, na qual a mensagem é enviada de um emissor para um receptor, sem considerar a possibilidade de retorno ou *feedback* imediato. Sendo assim, pressupõe que a comunicação ocorre em etapas claramente definidas, com pouca ou nenhuma interação entre as partes envolvidas. Esse modelo é frequentemente associado a cenários em que a transmissão de informações é o principal objetivo, como anúncios ou discursos (Fidalgo, 2012).

Entre os principais modelos lineares de comunicação estão o de Aristóteles, o de Lasswell, o de Shannon-Weaver e o S-M-C-R de Berlo (Sousa, 2004). O modelo de comunicação de Aristóteles (2005) enfatiza o papel do orador, da mensagem e do público, sendo ideal para situações de discurso persuasivo. Por exemplo, um político em um comício (orador) pode transmitir a mensagem: “Vote em mim para melhorar a saúde e a educação” para os eleitores presentes no evento (público). Já o modelo de Lasswell (1948), define o processo comunicativo por meio de cinco perguntas: “Quem diz o quê, em qual canal, para quem e com que efeito?”. Um exemplo seria um jornal (quem) publicando uma notícia sobre mudanças climáticas (o quê) por meio de um veículo impresso ou digital (canal), direcionado a leitores interessados em meio ambiente (para quem), com o objetivo de aumentar a conscientização sobre a crise climática (com que efeito).

No que se refere ao modelo de Shannon-Weaver (1949), concentra-se em como a mensagem é transmitida, destacando possíveis ruídos no processo. Por exemplo, um professor (fonte) explicando física quântica (mensagem) usando um microfone e sistema de som (canal) pode enfrentar dificuldades como falhas no microfone ou distrações entre os alunos (ruído), o que pode prejudicar a compreensão por parte dos estudantes (destino).

Por fim, o modelo S-M-C-R de Berlo (1960) destaca os elementos emissor, mensagem, canal e receptor, considerando fatores como habilidades e contexto. Um exemplo seria um médico (emissor) explicando um diagnóstico (mensagem) em uma conversa face a face (canal) com um paciente (receptor), que compreende melhor a informação porque o médico usa linguagem simples e gestos adequados. Esse modelo reforça a importância de o emissor e o receptor compartilharem um código comum, como uma linguagem ou símbolos, além de reconhecer o impacto do contexto na eficácia da comunicação (Berlo, 1960).

No que se concerne aos modelos interativos de comunicação, estes analisam a comunicação bidirecional, destacando a troca de mensagens e *feedback* entre os participantes. Entre esses modelos, estão o modelo de comunicação de Osgood-Schramm e o modelo de comunicação de Westley e MacLean (Pereira, 2015). O modelo de comunicação de Osgood-Schramm (1954) enfatiza a natureza cíclica da comunicação, onde ambos os participantes atuam como emissores e receptores simultaneamente, codificando, transmitindo e decodificando mensagens. Já o modelo de comunicação de Westley e MacLean (1957) amplia o conceito de interação, incorporando o papel de intermediários, como *gatekeepers*, que influenciam o processo comunicativo. Esses modelos destacam a natureza dinâmica e recíproca da comunicação em contextos mais complexos.

Por fim, o modelo transacional representa a comunicação como um processo simultâneo e dinâmico (Santos *et al.*, 2020). Nele, os papéis de emissor e receptor não são distintos, mas interligados, uma vez que ambos os participantes transmitem e recebem informações ao mesmo tempo, criando significados de maneira conjunta (Queiroz *et al.*, 2021). Esse modelo reconhece que a comunicação ocorre dentro de um contexto social e cultural, no qual fatores como emoções, relações interpessoais e o ambiente influenciam profundamente o processo comunicativo (Lagatta, 2020).

A comunicação transacional, portanto, não é apenas uma troca de informações, mas também a construção de significados. Os Modelos Transacionais de Comunicação enfatizam a natureza dinâmica e contínua da comunicação, onde tanto o emissor quanto o receptor são participantes ativos (Santos *et al.*, 2020). A comunicação é vista como um processo recíproco e constante, onde os participantes se influenciam mutuamente e constroem significados por meio das interações (Peres, 2024). Nesse sentido, dois modelos importantes de comunicação transacional são utilizados sendo o Modelo de Comunicação Transacional de Barnlund e o Modelo Helicoidal de Comunicação de Dance (Fidalgo, 2012).

Nesse viés, Barnlund (1970), criou o Modelo de Comunicação Transacional que destaca a natureza simultânea e recíproca da comunicação e nele, tanto o emissor quanto o receptor enviam e recebem mensagens ao mesmo tempo, em vez de seguir um fluxo linear. A comunicação é vista como um processo contínuo, no qual cada participante desempenha o papel de emissor e receptor (Lagatta, 2020). Sendo assim, o significado é construído por meio de uma troca dinâmica de mensagens, onde o *feedback*, o ruído e o contexto influenciam o evento comunicativo (Costa, 2019). Esse modelo destaca o envio e recepção simultânea de mensagens, a importância do *feedback*, o impacto do ruído e a influência do contexto.

Já o Modelo Helicoidal de Comunicação, criado por Frank Dance (1970), descreve a comunicação como um processo contínuo e espiral que evolui ao longo do tempo e assim, o modelo visualiza a comunicação como uma hélice, com cada evento comunicativo se construindo sobre interações anteriores. Ao contrário dos modelos lineares ou mesmo transacionais, o modelo de Frank Dance sugere que a comunicação nunca é a mesma duas vezes, pois é influenciada pelas experiências passadas, conhecimento e interações contínuas (Ortiz & Silva 2015).

Cada interação adiciona complexidade à mensagem, e o processo avança em espiral, tornando a comunicação mais intrincada e rica à medida que o tempo passa. Esse modelo enfatiza a natureza acumulativa da comunicação, a evolução contínua das interações, a complexidade crescente da mensagem e a não linearidade do processo comunicativo (Peixoto Neto, 2016). Assim, tanto o Modelo de Comunicação Transacional de Barnlund, quanto o Modelo Helicoidal de Comunicação de Dance, destacam que a comunicação não é um processo estático e unidirecional, mas sim uma interação complexa e contínua, moldada por diversos fatores, onde o *feedback* e o contexto desempenham papéis significativos na construção de significado (Costa, 2019).

Para Roman Jakobson (1960), o modelo linear é mais relacionado à função referencial, pois se concentra na transmissão objetiva de informações. O modelo interativo está mais alinhado às funções fáticas e conativas, pois envolve a troca de *feedbacks* e direcionamento de mensagens (Sombra *et al.*, 2017). Já o modelo transacional pode englobar as funções emotivas e poéticas, considerando o caráter simultâneo e relacional da comunicação, no qual emoções e significados são criados de forma compartilhada entre os participantes (Roman Jakobson, 1960).

Essas diferentes abordagens e modelos ajudam a explicar a complexidade da comunicação humana, considerando tanto os aspectos técnicos da transmissão de informações quanto os fatores emocionais, sociais e culturais que influenciam as interações (Araújo, 2004).

Ademais, as teorias e modelos continuam a evoluir para atender às novas formas de comunicação, como as digitais, mas os princípios fundamentais permanecem aplicáveis em diversas situações de comunicação, seja em contextos pessoais, profissionais ou mediáticos (Martins, 2022).

Além dos modelos, a teoria de Jakobson (1960), sobre as funções da linguagem também oferece uma perspectiva importante sobre o processo comunicativo, na qual identificou seis funções da linguagem, cada uma destacando um aspecto diferente da comunicação: referencial, emotiva, conativa, fática, metalinguística e poética. A função referencial concentra-se no conteúdo da mensagem, transmitindo informações objetivas sobre o mundo. A função emotiva expressa os sentimentos do emissor, enquanto a função conativa direciona a mensagem ao receptor, geralmente com um pedido ou ordem. Por outro lado, a função fática garante que o canal de comunicação esteja aberto, verificando se a mensagem pode ser recebida (Martins, 2022).

A função metalinguística faz uso da linguagem para explicar a própria linguagem, enquanto a função poética enfatiza a forma e a estética da mensagem, muitas vezes associada à literatura e à arte (Stevanin & Milano 2024). Essas funções da linguagem podem ser observadas em diferentes modelos de comunicação, dependendo do contexto. Além disso, as teorias da persuasão, como a Persuasão Central e Periférica, são importantes para compreender como as mensagens persuasivas afetam o receptor (Alves, 2022). A Persuasão Central se baseia na apresentação de argumentos lógicos e racionais para convencer o receptor, enquanto a Persuasão Periférica explora o uso de apelos emocionais, testemunhos e outras estratégias que não estão diretamente relacionadas ao conteúdo lógico da mensagem (Berlo, 1960).

Compreender essas teorias ajuda a analisar e entender melhor o processo de comunicação, fornecendo insights valiosos para criar mensagens eficazes e adaptadas à audiência. Além disso, permite avaliar o impacto das mensagens em diferentes públicos (Bazanini *et al.*, 2013). Nesse contexto, a análise das teorias da comunicação ajuda a identificar os elementos que tornam as mensagens persuasivas e eficazes, considerando as características do público-alvo e os objetivos da comunicação.

Retórica e Persuasão na Oratória

A arte retórica se originou na Grécia Antiga e se concentra em três modos de persuasão fundamentais, Ethos, Páthos e Logos, oferece ferramentas valiosas para a construção de mensagens que influenciam e motivam o público (Mateus, 2021). Ethos refere-se à credibilidade e à autoridade do orador, que envolve a maneira como o orador se apresenta, sua ética, experiência e conhecimento sobre o assunto (Mateus, 2020). O objetivo principal do orador é conseguir a confiança da audiência por meio da própria reputação e credibilidade. No que se refere ao modo de persuasão Páthos, observa-se que o mesmo apela às emoções da audiência.

O orador busca conectar-se emocionalmente com o público, despertando sentimentos que podem influenciar a maneira como as pessoas percebem e respondem ao discurso (Berlo, 1960). Isso pode incluir apelos a emoções como compaixão, medo, raiva ou alegria. No discurso de Martin Luther King, “Eu tenho um sonho”, ele usou o Páthos para conectar-se emocionalmente com a audiência. Ele falou sobre os sonhos de igualdade e justiça para todos os americanos, e como esses sonhos são compartilhados por muitas pessoas. E também falou sobre as dificuldades que os negros enfrentaram no passado e no presente, e como esses desafios precisam ser superados (King Junior, 1963).

Em última análise, vem o “Logos” que se refere ao uso de argumentos lógicos, fatos, raciocínio e evidências para persuadir a audiência. O orador utiliza a lógica e o poder dos argumentos racionais para convencer e sustentar sua posição ou ponto de vista (Tolfo, 2019).

Esses três modos são ferramentas importantes para os oradores ao construir discursos eficazes, pois permitem abordar diferentes aspectos da persuasão: credibilidade pessoal, apelo emocional e argumentação lógica (Berlo, 1960). Esses conceitos são fundamentais não apenas na retórica clássica, mas também são aplicáveis em várias formas de comunicação persuasiva até os dias atuais (Figueira, 2020).

A oratória bem-sucedida se apoia em três pilares essenciais: Conteúdo, que engloba ideias relevantes e estruturadas; Forma, que se refere à maneira como o conteúdo é apresentado, exigindo rigorosamente o poder persuasivo; e Conexão, que estabelece a ligação emocional entre orador e plateia, promovendo uma comunicação mais eficaz (Tolfo, 2019). Na formação profissional, a oratória é uma habilidade fundamental para se destacar no mercado de trabalho (Correa & Soares, 2020). Aprimorar a oratória exige prática constante e dedicação. Aspectos como postura, gestos, contato visual e controle do fluxo durante o discurso são cruciais para uma comunicação eficaz e impactante (Figueira, 2020).

Portanto, a oratória é uma habilidade versátil e indispensável em diversas áreas, desde a política até o ambiente acadêmico, útil como ferramenta para influenciar, persuadir e inspirar audiências (Mendonça, 2024). No contexto atual, a habilidade de se comunicar de maneira eficaz é importante para promover mudanças e disseminar ideias, uma vez que o orador tem o poder de influenciar as opiniões e os comportamentos das pessoas através das palavras que pronuncia (Pimenta, 2020). No mundo contemporâneo, onde a comunicação desempenha um papel central, a capacidade de se expressar de maneira clara, persuasiva e ética é uma necessidade para contribuir de forma positiva no âmbito social, profissional e pessoal (Parzianello, 2020).

Portanto, a responsabilidade ética na comunicação é relevante para estabelecer confiança e construir conexões significativas entre indivíduos e comunidades (Rodrigues, 2023). Ademais, é importante frisar que o advento da tecnologia transformou a comunicação, expandindo suas fronteiras e exigindo novas competências. A ascensão das redes sociais, podcasts e plataformas digitais trouxe consigo novos desafios e oportunidades para a oratória, ampliando o alcance e a dinâmica da interação humana (Terra *et al.*, 2021).

Portanto, ao considerarmos os avanços tecnológicos que moldam a paisagem da comunicação contemporânea, torna-se evidente a importância de compreender não apenas as ferramentas disponíveis, mas também os fundamentos psicológicos subjacentes à transmissão eficaz de mensagens (Oliveira & Faria, 2020). Por isso, ter compreensão profunda da psicologia da comunicação revela-se não apenas como um instrumento valioso na construção de discursos eficazes, mas também como um guia para navegar pelo cenário contemporâneo da comunicação (Gobbi, 2020). Estudar aspectos como percepção, cognição e comportamento do receptor ajuda na adaptação da mensagem para diferentes públicos, aumentando a eficácia da comunicação.

A diversidade cultural exerce um papel importante na comunicação, influenciando normas sociais, códigos de linguagem e valores (Moreira, 1977). Por outro lado, a evolução da linguagem não se limita ao texto falado ou escrito, mas também, na comunicação visual, através de imagens, vídeos e outros meios visuais, que desempenha um papel crescente na transmissão de mensagens, exigindo uma compreensão mais ampla das formas de comunicação (Campos & Fígaro, 2021).

Além disso, estudos feitos por Nancy Kanwisher (1997), com relação à neurociência cognitiva, investigaram a região do cérebro especializada no reconhecimento facial e na compreensão de objetos visuais complexos, revelando insights sobre como o cérebro processa informações e responde à comunicação (Kanwisher *et al.*, 2002). Batista e Marlet (2018) destacam que compreender os aspectos neurocientíficos da comunicação pode oferecer estratégias mais eficazes para envolver e persuadir audiências. Nesse contexto, explorar as

tendências emergentes na comunicação, como a inteligência artificial, a realidade aumentada e outras tecnologias inovadoras, oferece uma visão do futuro da comunicação e suas transformações (Lima & Da Silva, 2021).

Impactos da comunicação na formação profissional

A comunicação no curso de Ciências Contábeis destaca-se como uma competência essencial que se conectar em todos os níveis de interação e transmissão de informações necessárias à prática contábil (Mendonça, 2024). Essa habilidade permite que o profissional contábil desempenhe seu papel estratégico com eficiência, clareza e ética, conectando diferentes *stakeholders* de forma assertiva e contribuindo para o alinhamento organizacional (Souza, 2005). Na prática contábil, a comunicação transcende o simples envio de informações, assumindo um papel crítico na articulação entre grandes entidades e na interação complexa entre empresas, governos, investidores e outros agentes de mercado (Borger, 2001). A falta de uma comunicação clara e efetiva pode levar a erros de interpretação, decisões equivocadas e conflitos organizacionais, comprometendo a transparência e a confiabilidade das informações financeiras (Grun, 2003).

Em um ambiente corporativo que exige relatórios econômicos e financeiros estruturados para subsidiar decisões estratégicas, qualquer falha de comunicação pode acarretar perdas financeiras, abalos reputacionais e prejuízos à confiança entre as partes interessadas (Castro & Torchio, 2021). Nesse contexto, a comunicação emerge como uma ferramenta essencial para traduzir dados financeiros complexos em informações práticas e compreensíveis. A habilidade do contador de interpretar e articular esses dados é fundamental para alinhar departamentos e equipes com os objetivos institucionais, promovendo eficiência operacional e garantindo que a organização alcance suas metas de forma coesa (Silva *et al.*, 2023).

Uma comunicação ineficaz, por outro lado, pode gerar desalinhamento estratégico, comprometendo a execução de planos e estratégias organizacionais (Assi, 2019). Além disso, a comunicação interpessoal no campo contábil exige clareza, ética e assertividade. O contador atua frequentemente como um mediador, facilitando o entendimento de informações complexas entre clientes, colegas de trabalho, fornecedores e órgãos reguladores (Araujo, 2022). A ausência dessas características pode resultar em mal-entendidos, erros na aplicação de informações contábeis e até mesmo em conflitos que prejudicam a credibilidade do profissional e da organização.

Assim, a capacidade de ouvir, interpretar demandas e responder de forma apropriada às necessidades dos diferentes públicos com os quais o contador interage é essencial para a prática contábil (Francisco, 2019). A comunicação é particularmente relevante em um ambiente empresarial que demanda transparência e conformidade com normas regulatórias e fiscais. Uma má comunicação pode levar a falhas no cumprimento dessas normas, gerando penalidades legais e prejudicando a imagem da organização no mercado (Borger, 2001). Por outro lado, a competência comunicativa possibilita a construção de relações baseadas na confiança e na transparência, reforçando a sustentabilidade das organizações e promovendo um ambiente de negócios ético e sólido (Antonovz, 2024).

Portanto, a comunicação constitui um pilar indispensável no desenvolvimento de futuros profissionais de Ciências Contábeis. Investir nessa competência significa não apenas preparar contadores para atender às demandas do mercado, mas também contribuir para o fortalecimento das organizações e para o progresso social (Benedito *et al.*, 2024). Ao dominar a habilidade de comunicar-se de maneira estruturada, ética e eficiente, o contador posiciona-se como um agente estratégico, capaz de assegurar a qualidade das decisões e o alcance dos objetivos organizacionais (Mendonça, 2024).

Assim, a formação de profissionais contábeis deve priorizar o desenvolvimento da comunicação como uma competência transversal e essencial, enfatizando sua importância tanto no âmbito técnico quanto nas relações interpessoais (Rodrigues *et al.*, 2021). A má comunicação, frequentemente negligenciada, pode comprometer o papel do contador como facilitador de informações e como elo de confiança entre as partes interessadas, reforçando a necessidade de sua constante valorização e aprimoramento (Lima *et al.*, 2021). Dessa forma, a comunicação deve ser reconhecida como um diferencial competitivo na atuação contábil.

METODOLOGIA

Descrição da área de estudo

O presente estudo foi realizado em uma Universidade pública, localizada no município de Capanema, na mesorregião Nordeste do estado do Pará. Capanema destaca-se como um importante centro educacional e econômico no Nordeste Paraense, contribuindo significativamente para o desenvolvimento local, contando com uma população estimada em 70.394 habitantes, no ano de 2022, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022).

A Universidade em questão não só proporciona oportunidades de educação superior, como também tem um papel fundamental na mudança da realidade socioeconômica da região, por meio da capacitação de profissionais qualificados e ações de extensão e pesquisa voltadas às demandas locais. Sendo assim, o curso de Ciências Contábeis, foi implantado com o objetivo de formar profissionais capacitados para atuar em diferentes setores da economia, promovendo o desenvolvimento sustentável e a gestão eficiente dos recursos financeiros no Nordeste Paraense.

Nesse sentido, o curso de Ciências Contábeis tem um papel fundamental na qualificação de profissionais para o setor público e privado, contribuindo para a modernização da gestão contábil e financeira das empresas, cooperativas e instituições governamentais da região. Além disso, por meio de atividades de extensão, pesquisas aplicadas e projetos supervisionados, os alunos têm a oportunidade de vivenciar a prática contábil e desenvolver competências essenciais para a tomada de decisão e a transparência.

Abordagem da pesquisa

Para a realização da pesquisa, foi conduzida uma revisão bibliográfica em livros e artigos e em periódicos relevantes sobre os impactos da comunicação na formação de discentes de Ciências Contábeis. Assim, para seleção destes trabalhos, utilizou-se o *Google Acadêmico* e a plataforma de periódicos da CAPES como ferramentas de pesquisa, por serem gratuitos e permitirem o acesso a uma ampla gama de fontes, incluindo as revistas científicas, repositórios de acesso aberto e editoras de livros (Rodriguez, 2020).

A abordagem de pesquisa utilizada no trabalho foi a mista, também conhecida com o estudo quali-quantitativo, que combina métodos qualitativos e quantitativos de pesquisa para obter uma compreensão mais abrangente e profunda do fenômeno em estudo. Segundo Creswell e Plano Clark (2017), a combinação de abordagens qualitativas e quantitativas permite explorar questões complexas de pesquisa de uma maneira que um único método não pode oferecer. Tashakkori e Teddlie (2010), enfatizam que o uso de múltiplas abordagens pode fornecer uma base mais rica e diversificada para a interpretação dos dados. Para Denzin e Lincoln (2022), ao combinar métodos qualitativos e quantitativos, a pesquisa mista “supera as limitações de cada um, permitindo uma análise mais robusta e profunda”.

Levantamento de dados

Para obter opiniões explícitas dos discentes e utilizar elementos estruturados, foi utilizado um questionário. Batista *et al.* (2021), afirmam que questionário é um instrumento de pesquisa composto por um conjunto de perguntas estruturadas, com o objetivo de coletar informações sobre um determinado tema ou público. O questionário (apêndice A) utilizado na pesquisa continha vinte e sete perguntas abertas e fechadas, e foi aplicado no período de 08 de janeiro a 14 de setembro de 2024.

O referido questionário foi entregue em sala para cada um dos 221 discentes de Ciências Contábeis, devidamente matriculados. O estudo teve como objetivo obter uma amostra de aderência a pesquisa de mais de 50% dos discentes devidamente matriculados, visando obter resultados significativos sobre o perfil e as percepções coletivas sobre a comunicação. A coleta de dados buscou obter dados referentes às informações pessoais e acadêmicas, situação socioeconômica e localidade, percepção sobre a comunicação e desafios e sugestões.

RESULTADOS DE DISCUSSÃO

Para alcançar os objetivos propostos na pesquisa, foram impressos e distribuídos 221 questionários aos discentes do curso de Ciências Contábeis, conforme seus respectivos semestres. A aplicação ocorreu presencialmente em sala de aula e, do total de alunos matriculados, 54,75% responderam ao instrumento, do corpo discente do curso de Ciências Contábeis.

Sendo assim, outra parte importante da pesquisa foi a análise do gênero evidencia as distribuições de gênero, os dados da pesquisa revelam que as mulheres representam a maioria dos participantes, correspondendo a 64,55% do total, enquanto os homens somam 35,45% (tabela 1).

Tabela 1- Gênero dos discentes de Ciências Contábeis da universidade do município de Capanema

Gênero	Percentual (%)
Mulheres	64,55%
Homens	35,45%.
Total	100%

Fontes: Resultados da pesquisa (2025).

O fato de as mulheres representarem a maioria sugere um aumento no interesse feminino pela educação e qualificação profissional, o que é um reflexo positivo das transformações sociais em termos de igualdade de oportunidades, principalmente, no município de Capanema. No entanto, apesar desse crescente interesse, ainda existem desafios significativos na conclusão de etapas educacionais e na especialização, o que revela uma desigualdade persistente. A crescente participação feminina em níveis educacionais mais elevados, especialmente no ensino superior, tem transformado o perfil educacional da sociedade (Lopes; Silva, 2013).

Percepção dos discentes sobre a comunicação

No que se refere à percepção dos discentes sobre a importância da comunicação em suas vidas, 95,88% reconhecem a relevância da comunicação na área acadêmica, profissional e social, enquanto apenas 4,12% não têm certeza (tabela 2).

Tabela 2- Percepção dos discentes sobre a importância da comunicação na vida acadêmica, profissional e social

Importância da comunicação	Percentual (%)
Acham importante	95,88%

Não tem certeza	4,12%
Total	100%
Categoria que acham importante	Percentual (%)
Ambiente social e profissional	29,74%
Ambiente profissional	52,07%
Networking	8,13%
Aprendizagem	3,45%
Não sei responder	1,69%
Total	95,88%

Fonte: Resultados da pesquisa (2025).

Freire (1996) destaca que a comunicação é um processo fundamental para a educação, pois permite o diálogo entre educadores e educandos, promovendo a troca de saberes e a construção coletiva do conhecimento. A comunicação é, sem dúvida, uma das competências mais essenciais em qualquer área do conhecimento.

Essa percepção está em consonância com preceitos que regem que a comunicação, por meio do diálogo, é o pilar da aprendizagem no processo educacional. A ausência de certeza por uma pequena parcela de discentes (4,12%) pode indicar a necessidade de ações mais efetivas de conscientização sobre o impacto da comunicação, não só como uma habilidade técnica, mas como um elemento estratégico na integração social e no sucesso profissional. Isso sugere que a formação acadêmica deve aprofundar ainda mais o desenvolvimento de competências comunicativas, especialmente, no contexto da contabilidade, onde a clareza na transmissão de informações é importante para a tomada de decisões.

Somado a isto, 95,88% dos entrevistados que conseguiram categorizar a importância da comunicação, 52,07% concordaram que os discentes veem a comunicação como fundamental no ambiente profissional e 29,74% a consideram importante tanto no ambiente social quanto no profissional. Além disso, 8,13% julgaram que a comunicação é importante em relação ao *Networking* e 3,45% afirmaram ser relevante para viabilizar a aprendizagem. E apenas 1,69% dos discentes não souberam responder sobre sua aplicabilidade.

A interação e comunicação têm papel fundamental na aprendizagem e o fato de grande parte dos discentes do curso de Ciências Contábeis não reconhecerem isso, pode ser um indício de uma falta de abertura para a comunicação em sala de aula o que influencia muito o processo de ensino aprendizagem. Bazanini *et al.* (2013) ressaltaram que o sucesso na formação acadêmica está diretamente relacionado à capacidade dos alunos de desenvolverem competências comunicativas, tanto na oralidade quanto na escrita, para se expressarem de forma clara e objetiva.

Portanto, na formação acadêmica, a comunicação vai além de apenas transmitir informações; trata-se de criar uma ponte entre o saber técnico e a capacidade de expressar e compartilhar esse conhecimento de forma clara e compreensível. Hage (2011, p. 38), acrescenta que “a formação superior requer não apenas o domínio de conteúdos técnicos, mas também a capacidade de se comunicar eficazmente, facilitando a interação entre professores, alunos e a sociedade”. Diversos discentes compartilhou relatos que ressaltam como a comunicação eficaz desempenha um papel relevante em sua formação acadêmica e futura carreira, como descrito a seguir:

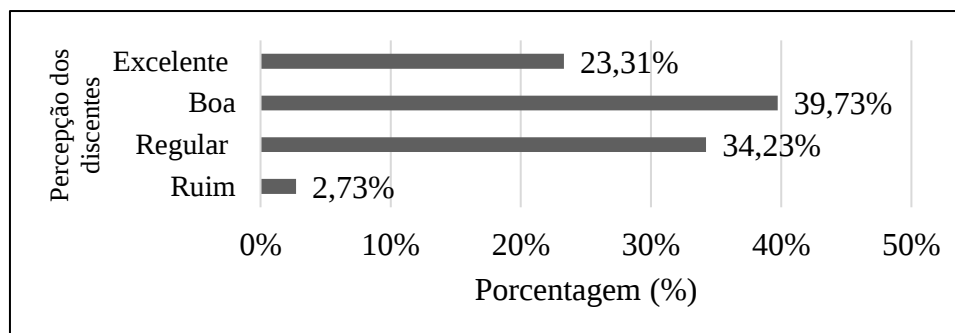
“A comunicação vai afetar diretamente na forma como a sociedade vê se o profissional é capacitado ou não”.

Bernstein (2003) afirma que os sistemas de comunicação na educação superior influenciam a forma como o conhecimento é transmitido, estruturado e compreendido, sendo

42 essenciais para o desenvolvimento de habilidades críticas e reflexivas. Portanto, a comunicação não só molda a maneira como nos relacionamos com o mundo, mas também no desenvolvimento enquanto indivíduos e profissionais.

Com relação à contribuição das aulas para melhorar a comunicação no curso de Ciências Contábeis 23,31% dos discentes consideraram a qualidade das aulas excelente, 39,73% classificaram como boa, enquanto 34,23% as avaliaram como regular. E apenas 2,73% dos alunos julgaram a qualidade das aulas como ruim (gráfico 1).

Gráfico 1- Avaliação da qualidade das aulas no curso de Ciências Contábeis da universidade



Fonte: Resultados da pesquisa (2025).

Morosini *et al.* (2016) enfatizam que a qualidade das aulas é um fator determinante para o desenvolvimento das habilidades comunicativas dos alunos, especialmente no contexto universitário, onde a comunicação oral é essencial para o desempenho acadêmico e profissional.

Esses dados refletem uma percepção predominantemente positiva, embora ainda haja uma parte significativa dos discentes que considera a qualidade regular. Melhorar esses aspectos pode resultar em uma maior uniformidade na satisfação dos discentes e, potencialmente, na melhoria do desempenho acadêmico e da preparação para o mercado de trabalho. A pesquisa revelou que 37,19% dos discentes acreditam que as aulas, seminários e rodas de conversa oferecidos no curso de Ciências Contábeis de Capanema são suficientes para desenvolver uma boa comunicação para o mercado de trabalho. Por outro lado, 24,79% consideraram que essas atividades não são suficientes e 38,02% dos alunos estão incertos quanto a este tema.

Sendo assim, Dos Santos *et al.* (2020), frisam que a percepção dos alunos sobre a qualidade das aulas reflete, em grande medida, a eficácia dos métodos de ensino adotados pelos professores, bem como a relevância dos conteúdos abordados no processo formativo. Andrade *et al.* (2022) acrescentam que a qualidade das aulas está diretamente relacionada à didática empregada, influenciando a satisfação dos discentes e, conseqüentemente, seu desempenho acadêmico e profissional. Nesse contexto, a qualidade da comunicação no ambiente acadêmico promove um cenário propício para o aprendizado efetivo, especialmente em disciplinas que demandam habilidades comunicativas (Ribeiro *et al.*, 2022).

Sendo assim, compreende-se que, embora as atividades realizadas sejam úteis para muitos alunos, elas não atendem plenamente a todos, evidenciando a necessidade de aprimoramentos no ensino. Assim, é essencial considerar estratégias mais diversificadas que contemplem diferentes expectativas e níveis de eficácia no desenvolvimento comunicativo dos discentes. A incerteza de 38,02% dos discentes aponta para uma lacuna no processo de ensino, sugerindo que os métodos atuais não atendem igualmente a todos os graduandos de Ciências Contábeis. Isso ressalta a necessidade de diversificar os formatos de ensino e complementar as atividades já oferecidas com novas estratégias que ampliem a eficácia no desenvolvimento das

habilidades de comunicação, fundamentais para o sucesso no mercado de trabalho. Assim, é importante considerar a introdução de práticas pedagógicas ativas, como dinâmicas de grupo e debates, que incentivam a participação e criam um ambiente colaborativo.

Além disso, a implementação de *feedback* contínuo, tanto dos discentes quanto da equipe docente, pode oferecer uma visão clara sobre as áreas que precisam de ajustes. Em relação aos Cursos ou Treinamentos de Comunicação realizados em Capanema, a pesquisa revelou que 83,74% dos discentes acreditam que a Coordenação do Curso de Ciências Contábeis deveria ofertar mais treinamentos de comunicação para os discentes, enquanto 16,53% indicaram que talvez essa oferta seja necessária. Nenhum respondente afirmou categoricamente que esses treinamentos não seriam importantes, reforçando a demanda por mais iniciativas voltadas para o desenvolvimento da comunicação no curso.

Silva e Bruni (2017) destacam que as práticas pedagógicas que estimulam a comunicação e a interação em sala de aula são fundamentais para a formação de profissionais preparados para os desafios do mercado de trabalho, particularmente em áreas como a contabilidade, onde a clareza na comunicação é imprescindível. A ausência de respostas que desconsideram a importância desses treinamentos reforça a urgência e a pertinência da demanda por mais iniciativas que desenvolvam a comunicação no ambiente universitário. Ao atender essa demanda, poderia não apenas melhorar a experiência acadêmica dos discentes, mas também prepará-los melhor para enfrentar os desafios do mercado de trabalho com confiança e competência comunicativa. No que se refere à avaliação da importância da comunicação para a futura carreira como contador, 67,59% dos discentes avaliaram como "extremamente importante", 22,55% a consideraram como "muito importante", 9,86% a classificaram como "importante" e nenhum discente considerou a comunicação "pouco importante" ou "não importante".

A comunicação eficaz é uma competência essencial para os contadores, pois permite que os mesmos transmitam informações financeiras complexas de maneira clara e compreensível para os diversos *stakeholders* (Carneiro & Silva Neto, 2015). Desse modo, no campo da contabilidade, a capacidade de se comunicar bem é tão importante quanto o conhecimento técnico, uma vez que a interpretação e a explicação de dados financeiros são fundamentais para o sucesso profissional (Costa, 2019). Ao investir no aprimoramento dessas competências, as instituições de ensino superior podem auxiliar na formação de contadores não somente tecnicamente, mas também aptidão de se sobressair na comunicação de informações e na cooperação com outros profissionais, algo que é cada vez mais apreciado nas dinâmicas laborais contemporâneas.

Quanto à avaliação dos recursos pedagógicos no desenvolvimento de habilidades de comunicação, 55,41% dos discentes julgaram que são eficazes, indicando que acreditam que a universidade oferece recursos adequados. Por outro lado, 44,59% responderam que não (tabela 3).

Tabela 3 - Percepção dos discentes sobre os recursos pedagógicos para melhorar as habilidades de comunicação

Avaliação dos recursos pedagógicos	Percentual (%)
Sim	55,41%
Não	44,59%
Total	100%
Aspectos de melhoria das habilidades de comunicação	Percentual (%)
Seminários	55,41%
Seminários e rodas de conversas	44,59%
Projetos que incentivem a comunicação	21,95%

Escuta ativa dos docentes	14,63%
Disciplinas de comunicação oral	9,76%
Escuta ativa dos docentes	2,44%
Conselho de observação durante a apresentação	4,88%

Fonte: Resultados da pesquisa (2025).

A clareza e a adequação na comunicação docente têm impacto direto no processo de ensino-aprendizagem, sendo fundamentais para o engajamento e o sucesso acadêmico dos alunos (Rausch, 2009). Isso sugere que, embora a maioria veja os recursos de forma positiva, há uma parte significativa que considera necessário aprimorá-los. Para Oliveira (2018), a linguagem utilizada pelos professores em sala de aula deve ser adaptada ao público-alvo, de modo a facilitar a compreensão dos conteúdos e promover uma maior participação dos estudantes.

Além disso, 28,57% dos discentes relataram falta de diálogo, 14,28% afirmaram que há deficiência na didática e 14,28% disseram que os professores fazem uso exagerado de cacoetes durante as aulas. Pimenta e Lima (2017) acrescentam que a didática no ensino superior deve ser repensada, buscando uma comunicação mais clara e acessível entre docentes e discentes, o que pode fomentar um ambiente mais colaborativo e produtivo para todos os envolvidos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa realizada com os discentes do curso de Ciências Contábeis da universidade do município de Capanema permitiu compreender aspectos relevantes sobre o perfil dos estudantes e suas percepções a respeito da comunicação no contexto acadêmico e profissional. A predominância feminina entre os participantes evidencia a crescente inserção das mulheres no ensino superior e na busca por qualificação profissional, refletindo avanços sociais significativos no campo da igualdade de oportunidades.

Os resultados demonstraram que a comunicação é amplamente reconhecida como uma competência essencial dos discentes consideram-na importante para a vida acadêmica, profissional e social. Esse dado reforça a ideia de que a formação em contabilidade deve ir além do domínio técnico, incorporando também o desenvolvimento de habilidades comunicativas, fundamentais para a clareza e a precisão na transmissão de informações financeiras.

Apesar dessa percepção positiva, os dados revelam a necessidade de aprimorar estratégias pedagógicas e metodológicas voltadas à comunicação. Embora a maioria dos discentes considerem os recursos pedagógicos eficazes, uma parcela expressiva, mas outra parte ressalta que ainda há carências nesse aspecto, destacando-se a importância de ampliar seminários, rodas de conversa e projetos que estimulem a expressão oral e escrita. Além disso, a incerteza do quanto à suficiência das atividades oferecidas demonstra que as práticas atuais não contemplam plenamente todos os alunos.

A pesquisa também evidenciou uma demanda significativa por mais cursos e treinamentos voltados à comunicação dos discentes acreditam que a coordenação do curso deveria ofertar mais formações dessa natureza. Tal dado reforça que, para além da sala de aula, a universidade deve criar espaços formativos que incentivem a prática comunicativa, o trabalho em equipe e a expressão crítica.

REFERÊNCIAS

- Albuquerque, J. O. C. de. (2024). *O design e a experiência do usuário em eventos de danças urbanas* -Trabalho de Conclusão de Curso- Pontifícia Universidade Católica de Goiás. informação contábil. *Revista de Administração, Regionalidade e Contabilidade*, 1(2).
- Antonovz, T. (2024). *Sistemas contábeis*. São Paulo: Editora Senac.
- Araújo, I. S. de. (2004). *Mercado simbólico: um modelo de comunicação para políticas públicas*. Interface – Comunicação, Saúde, Educação, 8, 165–178.
- Araújo, E. A. T., Camargos, M. A. de, Camargos, M. C. S., & Dias, A. T. (2024). Desempenho acadêmico de discentes do curso de Ciências Contábeis: uma análise dos seus fatores determinantes em uma IES privada. *Contabilidade Vista & Revista*, 24(1), 60–83.
- Araújo, L. C. de O. (2022). *Traços de personalidade e a teoria do comportamento planejado no julgamento e tomada de decisão do auditor* -Tese de Doutorado, Universidade Federal do Ceará.
- Aristóteles. (2005). *Retórica* (M. A. Júnior, Trad.). Lisboa: Imprensa Nacional.
- Assi, M. (2019). *Governança, riscos e compliance: mudando a conduta nos negócios*. São Paulo: Saint Paul Editora.
- Buitendag, N. (2025). Exploring communication competencies in accounting education: A thematic analysis. *Journal for Language Teaching*, 59(2), Article 6901.
- Barbosa, M. C. (2019). *Comunicação, história e memória: diálogos possíveis*. Matrizes, 13(1), 13–25.*
- Bazanini, R., Ferreira, A. A., Leoni Bazanini, H., & da Silva, R. F. (2013). estratégia e comunicação com o mercado: percepção dos gestores das instituições de ensino superior sobre as ações de responsabilidade social na perspectiva do método fenomenológico. *Redes. Revista do Desenvolvimento Regional*, 18(3), 176-201
- Batista, B., et al. (2021). *Técnicas de recolha de dados em investigação: inquirir por questionário e/ou inquirir por entrevista*. Reflexões em torno de Metodologias de Investigação: Recolha de Dados, 2, 13–36.
- Batista, L. L., & Marlet, R. Q. (2018). *Comunicação, neurociência e a recepção não-declarada*. *Revista Famecos*, 25(1), ID27225–ID27225.
- Barnlund, D. C. (1970). Um modelo transacional de comunicação. In J. Akin, A. Goldberg, G. Myers, & J. Stewart (Eds.), *Comportamento linguístico: uma coletânea de leituras em comunicação* (pp. 43–61). Berlim, Boston: De Gruyter Mouton
- Berlo, D. K. (1960). *O processo de comunicação*. Nova Iorque: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Benedito, A., et al. (2024). *O futuro do trabalho: Agendas e interseccionalidades*. São Paulo: Saint Paul Editora.
- Borger, F. G. (2001). *Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial* -Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo,
- Braga, P. D. C., & Peters, M. R. S. (2019). Uso da tecnologia da informação e comunicação: Estudo de caso no curso de Ciências Contábeis. *Revista Conhecimento Online*, 1, 16–37.
- Brasil. (1996, 20 de dezembro). *Lei nº 9.394: Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional*. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 21 dez. 1996.
- Bernstein, B. (2003). *A estruturação do discurso pedagógico* (2. ed.; M. F. Lopes, Trad.). São Paulo: Vozes.
- Carneiro, A. F., & Da Silva Neto, J. M. (2015). Competências essenciais dos profissionais contábeis em face da nova contabilidade pública sob a perspectiva dos contadores de Rondônia. *Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade*, 5(3), 100–122.
- Campos, C. F. C., & Figaro, R. (2021). A relação médico-paciente vista sob o olhar da

- comunicação e trabalho. *Revista Brasileira de Medicina de Família e Comunidade*, 16(1), Camargo, L. de A. (2024). Benefícios sociais de um parque tecnológico na formação profissional: Estudo de caso. *Latin American Journal of Business Management*, 15(1).
- Carvalho, P. H., Migliato, V. C., & Argoud, A. R. T. T. (2021). Padronização da coleta de informações para a plataforma Sucupira pelos programas de pós-graduação por meio da gestão por processos. *Revista Brasileira de Pós-Graduação*, 17(37), 1–18.
- Castro, J. P. M. de, & Ferraz, J. de M. (2021). *O impacto administrativo na gestão eficaz do microempreendedor* -Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade de Taubaté.
- Chalub, S. (1995). *Funções da linguagem*. São Paulo: Ática.
- Coelho, C., et al. (2018). Práticas docentes: um estudo no curso de Ciências Contábeis em uma universidade do nordeste. *Revista de Gestão e Contabilidade da UFPI*, 5(2), 55–78.
- Costa, F. de L. (2019). *Os modelos de comunicação para projetos de TI: uma revisão sistemática da literatura*- Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal do Ceará.
- Costa, R. F., & Silva, M. P. (2021). A renda da população brasileira: Uma análise das últimas décadas. *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, 76(2), 99–118.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2017). *Designing and conducting mixed methods research* (3ª ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Dance, F. E. X. (1970). *The “concept” of communication*. *Journal of Communication*, 20(2), 201–210.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2022). *O manual SAGE de pesquisa qualitativa* (5ª ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Dias Filho, J. M., & Nakagawa, M. (2000). Análise do processo da comunicação contábil: Uma contribuição para a solução de problemas semânticos utilizando conceitos da teoria da comunicação. *Revista Contabilidade & Finanças*, 12, 42–57.
- Da Silva, U. B., & Bruni, A. L. (2017). O que me ensina a ensinar? Um estudo sobre fatores explicativos das práticas pedagógicas no ensino de contabilidade. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade (REPeC)*, 11(2).
- Dos Santos, E. A., et al. (2020). Tecnologias da informação e comunicação usadas por professores do curso de Ciências Contábeis: Um estudo nas universidades federais [Information and communication technologies used by accounting teachers: A study in federal universities]. *Revista FSA (Centro Universitário Santo Agostinho)*, 17(5), 42–61.
- Faria, L., et al. (2023). *Formação profissional, acesso e desigualdades sociais no contexto pós-pandêmico*. Salvador: Editora da Universidade Federal da Bahia. Disponível em:
- Figueira, A. R. B. (2020). *Iconografia de Aquiles: Teatralidade, retórica e comunicação na cerâmica grega dos séculos VI e V a.C.* - Tese de Doutorado, Universidade de Lisboa].
- Freitas, M. L., & Costa, P. Q. (2023). Benefícios sociais e sua relação com a permanência no ensino superior. *Revista Brasileira de Educação*, 28(4), 200–215.
- Fidalgo, A. (2012). *A semiótica e os modelos de comunicação*. Universidade da Beira Interior.
- Francisco, T. M. M. (2019). *O impacto da utilização das tecnologias de informação e comunicação no exercício da profissão de contabilista certificado: A percepção dos contabilistas certificados do distrito de Leiria* -Tese de Doutorado.
- Freire, P. (1996). *Pedagogia da autonomia: Saberes necessários à prática educativa* (43. ed.). São Paulo: Paz e Terra.
- Grun, R. (2003). Atores e ações na construção da governança corporativa brasileira. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 18, 139–161.
- Guedes, W. (2011). A teoria matemática da comunicação e a ciência da informação. In *Anais do 12º Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – ENANCIB*. Brasília: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação

(ANCIB).

- Gobbi, M. B. (2020). Comunicação de más notícias: Um olhar da psicologia. *Diaphora*, 9(1), 66–69.
- Harter, Charles, Robert Marley. 2014. "A Framework for Explaining Accounting Students' Formal Communication GAP." *International Research Journal of Applied Finance*, 5 (1): 25-31.
- Hage, S. M. (2011). Educação, escola e políticas educacionais na perspectiva dos estudos culturais críticos: A produção do senso comum e as disputas pela hegemonia. *Cadernos de Educação*, (38).
- Jakobson, R. (1960). Linguistics and poetics. In T. A. Sebeok (Ed.), *Style in language* (pp. 350–377). Cambridge, MA: MIT Press.
- Kanwisher, N., McDermott, J., & Chun, M. M. (1997). The fusiform face area: A module in human extrastriate cortex specialized for face perception. *Journal of Neuroscience*, 17(11), 4302–4311.
- Kanwisher, N., McDermott, J., & Chun, M. M. (2002). The fusiform face area: A module in human extrastriate cortex specialized for face perception. In M. Gazzaniga (Ed.), *The cognitive neurosciences III* (pp. 567–578). Cambridge: MIT Press.
- King Jr., M. L. (1964). *Why we can't wait*. New York: Harper & Row.
- Lasswell, H. D. (1948). *The structure and function of communication in society*. In W. Schramm (Ed.), *Mass communications* (pp. 37–51). Urbana: University of Illinois Press.
- Lagatta, I. M. (2020). *Influência da comunicação e do desenho do trabalho na efetividade das equipes* [Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília, Instituto de Psicologia, Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações].
- Lima, J. P. R. de., Vendramin, E. de O., & Miranda, C. de S. (2021). Quem tem medo de se comunicar? Análise da apreensão na comunicação de estudantes de Ciências Contábeis. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, 16(1), 105–120.
- Lima, G. A., & da Silva, M. L. G. (2021). Linguagem corporal e comunicação: A criança e o brincar. *Revista Interfaces: Saúde, Humanas e Tecnologia*, 9(1), 969–974.
- Lopes, E., & Silva, T. (2013). *Gênero e educação: avanços e desafios*. In *Mulheres e educação no Brasil contemporâneo* (p. 157). São Paulo: Editora Cortez.
- Mateus, S. (2020). *Retórica afetiva: Subsídios para a compreensão do pathos* -Dissertação de Mestrado, Universidade de Lisboa.
- Mateus, S. (2021). Acerca da associação entre *ethos* e *pathos* na retórica da publicidade. In *Atas do XI Congresso SOPCOM: Comunicação, turismo e cultura* (pp. 655–665). SOPCOM/Universidade de Madeira.
- Mendonça, J. F. (2024). *Análise da política pública da Educação de Jovens e Adultos (EJA) na Escola Municipal de Ensino Fundamental Estudante Ana Beatriz Macedo Tavares Marques em Maracanaú-CE: Impactos na vida dos alunos* [Dissertação de Mestrado, Universidade].
- Moreira, R. S. C. (1977). *Teoria da comunicação: Ideologia e utopia em busca de elementos teóricos para a leitura ideológica da indústria cultural*-Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília.
- Conde, M. E. I. L. (2020). *Comunicação oral e escrita no curso de Ciências Contábeis: experiências no ensino e na aprendizagem*. *Educação: Teoria e Prática*, 30(63), 1-16.
- Mendonça, K. R. (2024). *O papel essencial da ética na auditoria interna e externa:] Promoção da integridade e da boa governança corporativa*.
- Morosini, M. C., et al. (2016). A qualidade da educação superior e o exercício complexo de proporcionar indicadores. *Revista Brasileira de Educação*, 21(64), 13–37.
- Nogueira, A., Pereira, L. M., & Damásio, M. J. (2022). Comunicação em saúde: Teorias sobre

- persuasão. *Comunicologia: Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília*.
- Oliveira, A. L. M. de. (2021). Perfil dos estudantes de graduação entre 2001 e 2015: Uma revisão. *Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superior (Campinas)*, 26, 237–252.
- Oliveira, M. F. (2011). *Metodologia científica: Um manual para a realização de pesquisas em Administração*. Universidade Federal de Goiás.
- Oliveira, C. E. de. (2017). A comunicação na contabilidade: Uma abordagem crítica. *Revista Contabilidade & Finanças*, 28(76), 261–274.
- Oliveira, C. P., & Faria, H. M. C. (2020). Contribuições do psicólogo hospitalar em um serviço de urgência e emergência do município de Juiz de Fora: Concepções da equipe multidisciplinar. *Cadernos de Psicologia*, 1(2).
- Ortiz, E., & da Silva, M. R. (2015). O uso de pseudo-histórias no ensino de ciências: O caso da participação da Rosalind Franklin na construção do modelo helicoidal do DNA. *Encontro Nacional de Pesquisa em Educação em Ciências*, 14(2015), 1–8.
- Paula, G. R. (2023). Titanic escolar: A importância da comunicação interna para conservação do sucesso. *Episteme Transversalis*, 14(1), 207–224.
- Parzianello, S. B. (2019). Formações discursivas na comunicação não violenta. *RELACult: Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade*, 5.
- Peixoto Neto, W. F. (2016). *Análise transacional na comunicação* - Trabalho de Conclusão de Curso, UniCEUB.
- Peres, L. N. (2024). *Compreensibilidade de relatórios financeiros do setor público: Uma avaliação baseada em processamento de linguagem natural* -Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo.
- Pereira, A. K. da S. (2024). *Impactos do engajamento universitário nas carreiras dos estudantes: Uma revisão sistemática da literatura* -Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal do Maranhão.
- Pereira, R. S., Santos, D. A. dos, & Borges, W. (2005). *A mulher no mercado de trabalho*. Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Universidade Federal do Maranhão.
- Pereira, R. L. (2013). Conceito de comunicação. *e-Com*, 6(2).
- Pereira, A. P. G. (2015). *A comunicação organizacional no processo de construção da reputação: O caso BES* -Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra, Portugal.
- Pimenta, C. J. L., et al. (2020). Prazer, sofrimento e comunicação interpessoal no trabalho de enfermeiros no ambiente hospitalar. *Texto & Contexto – Enfermagem*, 29.
- Pinheiro, D. Q., & Furtado, L. S. (2024). *O protótipo Plurah.hab: Ferramenta de busca pela moradia estudantil e mobilidade urbana sustentável*. v. 12(36).
- Pimenta, S. G., & Lima, M. S. L. (2017). *Estágio e docência* (8. ed.). Cortez.
- Queiroz, E. C., & das Neves Júnior, I. J. (2021). Ruídos na comunicação na perícia contábil em processos judiciais cíveis. *Brazilian Journal of Development*, 7(5), 46447–46469.*
- Rausch, R. B. (2022). *Didática e formação de professores: Desafios e perspectivas da articulação entre teoria e prática* (Vol. 1). Editora Bagai.
- Rodrigues, T. R. (2023). Capacidade transformadora da oratória no desenvolvimento do professor-orador. *EccoS – Revista Científica*, 65, e24211.
- Rodríguez, A. P., et al. (2022). *Os desafios da pesquisa em história da comunicação: Entre a historicidade e as lacunas da historiografia*. Editora da PUCRS. Disponível em:
- Rodrigues, J. D., da Silva, G. D., & de Vargas, S. B. (2021). *Popular reporting à luz da teoria da comunicação: Um ensaio teórico*. *Administração Pública e Gestão Social*, 13(1).*
- Ribeiro, N. C., et al. (2022). Importância das práticas de ciência aberta e de comunicação científica na perspectiva de atores envolvidos. *RDBCI: Revista Digital de*

- Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 20, e022019.
- Rodrigues, I. M., & Perinotto, A. R. C. (2022). Comunicação turística acessível a pessoas com deficiências: Uma revisão bibliométrica e integrativa da literatura. *Revista Turismo em Análise*, 33(2), 213–234.
- Rodríguez, C. A. C. (2020). *Google académico: Perfilando el impacto de las métricas*.
- Sampayo, M. M., & Silva, S. A. (2012). Comunicação organizacional: Implicações da comunicação downward e do feedback no engagement. *International Business and Economics Review*, 3, 232–239.
- Sawicki, D. P., & Storti, A. T. (2021). Reflexões sobre o marketing e marca pessoal no contexto profissional. *Brazilian Journal of Business*, 3(3), 2099–2108.
- Santos, J. G. dos. (2020). *Dimensões institucionais associadas à abertura de dados governamentais: Uma análise transnacional* -Dissertação de Mestrado, Universidade Federal da Paraíba, Programa de Pós-Graduação em Gestão Pública e Cooperação Internacional.
- Santos, E. S., et al. (2020). A tridimensionalidade da linguagem contábil: Visão dos comerciantes, técnicos e leigos. *Revista Onisciência*.
- Siriwardane, H. P., & Durden, C. H. (2014). The communication skills of accountants: What we know and the gaps in our knowledge. *Accounting Education*, 23(2), 119-134.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Schramm, W. (1954). *The process and effects of mass communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Silva, P. C. S. da. (2022). *Um estudo de caso em um projeto social do Distrito Federal: Processos de ensino e aprendizagem de violino e viola no ensino remoto emergencial segundo a Teoria da Distância Transacional* -Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília.
- Da Silva, V. R. da C., et al. (2023). *Coordenação pedagógica e formação continuada: Um diálogo sobre a proposição de formação contínua na SEMED de Alto Alegre do Pindaré* -Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Maranhão.
- Sombra, L. L., et al. (2017). Habilidade de comunicação da má notícia: O estudante de medicina está preparado? *Revista Brasileira de Educação Médica*, 41, 260–268.
- Souza, M. B. (2005). *A influência dos conteúdos e atividades de iniciação científica para o estímulo ao desenvolvimento do pensamento crítico em Ciências Contábeis*; Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo.
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (2010). Putting the human back in “human research methodology”: The researcher in mixed methods research. *Journal of Mixed Methods Research*, 4(4), 271–277.
- Terra, C., Dreyer, B. M., & Raposo, J. F. (2021). *Comunicação organizacional: Práticas, desafios e perspectivas digitais*. São Paulo: Summus Editorial.
- Tolfo, C. (2019). A promoção da habilidade comunicação persuasiva por meio do ensino de empreendedorismo. *Research, Society and Development*, 8(12), e188121829.
- Torelli, T. de O. (2020). *Comunicação estratégica entre universidade e aluno: Estudo de caso Anhanguera Niterói*-Tese de Doutorado.
- Vita, A., Silva, R., Costa, J., & Almeida, L. (2022). *A comunicação entre as equipes no contexto organizacional: Colgate Palmolive Company* -Trabalho de Conclusão de Curso, UNIFEOB.
- Westley, B. H., & MacLean Jr., M. S. (1957). A conceptual model for communications research. *Journalism Quarterly*, 34(3), 31–38.