
INFLUÊNCIA DOS TRAÇOS DE PERSONALIDADE NO GERENCIAMENTO DE IMPRESSÃO DA DIVULGAÇÃO DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL

INFLUENCE OF PERSONALITY TRAITS ON IMPRESSION MANAGEMENT OF ACCOUNTING INFORMATION DISCLOSURE

Camila Adam

Doutoranda em Ciências Contábeis e Administração pela Universidade Regional de Blumenau (FURB).
Endereço: Rua Antônio da Veiga, nº 140, Bairro Itoupava Seca, CEP: 89030-903, Blumenau – SC.
Telefone: (47) 3321-0565
E-mail: adam.camila11@gmail.com

Jules Kout Tene

Doutorando em Ciências Contábeis e Administração pela Universidade Regional de Blumenau (FURB).
Endereço: Rua Antônio da Veiga, nº 140, Bairro Itoupava Seca, CEP: 89030-903, Blumenau – SC.
Telefone: (47) 3321-0565
E-mail: tenejules5@yahoo.fr

Recebido: 24/03/2020 Aprovado: 29/03/2021
Publicado: 30/08/2021

Paulo Roberto da Cunha

Doutor em Ciências Contábeis e Administração pela Universidade Regional de Blumenau (FURB).
Professor do PPGCC/FURB e do Curso de Graduação em Ciências Contábeis da UDESC
Endereço: Rua Antônio da Veiga, nº 140, Bairro Itoupava Seca, CEP: 89030-903, Blumenau – SC.
Telefone: (47) 3321-0565
E-mail: pauloccsa@furb.br e paulo.cunha@udesc.br

Alini da Silva

Doutora em Ciências Contábeis e Administração pela Universidade Regional de Blumenau (FURB).
Professora do (PPGCC na Faculdade de Administração e Ciências Contábeis (FACC) da UFRJ.
Endereço: Av. Pasteur, nº 250, sala 250, CEP: 22.290-240, Praia Vermelha, Urca – Rio de Janeiro – RJ.
Telefone: (47) 991162851
E-mail: alini.silva@facc.ufrj.br

RESUMO

Este estudo objetivou analisar a influência dos traços de personalidade no gerenciamento de impressão da divulgação da informação contábil. Como método de pesquisa o estudo se caracterizou como descritivo, *survey* e com abordagem quantitativa. A amostra do estudo foi composta por 202 acadêmicos do curso de Ciências Contábeis. Os traços de personalidade foram analisados pelas variáveis extroversão, amabilidade, neuroticismo, abertura à experiência e consciência, conforme a escala de John, Donahue e Kentle (1991). Quanto o gerenciamento de impressão, utilizou-se as variáveis seletividade, distorção da medição e aprimoramento da apresentação, conforme Cardoso, Leite e Aquino (2018). Para a coleta dos dados, empregou-se o instrumento de questionário com aplicação presencial e virtual. Para a análise dos dados, utilizou-se estatística descritiva e regressão linear múltipla, por meio do software SPSS®. Os resultados do estudo demonstraram que quanto maior o traço de personalidade da abertura à experiência menor é a seletividade e que quanto maior o traço de personalidade do neuroticismo, maior é a distorção da medição. Em relação a variável do aprimoramento da apresentação não se verificou nenhuma significância com os traços de personalidade. Além disso, pode-se analisar que certos traços de personalidade são características

que influenciam na análise e na tomada de decisão dos indivíduos, sendo fatores que podem predizer aspectos relacionados ao comportamento econômico. O estudo traz contribuições ao demonstrar a importância da reflexão das entidades em relação a divulgação da informação contábil, indicando a necessidade de esforços para minimizar os efeitos de possíveis vieses na tomada de decisão dos seus usuários, como é o caso do gerenciamento de impressão, que pode reduzir a qualidade das informações e a transparência dos negócios.

Palavras-chave: Traços de personalidade. Gerenciamento de impressão. Informação contábil.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of personality traits on impression management of accounting information disclosure. As a research method the study was characterized as descriptive, survey and quantitative approach. The study sample consisted of 202 students from the Accounting Science course. Personality traits were analyzed by the variables extraversion, agreeableness, neuroticism, openness and conscientiousness, according to the scale of John, Donahue and Kentle (1991). Regarding impression management, the variables selectivity, measurement distortion and presentation enhancement were used, according to Cardoso, Leite and Aquino (2018). For data collection we used the questionnaire instrument with face-to-face and virtual application. For data analysis we used the descriptive analysis and the multiple linear regression technique, using the SPSS® software. The results of the study showed that the greater the personality trait from openness the less selectivity and the greater the personality trait of neuroticism, the greater the measurement distortion. Regarding the presentation enhancement variable, there was no significance with personality traits. In addition, it can be analyzed that certain personality traits are characteristics that influence the analysis and decision making of individuals, being factors that can predict aspects related to economic behavior. The study contributes by demonstrating the importance of the reflection of the entities in relation to the disclosure of accounting information, indicating the need for efforts to minimize the effects of possible biases in the decision making of its users, such as impression management, that can reduce the quality of information and the transparency of business.

Keywords: Personality traits. Impression management. Accounting information.

1 INTRODUÇÃO

As informações contábeis são importantes para os stakeholders, principalmente para investidores e financiadores, visto que estas são demasiadamente utilizadas nas tomadas de decisão relacionadas ao repasse de recursos à entidade, no controle e nas avaliações dos resultados empresariais (BRÜGGEMANN; HITZ; SELLHORN, 2013).

Os relatórios contábeis são fundamentais às organizações pela apresentação da situação econômico-financeira para os seus diferentes usuários. Contudo, é importante frisar que as empresas podem utilizar do processo de divulgação dos relatórios corporativos como artifício de gerenciamento de impressão (ABDELREHIM; MALTBY; TOMS, 2015). O gerenciamento de impressão é tratado como o processo pelo qual uma empresa gerencia sua imagem, reputação e legitimidade organizacional, com a apresentação de uma visão autônoma do seu desempenho (MERKL-DAVIES; BRENNAN, 2007; YANG; LIU, 2017).

Yuthas, Rogers e Dillard (2002), pressupõem que os administradores das entidades gerenciam as impressões e decisões dos stakeholders por meio do manejo dos relatórios corporativos publicados, dando ênfase nos desempenhos positivos. Esses relatórios tendem a ser um meio legítimo por meio do

qual a administração comunica informações, contudo, podem ser afetados pelas más escolhas administrativas de divulgação (COOPER; SLACK, 2015).

No contexto da divulgação, os gráficos são ferramentas muito utilizadas para a análise e tomada de decisão de agentes que possuem interesse no desempenho das empresas, principalmente por trazerem informações de tal valor e expressividade. Porém, também são uns dos documentos informativos mais manipulados quando se fala em gerenciamento de impressão (DILLA; JANVRIN, 2010).

De acordo com Beattie e Jones (1997), existem três formas principais de evidenciação da manipulação gráfica das informações, como a seletividade, seleção das informações a serem apresentadas; a distorção da medição, com a alteração das escalas; e o aprimoramento da apresentação, com o uso de artifícios para promover o destaque das informações divulgadas.

Segundo Cardoso, Leite e Aquino (2018), o gerenciamento de impressão pode sofrer influência ou ter sua eficácia afetada pelas características pessoais dos indivíduos. Nesse contexto, a personalidade pode exercer influência na eficácia do gerenciamento de impressão, ou seja, dependendo da personalidade do indivíduo, este pode ter sua impressão mais ou menos gerenciada em relação ao desempenho de uma empresa.

A personalidade é definida como um conjunto de fatores internos e externos, que de certa forma, caracterizam permanentemente o caráter de uma pessoa, além de possuírem a capacidade de moldar o comportamento dessa em diferentes situações do cotidiano (SCHULTZ; SCHULTZ, 2012). A psicologia mede a personalidade por meio de testes relativos aos traços pessoais, sendo o modelo Big-Five Personality Traits o mais recorrente nas pesquisas. Tal modelo propõe que os diferentes traços de personalidade podem ser reunidos em cinco grupos (BORTOLI, 2016). De acordo com Goldberg (1971), os cinco grupos que os traços de personalidade estão organizados são: extroversão, socialização/afabilidade, neuroticismo, abertura à experiência e conscientização.

Nesse cenário, insere-se a Teoria dos Traços de Personalidade que aborda sobre o estudo da personalidade, tratando mais precisamente sobre os traços, que podem ser definidos como padrões de comportamento. A partir da análise desses traços, a teoria propõe que há a possibilidade de se prever e identificar o comportamento, o sentimento e o pensamento dos indivíduos (PACHECO, 1998).

Remetendo a tal entendimento, Rocha (2014) evidencia que a personalidade pode ser considerada como um elemento influenciador na tomada de decisão, inclusive nas disposições acerca de investimentos. Por serem fatores de desvio do comportamento dos investidores, os traços de personalidade são suscetíveis a interferência nos processos decisórios (SADI et al., 2011). Nesse contexto, a Teoria dos Traços de Personalidade pode auxiliar a explicar a influência da personalidade no efeito do gerenciamento de impressão, sendo que possui artifícios para identificar os comportamentos dos indivíduos nas diversas situações, incluindo as relacionadas a contextos decisórios e manipulados, como no caso do gerenciamento de impressão da informação contábil.

A temática do gerenciamento de impressão já foi explorada em diferentes áreas, com destaque na psicologia (SCHLENKER et al., 1980; LEARY; KOWALSKI, 1990). Esta deu origem e embasamento teórico aquela, que passou a ser estudada em outros campos de pesquisa, tais como a contabilidade, em que o enfoque passou a ser as empresas e os usuários das informações contábeis (CARDOSO; LEITE; AQUINO, 2018).

Dentro dessa perspectiva contábil, destaque-se alguns estudos voltados a analisar a influência do gerenciamento de impressão na interpretação de gráficos (BEATTIE; JONES, 2002), as características individuais na tomada de decisão financeira num ambiente manipulado pelo gerenciamento de impressão (CARDOSO; LEITE; AQUINO, 2018), o gerenciamento de impressão nos relatórios corporativos (HOOGHIEMSTRA, 2010; JONES, 2011; CRAIG; BRENNAN, 2012; COOPER; SLACK, 2015; MELLONI; CAGLIO; PEREGO, 2017), o uso dos relatórios corporativos como mecanismo de marketing, autopromoção e estratégia para alcançar objetivos políticos e econômicos (HOLM; ZAMAN,

2012; MERKL-DAVIES; KOLLER, 2012; DIOUF; BOIRAL, 2017) e a relação entre desempenho econômico, qualidade e legibilidade dos demonstrativos (PRASAD; GREEN, 2016).

Conforme o exposto, constata-se que é recorrente a escassez de pesquisas compreendendo a percepção dos indivíduos e a influência das características individuais no gerenciamento de impressão dos relatórios corporativos. Inclusive é apresentada como uma limitação na abordagem dos estudos, como a não observância da forma que os documentos corporativos são interpretados pelos usuários da informação contábil (COOPER; SLACK, 2015), a influência das percepções destes sobre o desempenho auferido (CHO; MICHELON; PATTEN, 2012) e a influência das características individuais no gerenciamento de impressão (CARDOSO; LEITE; AQUINO, 2018).

Desta forma, pelas características individuais dos usuários da informação contábil, com destaque aos traços de personalidade, serem possíveis fatores influenciadores no efeito das técnicas de gerenciamento, o estudo tem o seguinte problema de pesquisa: qual a influência dos traços de personalidade no gerenciamento de impressão da divulgação da informação contábil? Como objetivo, a pesquisa busca analisar a influência dos traços de personalidade no gerenciamento de impressão da divulgação da informação contábil.

A qualidade da divulgação da informação contábil para os usuários internos e externos das organizações é essencial para a tomada de decisão, o que demonstra a necessidade do desenvolvimento de estudos que permeiem tal problemática, discutindo a necessidade da neutralidade e de características substanciais para que as informações cumpram seu papel de apresentar parâmetros para a tomada de decisão (MOURA et al., 2017).

Conforme o exposto, o referido estudo apresenta como justificativa a contribuição à literatura nacional referente a temática da influência dos traços de personalidade no gerenciamento de impressão da divulgação da informação contábil. Além disso, o estudo contribui para a identificação de características que estimulem ou não a ocorrência do gerenciamento de impressão nos indivíduos, permitindo o desenvolvimento de mecanismos que reduzam o efeito do gerenciamento para cada tipo de personalidade, e conseqüentemente os vieses que os indivíduos estão expostos no momento da tomada de decisão em relação ao desempenho das empresas. Compreender como o gerenciamento de impressão funciona e identificar fatores que possam influenciar seu efeito torna-se oportuno, pois pode apontar formas de minimizar os efeitos do gerenciamento e reconhecer em quais meios são mais empregados.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O gerenciamento de impressão é apresentado em estudos desde a década de quarenta, tratando sobre a manipulação dos dados, como por exemplo o estudo de Carter (1947), que identificou que a maneira como os dados são dispostos ou apresentados em gráficos, altera a percepção e o processo de tomada de decisão das pessoas. Nos últimos vinte anos a temática vem sendo mais explorada, como o estudo de Schlenker et al. (1980), que foi o primeiro a trabalhar com o conceito de gerenciamento de impressão, conceituando-o como um aspecto central das relações interpessoais, sendo um trabalho realizado na área da psicologia.

Tal conceito, com enfoque comportamental, passou a ser estudado na esfera corporativa, visto a sua alta empregabilidade pelas empresas, principalmente nas informações repassadas para seus *stakeholders*, por meio dos gráficos e dos relatórios publicados (DILLA; JANVRIN, 2010). Da mesma maneira que as pessoas usam o gerenciamento de impressão para manipular a percepção das outras pessoas, as empresas empregam a técnica para melhorar sua respeitabilidade e impressionabilidade aos olhos dos seus agentes externos e internos (CARDOSO; LEITE; AQUINO, 2018).

Nesse contexto, o gerenciamento de impressão tem sido discutido como o processo pelo qual a administração transmite sua especificação da realidade por meio de divulgações narrativas, quantitativas

e visuais nos relatórios anuais, tanto para gerenciar a imagem corporativa quanto para relatar o desempenho da administração (COOPER; SLACK, 2015).

Na literatura, conforme Jones (2011), o gerenciamento de impressão de gráficos é classificado em três categorias, que incluem as principais formas de manipular as informações contábeis presentes nos gráficos, sendo elas: aprimoramento da apresentação, distorção da medição e seletividade.

O aprimoramento da apresentação é definido como o processo de gerenciamento que procura manipular a forma que o gráfico é disposto nas divulgações, tanto na questão das cores empregadas, como na formatação e modelos utilizados (CARDOSO; LEITE; AQUINO, 2018). A distorção da medição retrata o gerenciamento na própria construção dos gráficos, à medida que as escalas e as variáveis são dispostas em pontos estratégicos para transmitirem um efeito desejável sobre os resultados (BEATTIE; JONES, 2000). A seletividade é definida como a escolha de apenas informações positivas em divulgações (CARDOSO; LEITE; AQUINO, 2018).

De acordo com Cooper e Slack (2015), os relatórios anuais tendem a ser um meio legítimo e confiável por meio do qual a administração comunica informações. Contudo, por serem um produto altamente sofisticado do ambiente corporativo, cujo objetivo principal é construir proativamente uma visibilidade particular e comunicar uma imagem da organização, podem ser manchados pelas escolhas administrativas de divulgação, que muitas vezes, podem ser oportunistas, gerenciando as impressões dos seus usuários.

Desta forma, o gerenciamento de impressão pode ser considerado um processo que prejudique a qualidade das informações contábeis, pois gerencia a forma como estas são apresentadas aos seus usuários (DILLA; JANVRIN, 2010). Assim, torna-se oportuno compreender como esse processo funciona, permitindo identificar fatores que sejam influentes nesse contexto e apontando formas de minimizar os efeitos do gerenciamento de impressão na percepção dos usuários da informação contábil, ao reconhecer em quais meios são mais empregados.

Os *stakeholders* como principais usuários dos relatórios corporativos são indivíduos propensos a serem manipulados pelas técnicas de gerenciamento de impressão (DIOUF; BOIRAL, 2017), visto isso, compreender como ocorre a percepção desses indivíduos mediante a utilização dessas técnicas é interessante. Além disso, relacionar essas percepções com as características individuais pode auxiliar na identificação de indivíduos ou grupos com a maior ou a menor possibilidade de serem influenciados por tais técnicas.

Em relação às características dos indivíduos que podem influenciar sua propensão ao gerenciamento de impressão, destaca-se a personalidade. A personalidade é definida como a soma de aspectos internos e externos que caracterizam de forma permanente o caráter de um indivíduo (SCHULTZ; SCHULTZ, 2012). Para Jani (2011), a personalidade pode ser considerada também como um conjunto de inúmeros padrões diferentes e constantes de pensamentos, emoções e comportamentos, que configuram a maneira que um indivíduo irá encarar as diversas situações que surgem ao longo da vida.

De acordo com Pacheco (1998), a personalidade de uma pessoa é analisada com base nos seus comportamentos, existindo por sua vez uma parte invariável e outra inconstante. A parte invariável é definida como traço, que apesar de também ter a possibilidade de sofrer mudanças ao longo do tempo é caracterizada por representar de forma ampla tendências e certas constâncias e coerências frente os comportamentos.

Estudos são realizados com o intuito de se identificar fatores que possam explicar a coerência dos comportamentos humanos, principalmente os padrões de pensamentos, sentimentos e comportamentos, definidos como traços (BORGHANS et al., 2008). Dessa forma, surge as primeiras noções acerca da Teoria dos Traços de Personalidade, mais precisamente a partir do estudo lexical conduzido por Allport e Odebert (1936) que previa que as diferenças individuais mais significativas podiam ser codificadas por meio da linguagem. Posteriormente a essa pesquisa, vários psicólogos realizaram trabalhos

independentes sobre o assunto como Cattell (1943), Goldberg (1971) e Eysenck (1983). A partir dessas pesquisas, obteve-se uma definição de cinco fatores organizados capazes de medir confiavelmente os traços de personalidade, sendo Extroversão, Amabilidade/Afabilidade, Neuroticismo, Abertura à experiência e Consciência (BORGHANS et al., 2008).

Conforme Rustichini et al. (2012), a abordagem da Teoria dos Traços de Personalidade foi desenvolvida com o objetivo de proporcionar uma descrição minuciosa das influências relevantes da personalidade sobre o comportamento, sendo que a partir do *Big-Five Personality Traits*, também conhecido como os Cinco Grandes Traços de Personalidade, é possível caracterizar um padrão de ações, pensamentos e sentimentos dos indivíduos, chegando até mesmo a possibilitar a previsão do comportamento destes.

A taxonomia dos Cinco Grandes Traços de Personalidade desenvolvida por Goldberg (1971) é a mais utilizada e validada dentro das questões científicas relativas aos traços de personalidade, organizando e descrevendo os traços: Extroversão, Amabilidade/Afabilidade, Neuroticismo, Abertura à experiência e Consciência (JOHN; NAUMANN; SOTO, 2008). Cabe ressaltar que, a estrutura dos Cinco Grandes não implica que as diferenças de personalidade possam ser reduzidas a apenas cinco características, mas estas possibilitam a representação da personalidade no nível mais amplo de abstração, em que cada traço resume muitas características distintas e específicas da personalidade (BUI, 2017).

A extroversão é definida como um dos traços ligados as características da socialização, do otimismo e da autoconfiança (AYUB et al., 2017). Reflete ainda o sentimento da recompensa e da realização/entusiasmo com as circunstâncias no contexto social, como o status ou a filiação social (RUSTICHINI et al., 2012). Para Sadi et al. (2011), uma pessoa extrovertida concentra-se de forma mais acentuada em elementos externos que estão sob sua influência. Caracterizam-se por serem amigáveis, sociáveis, impulsivos, descuidados e flexíveis. São descritos também como indivíduos com pouca preocupação em relação ao futuro, com ambição reduzida e limitado autocontrole.

Desta forma, em virtude de os indivíduos terem sua impressão mais ou menos gerenciada de acordo com o traço de personalidade, o possível comportamento impulsivo e descuidado dos indivíduos com predominância do traço de personalidade da extroversão pode ser um indicativo destes serem mais propensos a serem influenciados pelo gerenciamento de impressão, nesse ensejo apresenta-se a primeira hipótese de pesquisa:

H₁: Há uma relação positiva entre o traço de personalidade da extroversão e o gerenciamento de impressão da divulgação da informação contábil.

A amabilidade está relacionada com as pessoas confiantes, cooperativas, amáveis, gentis e calorosas, que tendem a ser sensíveis nas questões normativas, que procuram ter relacionamentos positivos com os outros e que contribuem com o bem-estar social, participando de doações e caridades (KO et al., 2016; MOGHAVVEMI et al., 2017). Conforme Farag e Elias (2016), a amabilidade representa a maneira preferida de um indivíduo se relacionar com os demais, com destaque ao sentimento da compaixão. Além disso, esse traço define comportamentos pró-sociais, como bondade e simpatia (AYUB et al., 2017).

Entretanto, conforme Antoncic et al. (2015), indivíduos com maior predominância do traço de personalidade da amabilidade podem agir frequentemente de maneira impensada e impulsiva, movidos pelo sentimento. Assim, num ambiente com manipulação de informação, estes indivíduos podem ser mais propensos a terem suas impressões gerenciadas em relação as informações a eles disponibilizadas, sendo assim, apresenta-se a segunda hipótese desta pesquisa:

H₂: Há uma relação positiva entre o traço de personalidade da amabilidade e o gerenciamento de impressão da divulgação da informação contábil

O neuroticismo é determinado como o traço que compreende os estados emocionais negativos e a instabilidade emocional. Os indivíduos neuróticos tendem a ser muito instáveis, deprimidos e ansiosos, com preocupação e ênfase nas questões negativas e nos riscos inerentes de qualquer situação (MOGHAVVEMI et al., 2017). Além disso, Ko et al. (2016) salientam as características da angústia, frustração, aflição e desespero. Esse traço define indivíduos que são egoístas e egocêntricos, que buscam ser superiores no que fazem e apreciam ser elogiados pelos demais (SADI et al., 2011).

Conforme Ayub et al. (2017), os indivíduos com o traço de personalidade neuroticismo tendem a estar preocupados, estressados e nervosos, o que suscita a irracionalidade, levando estes a reagir em certos momentos negativamente ou desligando suas emoções. Além disso, Borghans et al. (2008) salienta que o neuroticismo também se destaca pela impulsividade. Assim, quanto mais propensos ao neuroticismo, maior a influência da irracionalidade nas percepções dos indivíduos, provocando mais acentuadamente o gerenciamento de impressão, pois não apresentam tão perspicazmente senso e lógica nas decisões tomadas. Sendo assim, a terceira hipótese de pesquisa é formada:

H₃: Há uma relação positiva entre o traço de personalidade do neuroticismo e o gerenciamento de impressão da divulgação da informação contábil.

A abertura, também denominada abertura à experiência, é o traço que define os indivíduos com as características da imaginação, fantasia, curiosidade, atributos artísticos e a experimentação (MCKEE; WAPLES; TULLIS, 2017). Como o próprio nome apresenta, os indivíduos são abertos a novas experiências, ideias e situações, sem possuírem um pensamento conservador (SADI et al., 2011). Além disso, vale ressaltar que essa característica gera a aspiração nas pessoas por vivenciarem questões emocionantes, que provoquem estímulos e sensações novas (KO et al., 2016). Outro ponto a se destacar é a abertura ao compartilhamento de experiências e a proatividade (MOGHAVVEMI et al., 2017).

De acordo com Antoncic et al. (2015), os indivíduos abertos à experiência, são mais abertos a novas ideias e receptivos a sinais do ambiente, tendem a estar mais atentos as oportunidades, e entre suas principais facetas estão, ser prevenido, perspicaz e perceptivo. Além disso, conforme Denissen e Penke (2008), os indivíduos abertos à experiência lidam bem com o processamento de informações incompletas. Assim, seguindo esta linha de pensamento pode-se apontar que os indivíduos com maior predominância do traço de personalidade da abertura à experiência tendem a analisar e perceber melhor os sinais que estão presentes no ambiente em que se inserem, o que poderia explicar a redução da influência do gerenciamento de impressão neste tipo de personalidade, que é mais perspicaz nas suas análises, identificando com maior afinco os vieses das informações. Sendo assim, a quarta hipótese de pesquisa é formada:

H₄: Há uma relação negativa entre o traço de personalidade da abertura à experiência e o gerenciamento de impressão da divulgação da informação contábil.

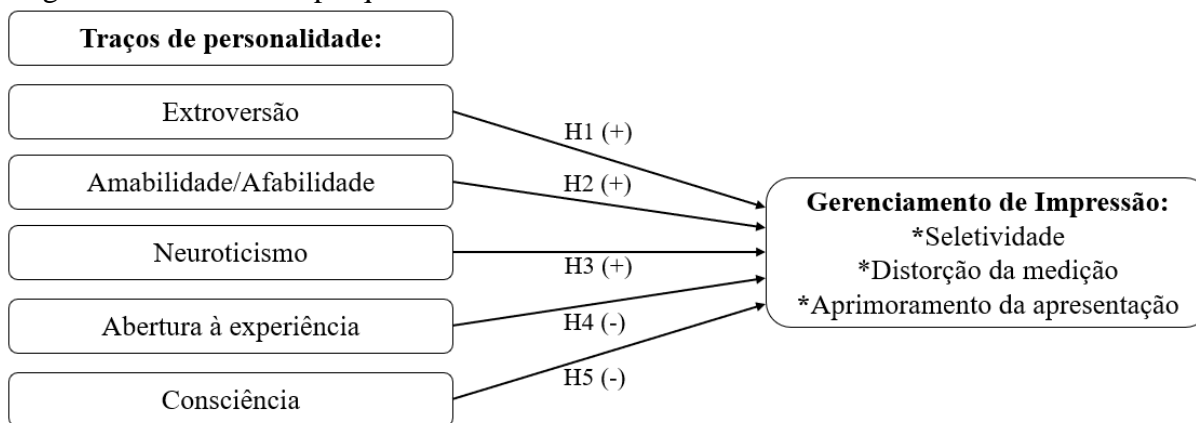
A consciência está ligada com a capacidade de o indivíduo exercer de forma controlada seus comportamentos e impulsos, com as ações voltadas a obedecer às regras sociais e alcançar metas de longo prazo (RUSTICHINI et al., 2012). Pessoas conscientes são consideradas competentes, obedientes, disciplinadas, cautelosas nas decisões tomadas, confiáveis, confiantes e sílabas (MCKEE et al., 2017). Para Conner, Rodgers e Murray (2007), a consciência é a capacidade de se realizar tarefas com o devido cuidado, organização e responsabilidade, com o intuito de alcançar sucesso em suas atividades e na vida pessoal. Conforme Judge, Heller e Mount (2002), a consciência também está relacionada a tendência geral de envolvimento no trabalho e uma maior probabilidade de obter satisfação.

Desta forma, devido ao comportamento controlado e de carácter disciplinado, os indivíduos com maior predominância do traço de personalidade da consciência, tendem a ser menos propensos as influências advindas das técnicas do gerenciamento de impressão, sendo assim, a quinta hipótese de pesquisa é formada:

H₅: Há uma relação negativa entre o traço de personalidade da consciência e o gerenciamento de impressão da divulgação da informação contábil.

Na Figura 1, apresenta-se o desenho da pesquisa, que mostra a relação proposta pelas hipóteses e as variáveis utilizadas.

Figura 1 – Desenho da pesquisa



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Conforme a Figura 1, as hipóteses deste estudo propõem uma relação positiva entre as variáveis independentes (extroversão, amabilidade e neuroticismo) e a variável dependente gerenciamento de impressão. Por sua vez, uma relação negativa entre as variáveis independentes (abertura à experiência e consciência) e a variável dependente gerenciamento de impressão.

3 METODOLOGIA

A pesquisa caracteriza-se quanto a abordagem do problema como quantitativa, em relação aos objetivos como descritiva e no tocante aos procedimentos como de levantamento ou *survey*. A população deste trabalho foi composta por 416 acadêmicos do curso de Ciências Contábeis e a amostra por 202 acadêmicos do curso de Ciências Contábeis de duas universidades públicas do Estado de Santa Catarina, o que representa 48,56% da população pesquisada. Quanto o tipo de amostragem a pesquisa fez uso da não probabilística, mais especificamente por acessibilidade ou conveniência. Entende-se que estudantes de graduação são participantes apropriados para a pesquisa, porque as tarefas do questionário não requerem conhecimento especializado, apenas uma noção geral sobre dados econômico-financeiros, o que os estudantes possuem.

O estudo utilizou o instrumento questionário para a coleta de dados. Esse por sua vez foi aplicado ao longo dos dias 29 de agosto de 2018 a 30 de setembro de 2018. Ressalta-se que os participantes receberam e assinaram o Termo de Consentimento, que esclarecia a possibilidade de desistência da colaboração da pesquisa e a garantia de anonimato. A aplicação do questionário ocorreu em duas partes, a primeira com a aplicação presencial em que foram coletadas as informações referentes a caracterização dos respondentes e sobre os traços de personalidade, e a segunda virtualmente, por meio da ferramenta do *Google Docs*® em que foram encaminhados por e-mail e via aplicativo de mensagens *WhatsApp*® os

seis cenários para a coleta das informações relacionadas ao gerenciamento de impressão. Destaca-se que os respondentes que participaram da primeira etapa foram os mesmos que responderam a segunda etapa do questionário. O questionário está disponível no Apêndice.

A Tabela 1 apresenta a operacionalização deste estudo, demonstrando-se as variáveis, subvariáveis, a descrição de sua operacionalização e os autores da revisão da literatura que embasaram as métricas e as informações pertinentes de cada variável.

Tabela 1 – Constructo da pesquisa

Variável	Subvariáveis	Questões	Escala de Medição	Autores
Dependente				
Gerenciamento de Impressão	Seletividade	1. Todas as informações da série temporal. 2. Parte das informações da série temporal.	2 cenários envolvendo as empresas B e D com escalas de 1 a 10	Beattie e Jones (1997) e Cardoso, Leite e Aquino (2018)
	Distorção da medição	1. Escala do gráfico ampliada. 2. Escala do gráfico reduzida.	2 cenários envolvendo as empresas C e E com escalas de 1 a 10	
	Aprimoramento da apresentação	1. Cor vermelha para apresentar a informação negativa. 2. Cor azul para gerenciar a informação negativa.	2 cenários envolvendo as empresas A e F com escalas de 1 a 10	
Independente				
Traços de personalidade	Extroversão	1 a 8	Questões de forma <i>Likert</i> de 5 pontos, entre discordo e concordo totalmente	Goldberg (1971), John, Donahue e Kentle (1991), Borghans et al. (2008), Rocha (2014), e Bortoli (2016)
	Amabilidade/ Afabilidade	9 a 17		
	Neuroticismo	18 a 25		
	Abertura à experiência	26 a 34		
	Consciência	35 a 44		

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

De acordo com a Tabela 1, a variável Traços de Personalidade e suas respectivas subvariáveis foram mensuradas por meio da Escala Likert de 1 a 5 pontos. Utilizou-se o estudo de Goldberg (1971) para a classificação dos Traços de Personalidade, e o instrumento do *Big Five Inventory* (BFI), de 44 itens desenvolvido por John, Donahue e Kentle (1991) para a medição e coleta de dados. Conforme Rocha (2014), o instrumento BFI – 44 permite uma avaliação eficiente e flexível dos cinco traços de personalidade, além de ser estruturado por itens curtos e frases simples, evitando ambiguidades ou múltiplos significados no entendimento dos respondentes. Além disso, o instrumento do BFI – 44 possui os dados validados em 56 nações, para tanto não foi realizado pré-teste deste instrumento nesta pesquisa. Com a coleta das informações cada respondente foi classificado no Traço de Personalidade mais predominante da sua personalidade.

A variável do Gerenciamento de Impressão e suas respectivas subvariáveis foram mensuradas por meio de *frames*, conforme o estudo de Cardoso, Leite e Aquino (2018). Os *frames* demonstravam o resultado líquido de seis empresas por meio de representação gráfica, em que os respondentes avaliavam e atribuíam uma nota de 0 a 10 para cada cenário, considerando para isso exclusivamente as informações apresentadas para cada empresa. Dentre os seis cenários que compõem o *frame* constam os três tipos de gerenciamento de impressão, sendo as empresas A e F os casos para medir o aprimoramento da apresentação, as empresas B e D para medir a seletividade e as empresas C e E para medir a distorção da medição.

Para avaliar se ocorria gerenciamento de impressão, os casos que mediam a mesma técnica de gerenciamento eram iguais. Assim, os casos A e F apresentavam as mesmas informações, apenas com cores diferentes, sendo A com o gráfico em vermelho e F em azul. Nos casos envolvendo a seletividade, B apresentava os dados dos seis anos (2012-2017), já D apenas os anos (2015-2017). Já nos casos relacionados a distorção da medição, C apresentava a escala de vinte em vinte milhões de reais e E uma escala reduzida de 5 em 5 milhões de reais. Haveria gerenciamento de impressão, se a nota atribuída ao caso gerenciado fosse maior que a atribuída ao caso sem gerenciamento, e do contrário não.

Quanto aos procedimentos de análise dos dados, utilizou-se a estatística descritiva para descrever e caracterizar o perfil dos respondentes e a regressão linear múltipla para verificar a relação entre as variáveis do estudo, por meio do *software* SPSS. Para a regressão linear múltipla foram observados alguns pressupostos como o da normalidade, ausência de multicolinearidade, ausência de heterocedasticidade e ausência de autocorrelação (FÁVERO et al., 2009).

As variáveis dependentes do estudo foram as relacionadas ao gerenciamento de impressão: seletividade (SELE), distorção da medição (DME) e aprimoramento da apresentação (AAP). Enquanto as variáveis independentes, as vinculadas aos traços de personalidade: extroversão (EXT), amabilidade (AMAB), neuroticismo (NEUR), abertura à experiência (ABEXP) e consciência (CONSC). Os modelos da regressão seguiram o seguinte formato:

$$SELE = \beta_0 + \beta_1 EXT + \beta_2 AMAB + \beta_3 NEUR + \beta_4 ABEXP + \beta_5 CONSC + \varepsilon \quad (1)$$

$$DME = \beta_0 + \beta_1 EXT + \beta_2 AMAB + \beta_3 NEUR + \beta_4 ABEXP + \beta_5 CONSC + \varepsilon \quad (2)$$

$$AAP = \beta_0 + \beta_1 EXT + \beta_2 AMAB + \beta_3 NEUR + \beta_4 ABEXP + \beta_5 CONSC + \varepsilon \quad (3)$$

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Quanto a caracterização dos respondentes e os traços de personalidade, verificou-se que mais da metade dos respondentes são do sexo feminino, cerca de 60,89% (123), enquanto 39,11% (79) são do sexo masculino. Referente a idade dos respondentes, observou-se que mais de 93% possuem até 30 anos de idade, demonstrando um perfil jovem dos acadêmicos de Ciências Contábeis. Os resultados confirmam os achados de Mayfield, Perdue e Wooten (2008) e Pennington e Tuttle (2009) que observaram que a maioria dos alunos da área de negócios possuem menos de 30 anos.

Em relação ao semestre do curso, constatou-se que quase 70% dos acadêmicos já cursaram pelo menos a metade deste, possuindo um nível mais avançado de conhecimentos relativos à contabilidade. Quanto ao tempo de atuação profissional, verificou-se que 60% dos acadêmicos trabalhavam na atual área profissional num período superior a 2 anos, o que indica que mais da metade dos respondentes possuíam considerável experiência profissional.

Na Tabela 2, demonstra-se a análise descritiva dos traços de personalidade, com a evidenciação das frequências absoluta e percentual totais de cada traço de personalidade (extroversão, amabilidade, neuroticismo, abertura à experiência e consciência).

Tabela 2 – Traços de personalidade predominantes

		Total	
		N	%
Traços de Personalidade	Extroversão	27	13,37%
	Amabilidade	49	24,26%
	Neuroticismo	20	9,90%
	Abertura à experiência	59	29,21%
	Consciência	47	23,27%

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Para a definição das frequências absoluta e percentual totais, analisou-se a média das somas atribuídas a cada traço de personalidade por meio da Escala *Likert*, classificando o traço com a maior média por integrante como o predominante da personalidade.

Com base nos achados da Tabela 2, verifica-se que há uma equilibrada disposição dos traços de personalidade entre os acadêmicos do curso de Ciências Contábeis, não podendo se indicar um perfil dominante, contudo existem alguns traços com maiores e menores frequências dentro do grupo analisado. Nessa perspectiva, o traço de personalidade da abertura à experiência foi o que obteve maior frequência dentre os respondentes da pesquisa, com 29,21% (59) de representação e com menor representatividade, cerca de 9,90% (20), o neuroticismo.

Os resultados evidenciados corroboram com os achados do estudo de Farag e Elias (2016), que verificaram que os estudantes de contabilidade possuem maiores pontuações no traço de personalidade da amabilidade, consciência e da abertura à experiência e menores pontuações nos traços da extroversão e do neuroticismo. Nesse sentido, os achados indicam que os estudantes de Ciências Contábeis tendem a apresentar um perfil mais cooperativo, curioso, aberto à experimentação e controlado, com ações voltadas a obedecer às regras (RUSTICHINI et al., 2012; KO et al., 2016; MOGHAVVEMI et al., 2017; MCKEE; WAPLES; TULLIS, 2017).

Apresenta-se na Tabela 3 a análise descritiva das técnicas de gerenciamento de impressão (seletividade, distorção da medição e aprimoramento da apresentação), com a evidenciação da ocorrência ou não do gerenciamento.

Tabela 3 – Ocorrência do gerenciamento de impressão nas técnicas da seletividade, distorção da medição e aprimoramento da apresentação

		Ocorreu gerenciamento de impressão?	Frequência	%
Gerenciamento de Impressão	Seletividade	Sim	181	89,60%
		Não	21	10,40%
	Distorção da medição	Sim	86	42,57%
		Não	116	57,43%
	Aprimoramento da apresentação	Sim	42	20,79%
		Não	160	79,21%

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Observa-se com a Tabela 3 que quanto as técnicas de gerenciamento de impressão, a seletividade foi a que apresentou maior incidência de gerenciamento, em cerca de 89,60% (181) dos casos. Os resultados também sinalizam a pouca expressividade da técnica do aprimoramento de apresentação no gerenciamento, visto que apenas 20,79% (42) dos casos que tratavam sobre as empresas A e F, causaram efetivamente o gerenciamento de impressão nos respondentes, valor abaixo das demais técnicas empregadas.

Estes resultados reforçam os achados do estudo de Cardoso, Leite e Aquino (2018), que constataram que alterar a cor de um gráfico para azul ou vermelho não tem efeitos significativos no

gerenciamento de impressão, mas as características de ser ou não reflexivos, por exemplo, são determinantes na atribuição de notas maiores para gráficos manipulados em comparação aos não manipulados.

Na Tabela 4, apresenta-se o resumo da regressão linear múltipla que visa avaliar a influência dos traços de personalidade na seletividade.

Tabela 4 – Influência dos traços de personalidade sobre a seletividade

Variáveis	Seletividade		Seletividade (manipulada)	
	Coef.	VIF	Coef.	VIF
(Constante)	2,317	-	2,693	-
EXT	0,081	1,148	0,086	1,157
AMAB	0,217	1,144	0,202	1,134
NEUR	0,002	1,076	0,117	1,095
ABEXP	-0,317 *	1,123	-0,511***	1,119
CONSC	-0,003	1,138	0,091	1,146
Durbin Watson	2,197		1,955	
R ² equação:	0,018		0,060	
Sig equação:	0,597		0,052*	
Nº observações	202		181	

Nota. *p<0.1. **p<0.05. ***p<0.01. EXT: extroversão; AMAB: amabilidade; NEUR: neuroticismo; ABEXP: abertura à experiência; CONSC: consciência

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

De acordo com a Tabela 4, pode-se observar que o modelo de regressão não se demonstrou significativo (0,597) e que o poder de explicação é 0,018. Com o intuito de aprofundar a relação do modelo, realizou-se nova regressão somente com a seletividade manipulada, ou seja, com os casos que efetivamente ocorreram o gerenciamento de impressão, a qual é apresentada na segunda coluna da Tabela 4.

Desta forma, a partir dos dados da segunda coluna da Tabela 4, pode-se observar significância do modelo em 0,052 e explicação deste em torno de 0,060. A variável que se demonstrou significativa e com influência na seletividade foi abertura à experiência (ABEXP), com relação negativa, o que pode indicar que quanto maior a abertura à experiência (ABEXP) menor é a seletividade. Assim, há indícios para a confirmação da hipótese 4 “H4: Há uma relação negativa entre o traço de personalidade da abertura à experiência e o gerenciamento de impressão da divulgação da informação contábil”.

De acordo com Antoncic et al. (2015), os indivíduos abertos à experiência, são mais receptivos a novas ideias e sinais do ambiente, tendem a estar mais atentos as oportunidades, e entre suas principais facetas estão, ser prevenido, perspicaz e perceptivo. Além disso, conforme Denissen e Penke (2008), os indivíduos abertos à experiência lidam bem com o processamento de informações incompletas. Assim, seguindo esta linha de pensamento pode-se apontar que os indivíduos com maior predominância do traço de personalidade da abertura à experiência tendem a analisar e perceber melhor os sinais que estão presentes no ambiente em que se inserem. Deste modo, por serem mais perspicazes nas suas análises, tendem a ser menos propensos a serem gerenciados por técnicas como a seletividade da informação, que seleciona apenas aspectos positivos para a divulgação.

Na Tabela 5, apresenta-se o resumo da regressão linear múltipla em relação a influência dos traços de personalidade sobre a distorção da medição.

Tabela 5 – Influência dos traços de personalidade sobre a distorção da medição

DMED			DMED (manipulado)		
Variáveis	Coef.	VIF	Variáveis	Coef.	VIF
(Constante)	-1,198	-	(Constante)	0,486	-
EXT	-0,045	1,148	NEUR	0,523**	1,000
AMAB	0,222	1,144	Variáveis excluídas		
NEUR	0,704***	1,076	EXT	0,033	1,027
ABEXP	-0,104	1,123	AMAB	0,028	1,070
CONSC	-0,150	1,138	ABEXP	-0,102	1,001
			CONSC	-0,068	1,001
Durbin Watson	2,118		Durbin Watson	2,224	
R ² equação:	0,066		R ² equação:	0,065	
Sig equação:	0,019**		Sig equação:	0,018**	
Observações	202		Observações	86	

Nota. *p<0.1. **p<0.05. ***p<0.01. EXT: extroversão; AMAB: amabilidade; NEUR: neuroticismo; ABEXP: abertura à experiência; CONSC: consciência; DMED: distorção da medição.

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Observa-se na Tabela 5 que o modelo se demonstrou significativo (0,019), com poder de explicação de 6,6%. A variável neuroticismo (NEUR) demonstrou influência significativa e positiva em relação a distorção da medição, ou seja, o que pode sinalizar que quanto maior for o neuroticismo (NEUR), maior a distorção da medição. Assim como ocorre na Tabela 4, na Tabela 5 apresenta-se na segunda coluna os dados da nova regressão em que se utilizou somente os casos que ocorreram o gerenciamento de impressão, excluindo-se os demais. Ressalta-se que nessa etapa, utilizou-se a regressão por etapas a fim de demonstrar somente a variável significativa, que por hora demonstra também a significância no modelo.

Desta forma, a segunda coluna da Tabela 5 evidencia que o modelo foi significativo (0,018) e com explicação de 0,065 para com a distorção da medição. Observou-se que a variável neuroticismo (NEUR) continua a demonstrar influência na distorção da medição, direcionando que quanto maior for a neuroticismo (NEUR), maior a distorção da medição. Assim, há indícios para a confirmação da hipótese 3 “H3: Há uma relação positiva entre o traço de personalidade do neuroticismo e o gerenciamento de impressão da divulgação da informação contábil”.

Pode-se apontar que quanto mais significativo for o traço de personalidade do neuroticismo em um indivíduo, ou seja, quando este possui um estado emocional negativo e apresenta instabilidade emocional, angústia, frustração, aflição e desespero, maior será a influência do gerenciamento de impressão pela distorção da medição na percepção desse indivíduo.

Tal resultado pode ser explicado conforme retrata Ayub et al. (2017), de que os indivíduos com o traço de personalidade do neuroticismo tendem a estar preocupados, estressados e nervosos, o que suscita a irracionalidade, levando estes indivíduos a reagir em certos momentos negativamente ou desligando suas emoções. Além disso, Borghans et al. (2008) destaca que o neuroticismo também se destaca pela impulsividade. Assim, quanto mais os usuários da informação contábil forem propensos ao traço de personalidade do neuroticismo, maior a influência da irracionalidade nas percepções destes indivíduos, aumentando a probabilidade de serem afetados pelo gerenciamento de impressão a partir da distorção da medição, ou seja, maiores as chances de não perceberem o uso de escalas distorcidas nas informações contábeis divulgadas pelas empresas.

Apresenta-se na Tabela 6, o resumo da regressão linear múltipla em relação a influência dos traços de personalidade sobre o aprimoramento da apresentação.

Tabela 61 – Influência dos traços de personalidade sobre o aprimoramento da apresentação

Variáveis	Aprimoramento da apresentação		Aprimoramento da apresentação (Manipulado)	
	Coef.	VIF	Coef.	VIF
(Constante)	-0,030	-	3,288	-
EXT	0,232	1,148	0,011	1,133
AMAB	0,162	1,144	-0,050	1,770
NEUR	0,193	1,076	0,106	1,318
ABEXP	-0,228	1,123	-0,122	1,185
CONSC	-0,398	1,138	-0,360	1,386
Durbin Watson	1,907		2,287	
R ² equação:	0,028		0,055	
Sig equação:	0,338		0,831	
Nº observações	202		42	

Nota. *p<0.1. **p<0.05. ***p<0.01. EXT: extroversão; AMAB: amabilidade; NEUR: neuroticismo; ABEXP: abertura à experiência; CONSC: consciência

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

De acordo com a Tabela 6, pode-se observar que as variáveis extroversão, amabilidade, neuroticismo, abertura à experiência e consciência não se apresentaram significativas, o que não permite apontar que os traços de personalidade influenciam no aprimoramento da apresentação. Com o intuito de analisar se realmente não há relacionamento significativo entre as variáveis, a segunda coluna da Tabela 6 apresenta os dados da nova regressão que considerou apenas os casos com gerenciamento de impressão.

Como se observa na segunda coluna da Tabela 6, as variáveis também não se demonstraram significativas, o que corrobora com o resultado evidenciado na primeira coluna, com a rotação completa dos dados, não sendo possível afirmar que há relação entre indivíduos com certa predominância em um traço de personalidade (extroversão, amabilidade, neuroticismo, abertura à experiência e consciência) e o gerenciamento de impressão a partir do aprimoramento da apresentação (uso de cores para ressaltar os aspectos positivos e ofuscar os negativos).

Assim, independentemente do traço de personalidade predominante do usuário da informação contábil, não há indícios desse ser mais ou menos gerenciado pela técnica do aprimoramento da apresentação, ou seja, quando a empresa utiliza cores diferentes (azul ou vermelho) no momento da divulgação das informações contábeis.

Desta forma, a partir da análise multivariada dos dados, pode-se confirmar parcialmente as hipóteses H3 e H4 do estudo, visto que tanto a abertura à experiência quanto o neuroticismo se apresentam significativamente relacionadas com as técnicas de gerenciamento de impressão, sendo a abertura à experiência relacionada a técnica da seletividade, e o neuroticismo relacionado a distorção da medição. Confirma-se parcialmente as hipóteses porque os traços de personalidade não se apresentaram significativos para todas as técnicas de gerenciamento analisadas, mas no mínimo a uma destas. Por outro lado, as variáveis de traços de personalidade (extroversão, amabilidade e consciência) não se demonstraram significativamente associadas com o gerenciamento de impressão, o que gera indícios de não suporte das hipóteses H1, H2 e H5.

A Tabela 7 apresenta o resumo das hipóteses com a descrição e resultado de cada uma.

Tabela 7 – Resumo das hipóteses

Hipótese	Descrição	Resultado
Hipótese 1	Extroversão → Gerenciamento de Impressão	Não suportada
Hipótese 2	Amabilidade/Amabilidade → Gerenciamento de Impressão	Não suportada
Hipótese 3	Neuroticismo → Gerenciamento de Impressão	Suportada
Hipótese 4	Abertura à experiência → Gerenciamento de Impressão	Suportada
Hipótese 5	Consciência → Gerenciamento de Impressão	Não suportada

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do estudo foi analisar a influência dos traços de personalidade no gerenciamento de impressão da divulgação da informação contábil. Os resultados apresentam que os indivíduos com maior predominância do traço de personalidade da abertura à experiência tendem a analisar e perceber melhor os sinais que estão presentes no ambiente em que se inserem. O que pode explicar a redução da influência do gerenciamento de impressão neste tipo de personalidade, que é mais perspicaz nas suas análises e têm sua impressão menos gerenciada por técnicas como a seletividade da informação.

Além disso, os resultados demonstraram que os indivíduos com o traço de personalidade do neuroticismo tendem a estar preocupados, estressados e nervosos, o que suscita a irracionalidade, levando estes indivíduos a reagir em certos momentos negativamente ou com impulsividade. Desta forma, pode-se direcionar que quanto mais propensos ao neuroticismo, maior a influência da irracionalidade nas percepções dos indivíduos, provocando mais acentuadamente o gerenciamento de impressão, pois não apresentam tão perspicazmente senso e lógica nas decisões tomadas.

Desta forma, o estudo concluiu que alguns traços de personalidade têm influência no gerenciamento de impressão, implicando no aumento ou na redução do efeito deste procedimento na percepção dos usuários da informação contábil frente o desempenho das empresas. Em que o traço de personalidade da abertura à experiência possui relação negativa com a seletividade, já o neuroticismo uma relação positiva com a distorção da medição. Por conseguinte, pode-se analisar que certos traços de personalidade são características que influenciam na análise e na tomada de decisão dos indivíduos, sendo fatores que podem predizer aspectos relacionados ao comportamento econômico.

Por fim, constata-se que os resultados deste estudo são importantes pelo fato de contribuírem com a literatura no que se refere as pesquisas que compreendem a percepção dos indivíduos e a influência das características individuais no gerenciamento de impressão. Além disso, demonstra a importância da reflexão das entidades em relação a divulgação da informação contábil, demonstrando a necessidade de esforços para minimizar os efeitos de possíveis vieses na tomada de decisão dos seus usuários, o que pode reduzir a qualidade das informações e a transparência dos negócios.

A partir dos resultados quanto a identificação de indivíduos ou grupos com a maior ou a menor possibilidade de serem influenciados pelo gerenciamento de impressão, permite-se o desenvolvimento de mecanismos que reduzam o efeito do gerenciamento para cada tipo de personalidade, e consequentemente os vieses que os indivíduos estão expostos no momento da tomada de decisão.

Considerando os resultados alcançados, recomenda-se a replicação do estudo em outros estados brasileiros, ou outros países, para captar as diferenças culturais que podem ter influência significativa nas variáveis estudadas, como os traços de personalidade e o gerenciamento de impressão. Uma análise com outro público também seria interessante, o que possibilitaria a comparação dos resultados deste com diferentes perfis, como investidores, auditores, administradores e economistas. Tal investigação permitiria a análise dos traços de personalidade dominantes de cada grupo e se existe diferença na questão do efeito do gerenciamento de impressão, ou seja, na ocorrência deste em relação aos diferentes grupos.

Quanto a questão da personalidade, seria relevante a análise de outras métricas disponíveis na literatura para captar os traços de personalidade, com o intuito de se realizar possíveis comparações e investigações sobre as características individuais dos respondentes com diferentes perspectivas. Além disso, outra sugestão seria a análise conjunta dos gráficos manipulados ou não manipulados com informações financeiras adicionais, o que possibilitaria uma análise mais completa dos casos, com situações mais complexas e reais, além de verificar se a adição de tais informações tem influência significativa no efeito do gerenciamento de impressão.

REFERÊNCIAS

- ABDELREHIM, N.; MALTBY, J.; TOMS, S. Narrative reporting and crises: British Petroleum and Shell, 1950–1958. **Accounting History**, v. 20, n. 2, p. 138-157, 2015.
- ALLPORT, G. W.; ODBERT, H. S. Trait-names: A psycho-lexical study. **Psychological Monographs**, v. 47, n. 1, p. 1-171, 1936.
- ANTONCIC, B.; KREGAR, T. B.; SINGH, G.; DENOBLE, A. F. The Big Five Personality–Entrepreneurship Relationship: Evidence from Slovenia. **Journal of Small Business Management**, v. 53, n. 3, p. 819-841, 2015.
- AYUB, N.; ALQURASHI, S. M.; AL-YAFI, W. A.; JEHN, K. Personality traits and conflict management styles in predicting job performance and conflict. **International Journal of Conflict Management**, v. 28, n. 5, p. 671-694, 2017.
- BEATTIE, V.; JONES, M. J. A Comparative Study of the Use of Financial Graphs in the Corporate Annual Reports of Major U.S. and U.K. Companies, **Journal of International Financial Management and Accounting**, v. 8, n. 1, p. 33-68, 1997.
- BEATTIE, V.; JONES, M. J. Impression Management: The Case of Inter-Country Financial Graphs. **International Accounting, Auditing & Taxation**, v. 9, n. 2, 2000.
- BEATTIE, V.; JONES, M. J. Measurement distortion of graphs in corporate reports: an experimental study. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 15, n. 4, p. 546-564, 2002.
- BORGHANS, L.; DUCKWORTH, A. L.; HECKMAN, J. J.; WEEL, B. The Economics and Psychology of Personality Traits. **Journal of Human Resources**, v. 43, n. 4, p. 972-1059, 2008.
- BORTOLI, D. **Teoria do prospecto, traços da personalidade, teste de reflexão cognitiva e avaliação do perfil do investidor: um estudo em finanças comportamentais**. 2016. 132 f. Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade Federal de Santa Catarina, 2016.
- BRÜGGEMANN, U.; HITZ, J. M.; SELLHORN, T. Intended and Unintended Consequences of Mandatory IFRS Adoption: A Review of Extant Evidence and Suggestions for Future Research. **European Accounting Review**, v. 22, n. 1, p. 1-37, 2013.
- BUI, H. T. Big Five Personality Traits and job satisfaction: Evidence from a national sample. **Journal of General Management**, v. 42, n. 3, p. 21-30, 2017.

- CARDOSO, R. L.; LEITE, R. O.; AQUINO, A. C. B. The effect of cognitive reflection on the efficacy of impression management: an experimental analysis with financial analysts. **Accounting Auditing & Accountability Journal**, v. 31, n. 6, p. 1668-1690, 2018.
- CARTER, L. F. An experiment on the design of tables and graphs used for presenting numerical data. **Journal of Applied Psychology**, v. 31, n. 6, p. 640-650, 1947.
- CATTELL, R. B. The description of personality: basic traits resolved into clusters. **The Journal of Abnormal and Social Psychology**, v. 38, n. 4, p. 476-506, 1943.
- CHO, C. H.; MICHELON, G; PATTEN, D. M. Impression Management in Sustainability Reports: An Empirical Investigation of the Use of Graphs. **Accounting and the Public Interest**, v. 12, p. 16-37, 2012.
- CONNER, M.; RODGERS, W.; MURRAY, T. Conscientiousness and the Intention–Behavior Relationship: Predicting Exercise Behavior. **Journal of Sport & Exercise Psychology**, v. 29, n. 4, p. 518-533, 2007.
- COOPER, S.; SLACK, H. Reporting practice, impression management and company performance: a longitudinal and comparative analysis of water leakage disclosure. **Accounting and Business Research**, v. 45, p. 801-840, 2015.
- CRAIG, R. J.; BRENNAN, N. M. An exploration of the relationship between language choice in CEO letters to shareholders and corporate reputation. **Accounting Forum**, v. 36, p. 166– 177, 2012.
- DENISSEN, J. J. A.; PENKE, L. Motivational individual reaction norms underlying the Five-Factor model of personality: First steps towards a theory-based conceptual framework. **Journal of Research in Personality**, v. 42, n. 1, p. 1285–1302, 2008.
- DILLA, W. N.; JANVRIN, D. J. Voluntary Disclosure in Annual Reports: The Association between Magnitude and Direction of Change in Corporate Financial Performance and Graph Use. **Accounting Horizons**, v. 24, n. 2, p. 257–278, 2010.
- DIOUF, D.; BOIRAL, O. The quality of sustainability reports and impression management: a stakeholder perspective. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 30, n. 3, p. 643-667, 2017.
- EYSENCK, H. J. Personality as a Fundamental Concept in Scientific Psychology. **Australian Journal of Psychology**, v. 35, n. 3, p. 289-304, 1983.
- FARAG, M. S.; ELIAS, R. Z. The relationship between accounting students’ personality, professional skepticism and anticipatory socialization. **Accounting Education**, v. 25, n. 2, p. 124-138, 2016.
- FÁVERO, L. P.; BELFIORE, P.; SILVA, F. L.; CHAN, B. L. **Análise de dados: modelagem multivariada para tomar decisões**. Rio de Janeiro, Elsevier, 2009.

GOLDBERG, L. R. A historical survey of personality scales and inventories. In: MCREYNOLDS, P. (Ed.). **Advances in Psychological Assessment**. California: Science and Behavior Books, 1971.

HOLM, C.; ZAMAN, M. Regulating audit quality: Restoring trust and legitimacy. **Accounting Forum**, v. 36, p. 51– 61, 2012.

HOOGHIEMSTRA, R. Letters to the shareholders: A content analysis comparison of letters written by CEOs in the United States and Japan. **International Journal of Accounting**, v. 45, n. 3, p. 275-300, 2010.

JANI, D. The Influence of Personality on Tourist Information Behaviour. **e-Review of Tourism Research**, v. 9, n. 3, p. 88-95, 2011.

JOHN, O. P.; DONAHUE, E. M.; KENTLE, R. L. **The Big-Five Inventory – Versions 4a and 54**. Berkeley: University of California, 1991.

JOHN, O. P.; NAUMANN, L. P.; SOTO, C. J. Paradigm shift to the integrative Big Five trait taxonomy: History, measurement, and conceptual issues. In: JOHN, O. P.; ROBINS, R. W.; PERVIN, L. A. (Ed). **Handbook of personality: Theory and research**, New York: Guilford Press, 2008.

JONES, M. J. The nature, use and impression management of graphs in social and environmental accounting. **Accounting Forum**, v. 35, p. 75–89, 2011.

JUDGE, T. A.; HELLER, D.; MOUNT, M. K. Five-Factor Model of Personality and Job Satisfaction: A Meta-Analysis. **Journal of Applied Psychology**, v. 87, n. 3, p. 530-541, 2002.

KO, Y. J.; CHANG, Y.; JANG, W.; SAGAS, M.; SPENGLER, J. O. A Hierarchical Approach for Predicting Sport Consumption Behavior: A Personality and Needs Perspective. **Journal of Sport Management**, v. 31, n. 3, p. 213-228, 2016.

LEARY, M. R.; KOWALSKI, R. M. Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model. **Psychological Bulletin**, v. 107, n. 1, p. 34-47, 1990.

MAYFIELD, C.; PERDUE, G.; WOOTEN, K. Investment management and personality type. **Financial Services Review**, v. 17, p. 219-236, 2008.

MCKEE, V.; WAPLES, E. P.; TULLIS, K. J. A Desire for the Dark Side: An Examination of Individual Personality Characteristics and Their Desire for Adverse Characteristics in Leaders. **Organization Management Journal**, v. 14, n. 2, p. 104-115, 2017.

MELLONI, G.; CAGLIO, A.; PEREGO, P. Saying more with less? Disclosure conciseness, completeness and balance in Integrated Reports. **J. Account. Public Policy**, v. 36, p. 220–238, 2017.

MERKL-DAVIES, D. M.; BRENNAN, N. Discretionary disclosure strategies in corporate narratives: incremental information or impression management? **Journal of Accounting Literature**, v. 26, p. 116-196, 2007.

- MERKL-DAVIES, D. M.; KOLLER, V. 'Metaphoring' people out of this world: A Critical Discourse Analysis of a chairman's statement of a UK defence firm. **Accounting Forum**, v. 36, p. 178– 193, 2012.
- MOGHAVVEMI, S.; WOOSNAM, K. M.; PARAMANATHAN, T.; MUSA, G.; HAMZAH, A. The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development. **Tourism Management**, v. 63, n. 1, p. 242-254, 2017.
- MOURA, G. D.; ZANCHI, M.; MAZZIONI, S.; RODRIGUES, F. F.; MACÊDO, R.; KRUGER, S. D. Determinantes da qualidade da informação contábil em grandes companhias abertas listadas na BM&FBOVESPA. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, v. 11, n. 3, p. 329-346, 2017.
- PACHECO, L. M. B. **Traços de personalidade e aprendizagem por conflito sociocognitivo**. 1998. 135 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Estadual de Campinas, 1998.
- PENNINGTON, R.; TUTTLE, B. Managing impressions using distorted graphs of income and earnings per share: The role of memory. **International Journal of Accounting Information Systems**, v. 10, p. 25–45, 2009.
- PRASAD, A.; GREEN, P. Do organisations in developing economies legitimise their level of profit? Evidence from Fiji. **Accounting Research Journal**, v. 29, n. 1, p. 59-80, 2016.
- ROCHA, D. T. **Relação entre teoria do prospecto e traços da personalidade com o efeito disposição nas decisões de investimento em ativos financeiros: um estudo no contexto brasileiro**. 2014. 141 f. Tese (Doutorado em Administração) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2014.
- RUSTICHINI, A.; DEYOUNG, C. G.; ANDERSON, J.; BURKS, S. V. Toward the Integration of Personality Theory and Decision Theory in the Explanation of Economic and Health Behavior., IZA, **Discussion Paper Series**, n. 6750, p. 1-19, 2012.
- SADI, R.; ASL, H. G.; ROSTAMI, M. R. GHOLIPOUR, A. GHOLIPOUR, F. Behavioral Finance: The Explanation of Investors' Personality and Perceptual Biases Effects on Financial Decisions. **International Journal of Economics and Finance**, v. 3, n. 5, p. 234-241, 2011.
- SCHLENKER, B. R.; LEARY, M. R.; FORSYTH, D. R.; MILLER, R. S. Self-Presentational Analysis of the Effects of Incentives on Attitude Change Following Counterattitudinal Behavior. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 39, n. 4, p. 553-577, 1980.
- SCHULTZ, D. P.; SCHULTZ, S. E. **Theories of Personality**. 10. ed. Wadsworth: Cengage Learning, 2012.
- YANG, J. H; LIU, S. Accounting narratives and impression management on social media. **Accounting and Business Research**, v. 47, n. 6, p. 1-22, 2017.
- YUTHAS, K.; ROGERS, R.; DILLARD, J. F. Communicative Action and Corporate Annual Reports. **Journal of Business Ethics**, v. 41, p. 141-157, 2002.

APÊNDICE - QUESTIONÁRIO

TRAÇOS DE PERSONALIDADE

A seguir encontram-se algumas características que podem ou não lhe dizer respeito. Por favor, escolha uma das escalas abaixo que melhor expresse sua opinião em relação a você mesmo. Não existem respostas certas, nem erradas!

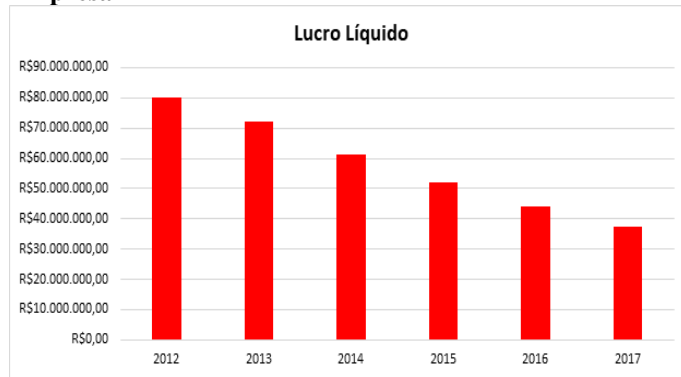
1-Discordo Totalmente; 2-Discordo em parte; 3-Não concordo nem discordo; 4-Concordo em parte e 5-Concordo totalmente.

Eu me vejo como alguém que...		Grau de Concordância				
		1	2	3	4	5
1	É conversador, comunicativo.	1	2	3	4	5
2	É reservado.	1	2	3	4	5
3	É cheio de energia.	1	2	3	4	5
4	Gera muito entusiasmo.	1	2	3	4	5
5	Tende a ser quieto, calado.	1	2	3	4	5
6	É assertivo, não teme expressar o que sente.	1	2	3	4	5
7	É, às vezes, tímido, inibido.	1	2	3	4	5
8	É sociável, extrovertido.	1	2	3	4	5
9	Tende a ser crítico com os outros.	1	2	3	4	5
10	Começa discussões, disputas com os outros.	1	2	3	4	5
11	Tem capacidade de perdoar, perdoa fácil.	1	2	3	4	5
12	Geralmente confia nas pessoas.	1	2	3	4	5
13	Às vezes é frio e distante.	1	2	3	4	5
14	É, às vezes, rude (grosseiro) com os outros.	1	2	3	4	5
15	Gosta de cooperar com os outros.	1	2	3	4	5
16	É prestativo e ajuda os outros.	1	2	3	4	5
17	É amável, tem consideração pelos outros.	1	2	3	4	5
18	É depressivo, triste.	1	2	3	4	5
19	É relaxado, controla bem o estresse.	1	2	3	4	5
20	Preocupa-se muito com tudo.	1	2	3	4	5
21	É emocionalmente estável, não se altera facilmente.	1	2	3	4	5
22	É temperamental, muda de humor facilmente.	1	2	3	4	5
23	Mantém-se calmo nas situações tensas.	1	2	3	4	5
24	Fica nervoso facilmente.	1	2	3	4	5
25	Fica tenso com frequência.	1	2	3	4	5
26	É original, tem sempre novas ideias.	1	2	3	4	5
27	É curioso sobre muitas coisas diferentes.	1	2	3	4	5
28	É engenhoso, alguém que gosta de analisar profundamente as coisas.	1	2	3	4	5
29	Tem uma imaginação fértil.	1	2	3	4	5
30	É inventivo, criativo.	1	2	3	4	5
31	É sofisticado em artes, música ou literatura.	1	2	3	4	5
32	Prefere trabalho rotineiro.	1	2	3	4	5
33	Gosta de refletir, brincar com as ideias.	1	2	3	4	5
34	Tem poucos interesses artísticos.	1	2	3	4	5
35	Pode ser um tanto descuidado.	1	2	3	4	5
36	Tende a ser desorganizado.	1	2	3	4	5
37	Tende a ser preguiçoso.	1	2	3	4	5
38	Insiste até concluir a tarefa ou o trabalho.	1	2	3	4	5
39	Faz as coisas com eficiência.	1	2	3	4	5
40	Faz planos e os segue à risca.	1	2	3	4	5
41	É facilmente distraído.	1	2	3	4	5
42	Valoriza o artístico, o estético.	1	2	3	4	5
43	É minucioso, detalhista no trabalho.	1	2	3	4	5
44	É um trabalhador de confiança.	1	2	3	4	5

FRAMES DO GERENCIAMENTO DE IMPRESSÃO

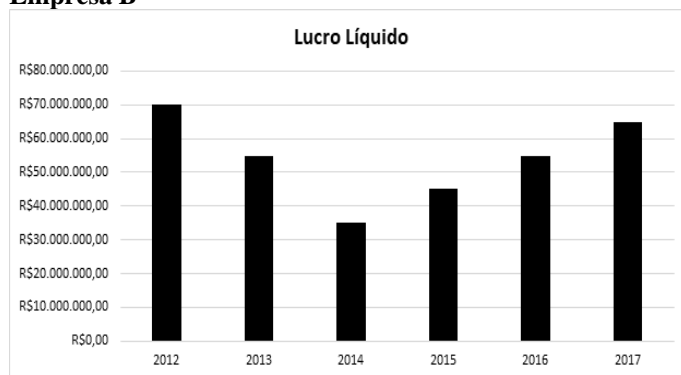
Agora você é convidado a avaliar o desempenho de algumas empresas com base exclusivamente nos gráficos apresentados.

Empresa A



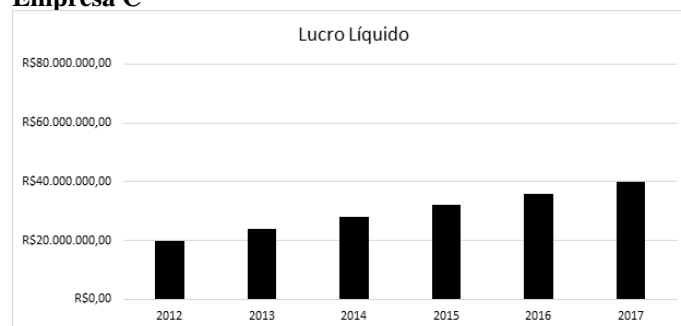
* Como você avaliaria o desempenho da Empresa A tomando como base exclusivamente o gráfico da Empresa A? Atribua uma nota entre 0 (muito ruim) e 10 (muito bom) _____

Empresa B



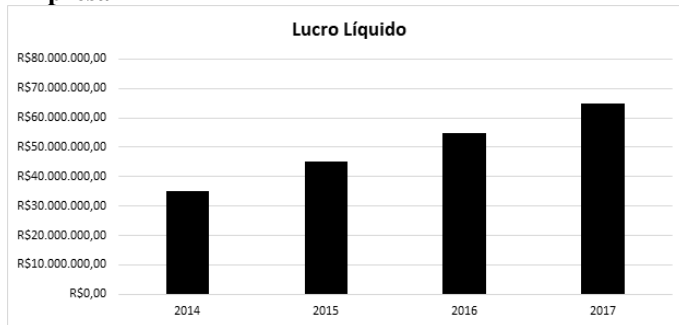
* Como você avaliaria o desempenho da Empresa B tomando como base exclusivamente o gráfico da Empresa B? Atribua uma nota entre 0 (muito ruim) e 10 (muito bom) _____

Empresa C



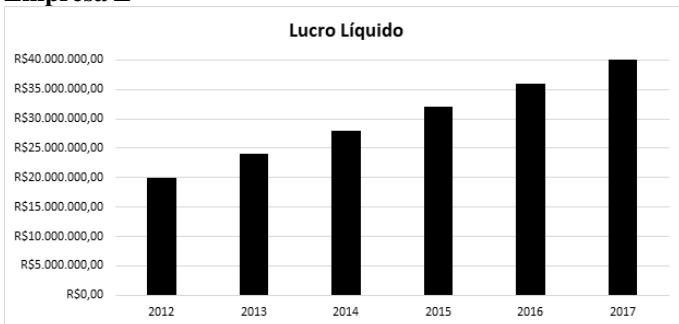
* Como você avaliaria o desempenho da Empresa C tomando como base exclusivamente o gráfico da Empresa C? Atribua uma nota entre 0 (muito ruim) e 10 (muito bom) _____

Empresa D



* Como você avaliaria o desempenho da Empresa D tomando como base exclusivamente o gráfico da Empresa D? Atribua uma nota entre 0 (muito ruim) e 10 (muito bom) _____

Empresa E



* Como você avaliaria o desempenho da Empresa E tomando como base exclusivamente o gráfico da Empresa E? Atribua uma nota entre 0 (muito ruim) e 10 (muito bom) _____

Empresa F



* Como você avaliaria o desempenho da Empresa F tomando como base exclusivamente o gráfico da Empresa F? Atribua uma nota entre 0 (muito ruim) e 10 (muito bom) _____