

TEORIA DO AGENCIAMENTO NA CONTABILIDADE A CONTABILIDADE E O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO

Josué Brisola*

Sinopse: O presente trabalho é o resultado de uma reflexão teórica sobre a teoria do agente do ponto de vista da contabilidade considerando que o trabalho contábil, o qual envolve “produzir” e “comunicar” informações, está estreitamente relacionado com o processo de agenciamento inerente às relações humanas nas organizações ou mesmo fora delas. Conceitua-se a teoria do agenciamento e analisa-se sua contribuição no processo de geração da informação e comunicação dessas informações visando suportar o processo decisório nas organizações. Destaca-se o papel relevante que a contabilidade exerce no contexto do agenciamento em dois momentos distintos que são o pré e o pós-decisório. Ao final, apresentam-se outras questões, não menos importantes, que impactam os relacionamentos (nexos de contratos), tais como os conflitos, os custos e questões éticas envolvidas nos relacionamentos.

Palavras-chave: Contabilidade. Comunicação. Teoria do agenciamento. Informação.

1 INTRODUÇÃO

A forma como as pessoas vivem no mundo, conhecida desde os primórdios tempos pelo que a história geral relata, seja no aspecto social, político ou econômico, tem mostrado que a vida humana é um conjunto de relacionamentos.

Esses relacionamentos acontecem e se apresentam de diversas formas e em diferentes locais no espaço-tempo, seguindo a dinâmica social própria da existência humana e de tudo o que o homem é capaz de criar para a satisfação de suas necessidades.

Um local especial com suas formas específicas de ação e que tem sido objeto de estudos de diversas áreas do conhecimento humano, sob diversos enfoques, é a instituição humana que conhecemos como Empresa ou Organização. Esta pode ser definida genericamente como

* Mestre em Contabilidade e Controladoria. Professor e Coordenador do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Internacional de Curitiba - FACINTER. (jbrisola@facinter.br).

sendo um sistema que processa recursos para produzir bens ou serviços visando à satisfação das necessidades humanas.

Williamson, Alchian e Woodward (1987 *apud* OLIVEIRA FILHO, 1996) definem a empresa como sendo um nexo de contratos que restringem o comportamento e as relações entre os seus componentes e os ativos físicos que a compõe.

Para Fama (1980 *apud* OLIVEIRA FILHO, 1996), uma firma é uma equipe de indivíduos cujos membros agem tão somente no seu próprio interesse, mas sabendo que seus destinos dependem em grande extensão da sobrevivência da equipe na competição com outras equipes.

Pretende-se abordar neste estudo alguns aspectos relevantes, segundo a opinião do autor, dos relacionamentos e interações que ocorrem no ambiente empresarial e que têm sido objeto de estudo no campo da ciência contábil como Teoria do Agenciamento (*Agency Theory*). O ambiente empresarial, nesse contexto, é definido por um conjunto de indivíduos que agem por interesse próprio, mas percebem que o seu destino depende da sobrevivência e manutenção das equipes ao longo do tempo na acirrada concorrência imposta pelo mercado.

2 DEFININDO A TEORIA DO AGENCIAMENTO

O pressuposto fundamental da teoria do agenciamento é o relacionamento que se estabelece entre dois ou mais indivíduos e que afeta de forma significativa o desempenho organizacional. Assim, a organização é vista como um nexo de contratos estabelecidos entre partes integrantes. Para Jensen & Meckling (*apud* OLIVEIRA FILHO), “a teoria do agenciamento consiste na relação contratual na qual o principal encarrega o agente de prestar algum serviço em seu benefício, delegando certos poderes de decisão”. Assumindo-se que as partes buscam a maximização de interesses individuais, é de se esperar que o agente não vá agir sempre no interesse do principal. Por outro lado, o principal procurará estar cercado de garantias para evitar que seus interesses sejam prejudicados.

Os contratos que regulam as relações entre as partes podem ser formais (explícitos) ou informais (implícitos). É formal quando os direitos e deveres principais e acessórios são expressos e declarados em contrato escrito e assinado pelas partes, como um contrato de trabalho, um contrato de compra e venda, etc. É informal quando as relações são orientadas por usos e costumes que sustentam e dão legitimidade às ações praticadas entre as partes relacionadas, tais como gerentes e empregados, empregados e clientes, etc.

As relações contratuais, quer explícitas - quer implícitas, delimitam a figura de um sujeito ativo que recebe o nome genérico de principal, e de um sujeito passivo chamado agente. A suposição básica existente na relação principal-agente é de que o agente agirá em favor do principal e que por isso receberá alguma recompensa. Dessa forma, é de se esperar que, apesar de as partes buscarem, do ponto de vista individual, a maximização de interesses individuais, possa haver negociação e estabelecimento de objetivos comuns para o bem da relação estabelecida. Caso contrário, a relação pode estar próxima do seu fim, pois todos os contratos ou acordos possuem um horizonte de tempo que pode ser determinado ou indeterminado, porém, finito.

É importante notar que o reconhecimento da teoria do agenciamento pela expressão “principal-agente” não se restringe à noção de que principal é o proprietário ou acionista, e que agente é o administrador ou gerente. Essa noção, principal-agente, é de caráter amplo e refere-se a diferentes relações que se estabelecem entre os diversos atores no ambiente inter ou intra-empresarial ou em qualquer outro ambiente de relações humanas.

Martinez, no trabalho apresentado no 22º Encontro da ANPAD (1998), sob o título de “*Agency Theory* na Pesquisa Contábil”, apresenta um quadro não exaustivo que mostra diversas relações do tipo “Principal - Agente”, cujo conteúdo transcreve-se a seguir:

Relações Principal – Agente	O que o Principal espera do Agente?
Acionistas – Gerentes	Gerentes maximizem a riqueza do acionista (ou o valor das ações)
Debenturistas – Gerentes	Gerentes maximizem o retorno do debenturista
Credores – Gerentes	Gerentes assegurem o cumprimento dos contratos de financiamento
Clientes – Gerentes	Gerentes assegurem a entrega de produtos de valor para o cliente. Qualidade (maior), Tempo (menor), Serviço (maior) e Custo (menor)
Governo – Gerentes	Gerentes assegurem o cumprimento das obrigações fiscais, trabalhistas e previdenciárias da Empresa
Comunidade – Gerentes	Gerentes assegurem a preservação dos interesses comunitários, cultura, valores, meio - ambiente etc.

Acionistas - Auditores Externos	Auditores atestem a validade das demonstrações financeiras (foco na rentabilidade e na eficiência)
Credores - Auditores Externos	Auditores atestem a validade das demonstrações financeiras (foco na liquidez e no endividamento)
Gerente - Auditores Internos	Auditores Internos avaliem as operações na ótica de sua eficiência e eficácia, gerando recomendações que agreguem valor.
Gerentes - Empregados	Empregados trabalhem para os gerentes com o melhor de seus esforços, atendendo as expectativas dos mesmos.
Gerentes - Fornecedores	Fornecedores supram as necessidades de materiais dos Gerentes no momento necessário, nas quantidades requisitadas.

Quadro 1 - Relações Principal Agente

Fonte: Martinez, trabalho apresentado no 22º Encontro da ANPAD (1998).

Apesar de a maioria dos estudos sobre teoria do agenciamento enfatizar a relação proprietário-administrador, essa teoria é muito mais abrangente, abarcando todos os relacionamentos estabelecidos no ambiente empresarial ou fora dele e pode, até mesmo, incluir duas ou mais empresas envolvidas num relacionamento do tipo principal-agente em busca de objetivos comuns.

A Teoria do Agenciamento nos coloca diante de uma situação genérica em que se atribui o prêmio ou resultado das ações conjuntas ao principal. Do ponto de vista de Hendriksen e Van Breda, o principal detém algumas prerrogativas importantes, como:

1. avaliador de informação;
2. exercer a opção de escolha do sistema de informação;
3. determinador da função utilidade essencial.

Ao agente, atribui-se compromissos e obrigações assumidos em nome do principal. E, por seu desempenho na solução dos problemas a favor do principal, receberá deste a recompensa individual em forma pecuniária ou qualquer outra compensação ajustada entre as partes. Os principais compromissos assumidos pelo agente normalmente envolvem:

1. tomar decisões em nome do principal;
2. garantir a execução (ação) em benefício das partes;

3. respeitar e considerar a função utilidade do principal sempre que possível.

Segundo Martinez (1998), além de diagnosticar a natureza dos problemas existentes no bojo das relações contratuais, a Teoria do Agenciamento vai mais além, sugerindo e propondo mecanismos de como assegurar a construção de contratos que sejam o mais eficiente possível para a solução de problemas.

3 TEORIA DA ESCOLHA E AGENCIAMENTO

O processo de tomada de decisão está ligado às ações diárias dos indivíduos na luta pela vida, isto é, na resolução de problemas. Os estudiosos da Teoria da Escolha ou Teoria da Decisão têm enfatizado alguns aspectos de destaque no processo decisório, os quais impactam diretamente a Teoria do Agenciamento e que envolvem:

- ações disponíveis ao indivíduo;
- resultados e consequência das ações;
- funções de preferência ou utilidade.

3.1 AÇÕES DISPONÍVEIS AO INDIVÍDUO

Segundo Bio (1987),

[...] o mecanismo de percepção é uma das etapas do sistema cognitivo de cada indivíduo. Além da percepção, estes processos cognitivos incluem a memória, o pensamento ou raciocínio, a criatividade. Estes processos estão diretamente relacionados, como é evidente, à resolução de problemas. As atividades da organização em cada uma das suas especializações, requerem constante esforço intelectual voltado para a resolução de problemas.

Aparentemente os indivíduos são livres para exercerem suas escolhas, mas quando há uma relação de interdependência, como no agenciamento, existem regras que devem ser respeitadas. Nesse caso, as ações individuais de alguém que esteja no papel de agente deveriam ser orientadas pelas condições pactuadas com o principal.

3.2 RESULTADOS E CONSEQUÊNCIAS DAS AÇÕES

Braverman (apud BIO, 1987) afirma: “o trabalho humano é consciente e proposital, ao passo que o trabalho dos outros animais é instintivo”. Na verdade, o trabalho humano é consciente e proposital, mas decorrente de necessidades que impulsionam as ações individuais ou coletivas.

As ações levam a um determinado resultado que é obtido como função de escolha que associa à alternativa escolhida um determinado estado da natureza. Numa relação de agenciamento, o resultado é obtido pelo agente a favor do principal, e a consequência das ações é atribuída às partes conforme o grau de responsabilidade civil de cada uma delas. As ações de uma pessoa são consideradas como atos e/ou fatos jurídicos, cujos efeitos, justos ou injustos, estão a ela ligados e, numa visão de direito, devem ser a ela imputados.

3.3 FUNÇÃO DE PREFERÊNCIA OU UTILIDADE

A teoria da utilidade supõe plena racionalidade dos indivíduos no processo de tomada de decisão. Essa racionalidade é caracterizada por uma espécie de “sistema de pesos”, denominado função utilidade, inerente a cada tomador de decisão, que o orienta para escolha das consequências com maior utilidade. Este sistema de pesos, visto ser próprio de cada indivíduo, está associado à cultura, às crenças e valores, à congruência de objetivos e ao conjunto de informações disponibilizadas a cada indivíduo em particular. Isso explica o fato de dois tomadores de decisão, a partir de um mesmo conjunto de informações, numa mesma situação de decisão, tomarem decisões diferentes entre si.

4 AMBIENTE DAS DECISÕES E INFORMAÇÕES

A decisão pode ser vista como um processo através do qual as informações são transformadas em atividades.

Um aspecto particularmente importante na análise de decisão diz respeito ao ambiente da decisão, o qual pode ser caracterizado por uma situação de certeza ou de incerteza. A maioria das decisões é tomada em ambiente de incerteza, ou seja, numa situação em que não se pode prever qual será o exato resultado de um determinado curso de ação escolhido e seu correspondente estado da natureza.

O ambiente de incerteza oferece grande oportunidade de revelação pela contabilidade, dado que o valor atribuído à informação gerada pelo sistema contábil é inversamente proporcional à redução da incerteza.

Segundo Hendriksen e Van Breda (1999), “[...] a informação não possui valor a menos que altere ou possa alterar as escolhas de uma pessoa”. A alteração esperada deve ser no sentido de reduzir o grau de incerteza na decisão a ser tomada. Assim, no ponto e nas situações que tal for possível, chegando-se à certeza absoluta, a partir desse ponto, a informação adicional torna-se inútil.

As decisões são orientadas por metas e estas por objetivos. O principal objetivo nos negócios tem caráter econômico. Trata-se do retorno, que por sua vez associa-se ao risco que representa as probabilidades de ocorrência de um evento em situação de incerteza dado um determinado estado da natureza.

Como o ambiente empresarial é caracterizado por incertezas, o retorno e o risco sempre caminham juntos e encontram na informação contábil o seu árbitro, capaz de produzir o equilíbrio sistêmico necessário.

De acordo com sua propensão e funções utilidades consideradas, os tomadores de decisão sempre estão avaliando retorno e risco, visto que esses dois elementos representam faces da mesma moeda. Não há situação de retorno sem risco que possa se tornar perene. Se existisse, seria isso o paraíso econômico sonhado pelo homem num mundo de certeza e capitalista.

O que os tomadores de decisão normalmente buscam fazer é ajustar o retorno esperado ao nível de risco aceitável. Esse seria o comportamento de um tomador de decisão ponderado. Poderia se ter, porém, de um lado o tomador de decisão capaz de se expor ao máximo risco na expectativa de obter o máximo retorno ou, por outro lado, um tomador de decisão capaz de reduzir ao máximo seu retorno para expor-se ao mínimo risco.

É nesse contexto de escolha alternativa de decisões que são avaliados e compatibilizados retorno e risco segundo os pesos da função utilidade de cada indivíduo. E quando a decisão compete a um indivíduo na condição de agente, este deveria incluir em suas ponderações o peso da função utilidade do principal, visando à congruência de objetivos para sustentação, satisfação e desenvolvimento da relação estabelecida (principal-agente).

5 PAPEL DA CONTABILIDADE NO CONTEXTO DO AGENCIAMENTO

Na visão de Hendricksen e Van Breda, os contratos ou acordos representam a linguagem da contabilidade positiva.

Independentemente de quem esteja no papel de principal e/ou agente nas relações empresariais, não se pode negar a relevante contribuição trazida pela contabilidade na regulação dos contratos e acordos estabelecidos e, também, como suporte às decisões que serão tomadas pelas partes envolvidas. Cumpre, assim, reconhecer que a contabilidade atende primordialmente dois momentos distintos da teoria do agenciamento: o pré-decisório e o pós-decisório.

5.1 PRÉ-DECISÓRIO

Neste momento, a contabilidade tem como papel fundamental fornecer informações capazes de agregar valor às decisões tomadas. A agregação de valor, neste caso, pode ser medida pelo grau de redução de incerteza de cada decisão específica, incluindo a minimização de risco e maximização de retorno em benefício das partes.

Sob este enfoque, o professor Sérgio de Iudícibus afirma: “[...] as informações contábeis deveriam ser feitas sob medida, de forma que os usuários reagissem para tomar a decisão correta”.

5.2 PÓS-DECISÓRIO

Aqui o papel fundamental da contabilidade é o de custódia, isto é, ela deverá garantir às partes interessadas a evidenciação do uso dos recursos para consecução dos objetivos propostos e o retorno esperado de acordo com os contratos vigentes. Funciona como instrumento revelador do cumprimento das cláusulas contratuais previamente assumidas pelas partes envolvidas na situação de agenciamento, possibilitando às partes tomarem medidas corretivas quando julgarem necessário e oportuno no exercício do controle.

Watts & Zimmerman, no bojo das discussões sobre a PAT (*Positive Accounting Theory*), relativamente à Teoria do Agenciamento, colocam entre os argumentos centrais que “a necessidade de monitorar” explica a demanda pela Contabilidade.

6 ECONOMIA DA INFORMAÇÃO

Já foi mencionado anteriormente que o papel da informação é reduzir a incerteza. Portanto, pode-se afirmar que a utilidade da informação é inversamente proporcional ao tamanho da ignorância, isto é, informação útil reduz o grau de incerteza. A informação gerada pode propiciar a passagem de um estado de incerteza para um estado de certeza. Se este ponto de “certeza absoluta”, conhecimento pleno de um fenômeno, for obtido, poderia se admitir que o “ponto ótimo de informação” foi obtido, e toda informação gerada a partir deste ponto não teria qualquer utilidade e, também, não justificaria qualquer custo adicional de busca de novas informações.

A bem da economia da informação, a relação custo-benefício precisa ser respeitada de forma tempestiva. O tempo da informação é o momento em que ocorre a oportunidade da decisão, exceto para certas informações que de forma agregada concorrem para formar um banco de dados contínuo e de uso recorrente pelos tomadores de decisão.

O custo de busca da informação não deve ultrapassar o valor adicionado com a obtenção de nova informação. Caso contrário o processo de busca deve ser relaxado.

Shannon (*apud* BRISOLA, 1990) definiu: “[...] a informação é uma redução de incerteza, oferecida quando se obtém respostas a uma pergunta. [...] para definirmos a informação no sentido da Teoria da informação é necessário conhecer-se o tamanho da ignorância, isto é, a dimensão da classe de respostas possíveis”.

Isso é o que alguns autores identificam como o “paradoxo de informação”, em que para definir as informações relevantes para uma situação de decisão é necessário saber que decisões devem ser tomadas, e para definir que decisões devem ser tomadas é necessário ter informações relevantes sobre a situação de decisão.

As soluções possíveis colocadas por Bento (*apud* BRISOLA, 1990) para neutralizar o paradoxo são:

6.1 ANÁLISE DE DADOS

Reúnem-se todos os dados possíveis, processando-os para gerar informações que possibilitem a solução do problema por meio de uma decisão informada.

6.2 ANÁLISE DE DECISÃO

Processo que tem início com a descoberta da necessidade de uma decisão que precisa ser tomada, buscando-se, a partir daí, a informação pertinente que pode dar suporte a essa decisão.

6.3 SISTEMA DE BUSCA

Quando informação e decisão são buscadas e selecionadas, sucessiva e simultaneamente, em direção à compreensão e entendimento do problema. A busca de compreensão do problema leva à sua solução.

7 INFORMAÇÃO E SEU USO

É fundamental a qualidade técnica da informação num determinado contexto decisório, mas também, a capacidade, a experiência e o bom senso daqueles que dela fazem uso, caso contrário, sua utilidade poderá ser comprometida.

Bio afirma:

[...] certamente a informação só será útil se o usuário quiser compreendê-la e utilizá-la, o que, do ponto de vista gerencial, coloca a qualidade de informação condicionada à própria qualidade do esquema de decisão empregado pelo usuário e ao seu comportamento diante do uso das informações.

Percebe-se que o uso da informação contábil depende de uma série considerável de fatores que diferem em sua natureza, com impactos variados sobre a situação de decisão. Esses diversos fatores podem ser classificados em intrínsecos e extrínsecos.

7.1 FATORES INTRÍNSECOS

São de ordem técnica e dependem basicamente do sistema gerador das informações, que deve assegurar alguns requisitos básicos da boa informação, tais como quantidade, qualidade e tempestividade das informações.

7.1.1 Quantidade

A quantidade diz respeito ao número de informações relevantes que pode ser considerado ideal no contexto do usuário (tomador de decisão). Ao comentar sobre o problema da falta de informação versus a super abundância de informações irrelevantes que afeta profundamente as organizações atuais, Bio cita Ackoff:

[...] forneçam-lhe mais informações: os sistemas de informações são projetados com base na hipótese de que a principal deficiência das condições de atuação dos administradores é a falta de informações relevantes. Não nego que muitos administradores se ressentem da falta de uma boa quantidade de informações que deveriam possuir, mas recuso-me a aceitar que esse seja o mais importante problema por eles enfrentado em termos de informação. Parece-me que padecem mais de uma super abundância de informações irrelevantes [...].

A era presente, reconhecida como “era da informação”, marcada pelas mudanças tecnológicas nos meios de geração da informação, tem agravado a situação em que o principal problema da informação para o tomador de decisão continua sendo proveniente da adequação de quais e quantas informações devem ser consideradas no contexto de uma decisão específica. Para contribuir nesse contexto, o contador de hoje deve atuar como “filtro”, captando e relatando informações de valor para as decisões, no vasto oceano poluído por enorme quantidade de dados e informações, cuja qualidade é sempre questionável diante dos propósitos de cada decisão específica, necessitando de competentes ajustes para adequação de seu uso de forma eficaz.

7.1.2 Qualidade

A qualidade da informação diz respeito à forma, ao conteúdo e à precisão. A forma é determinada pelo modelo de relatório que deve conter a informação. É o *layout* do conjunto de sinais alfanuméricos que comunicam fatos relacionados a um evento. Conteúdo é a essência, é o objetivo da informação. Precisão é a veracidade das informações relatadas, que só pode ser conseguida com sistemas informativos eficientes. Pode ser obtida a partir da busca e definição do modelo apropriado para gerar a informação necessária. A teoria contábil disponibiliza uma gama de modelos contábeis capazes de satisfazer às necessidades de cada usuário em suas decisões.

7.1.3 Tempestividade

A tempestividade determina o momento oportuno da apresentação e uso da informação. Esse momento deve ser determinado aprioristicamente com base nas necessidades do processo decisório da organização que devem ser definidas, na medida do possível, na fase de planejamento. Em síntese, o momento da informação é a oportunidade da decisão. Após esse ponto, a informação perde valor.

7.2 FATORES EXTRÍNSECOS

São de ordem sócio-cultural e política. Referem-se, portanto, ao comportamento do usuário em relação ao uso da informação, quer no campo individual, quer no campo coletivo. Fatores extrínsecos básicos em situações de decisão envolvem assimetria informacional, componentes individuais da decisão e utilização de regras heurísticas.

7.2.1 Assimetria Informacional

Acontece quando uma das partes de uma transação possui mais informações do que a outra. Um exemplo, citado por Hendricksen e Van Breda, é o do principal que é incapaz de observar todas as ações do agente. Essas ações podem diferir daquelas que o principal teria preferido, seja porque o agente tem um conjunto diferente de preferências e informações, seja porque o administrador está deliberadamente procurando “encostar o corpo” ou enganar o principal. Isto cria o que é conhecido como problema do risco moral, cuja solução proposta pode ser buscada nos procedimentos de auditoria ou através de incentivos visando alinhar preferência entre agente e principal. Outra situação de assimetria informacional colocada por Hendricksen e Van Breda é o problema conhecido como “seleção adversa”, no qual uma das partes poderá descontar a informação fornecida pela outra, mesmo que seja verdadeira. É uma espécie de desconfiança de uma parte sobre a informação apresentada pela outra parte, ou talvez, em outras palavras, um “ruído de comunicação” entre as partes.

7.2.2 Componentes Individuais da Decisão

É o conjunto de atributos próprios do indivíduo ou idiossincrasias que interferem em suas decisões. Devem ser levados em conta os modelos e preferências individuais no uso da informação, tais como:

- métodos de processamento diferentes de um indivíduo para o outro conforme suas idiossincrasias;
- capacidade limitada de processamento de informação gerando sobrecarga. (memória de curto prazo das pessoas, limitada até 7 itens);
- uso de informação agregada como mecanismo para superar a limitação de capacidade.
- uso do auxílio de computadores (racionalização e ampliação da capacidade);
- decisões colegiadas, nas quais o papel principal de cada indivíduo é fornecer informações sobre a situação de decisão;
- os indivíduos dão crédito a informações imprecisas mais do que é justificável (boatos);
- os indivíduos respondem a eventos mais vívidos, tais como histórias sobre pessoas proeminentes, ou fatos “marcantes” ocorridos recentemente.

7.2.3 Utilização de Regras Heurísticas

Os indivíduos utilizam suas próprias experiências em substituição a modelos normativos pré-definidos basicamente por três motivos. Primeiro, porque em certas decisões, em função do grau de complexidade de variáveis envolvidas, surge o que se chama de “explosão combinatória”, e as pessoas procuram simplificar o processo de tomada de decisões, através de restrição do problema. Segundo, porque certas decisões são imediatas e não se pode procrastinar na espera de informações adicionais. Terceiro, quando é suficiente a troca de solução ótima, porém cara, por solução aceitável e menos onerosa. Tomam-se, então, decisões com as informações disponíveis, auxiliadas por regras heurísticas. As duas heurísticas mais comuns são a ancoragem e a fixação funcional.

7.2.3.1 Ancoragem

Quando os indivíduos selecionam certas informações como ponto de partida e usando outras informações, disponíveis, fazem ajustes para produzir previsões. Via de regra, os ajustes são incompletos porque as pessoas tendem a superestimar vantagens positivas e subestimar situações negativas envolvidas na situação de decisão.

7.2.3.2 Fixação Funcional

Quando os indivíduos supõem que símbolos agregados ou representações que têm sido utilizados, conservam seu significado ou relevância com o passar do tempo, a despeito de mudanças do que significam ou do modo pelo qual são calculados em julgamentos presentes ou sobre o futuro.

8 CONFLITOS DE AGENCIAMENTO

Como exposto no final do tópico quatro, uma boa relação de agenciamento estaria voltada para congruência de objetivos no ambiente empresarial. Segundo Fama (apud MARTIN, 1987), o conflito de agência nasce da divergência entre agentes que supostamente através de um contrato deveriam buscar um objetivo comum, mas que procuram na verdade maximizar suas riquezas individuais.

O conflito de agência pode ser compreendido considerando-se o aspecto político da tomada de decisão, conforme o pensamento de Cyert e March (apud BIO, 1987), para os quais as organizações normalmente existem e prosperam com um latente conflito de objetivos.

Numa visão dinâmica, o comportamento político pode ser definido como ações tomadas a fim de mobilizar fontes de poder.

O poder deve ser entendido como a capacidade de um indivíduo ou grupo “A” fazer com que “B” faça aquilo que ele quer que seja feito. Ou a capacidade de converter ordens em realizações de terceiros.

O controle da informação é uma fonte particularmente significativa de poder, pois quem está mais bem informado tende a ter maior capacidade de influenciar, visando atingir seus próprios objetivos.

Segundo Mc Millan (*apud* BIO, 1987), política é o processo que se desenvolve quando um ou mais atores (principal-agente) tratam de estruturar uma situação de maneira conveniente aos seus objetivos.

Dado que o poder é percebido como o instrumento da resolução favorável de uma dada divergência, o indivíduo desde logo busca apropriar-se de maiores parcelas relativas das chamadas fontes de poder, entre elas, a informação visando fortalecer sua posição para solução de conflitos de forma auto-favorável.

9 CUSTOS DO AGENCIAMENTO

A teoria dos custos numa visão ampla define que ativos consumidos no processo de agregação de valor patrimonial são considerados custos.

A teoria do agenciamento com sua base focada nos contratos e acordos firmados visando à otimização do resultado, ou seja, a maximização do valor da empresa através de decisões informadas e eficazes, materializa-se pela execução de atividades peculiares que regulam os relacionamentos e que demandam consumo de recursos empresariais. É nesse contexto que podem ser enfocados os consumos de recursos pelas atividades de agenciamento, nominando-se tais consumos de “custos de *agency*”.

Para Williamson (1985) (*apud* OLIVEIRA FILHO, 1996), define-se uma abordagem de custos de *agency* concentrado em sua unidade básica, que seriam os contratos. Ele define dois grupos de custos: *ex-ante* e *ex-post*. Os custos *ex-ante* seriam aqueles relativos ao desenvolvimento, à montagem, à negociação e às garantias dos acordos dos contratos firmados. Os custos *ex-post* seriam aqueles realizados pelo não cumprimento do que havia sido previamente contratado, e pelos esforços bilaterais para resolver eventuais conflitos entre as partes.

Para Jensen e Meckling (1976) (*apud* OLIVEIRA FILHO, 1996), precursores na tentativa de efetuar uma classificação de custos de “agency”, tais custos envolvem despesas de monitoramento do principal, despesas com cobertura de seguros e perdas residuais.

9.1 DESPESAS DE MONITORAMENTO DO PRINCIPAL

Todos aqueles gastos incorridos pelo principal visando avaliar e restringir o comportamento do agente àquelas ações que atendem melhor seus interesses (do principal). Por exemplo, gastos com auditoria, montagem de sistemas de informações, etc.

9.2 DESPESAS COM COBERTURA DE SEGUROS

Gastos incorridos para criar mecanismos de seguro do principal contra qualquer atitude oportunista por parte do agente.

9.3 PERDAS RESIDUAIS

São todos os demais custos não associados aos itens anteriores. Incluem os custos assumidos pelo principal, decorrentes de atitudes ou decisões do agente, contrários aos interesses do principal.

10 CONSIDERAÇÕES ÉTICAS NO AGENCIAMENTO

Segundo Hendricksen e Van Breda, a palavra ética vem do grego *ethos* que significa costume, ou seja, o modo pelo qual as pessoas agem. Hoje em dia, a ética é tratada em termos de como uma pessoa deve comportar-se e não o faz. Para Sócrates (*apud* HENDRICKSEN e BREDÁ, 1999), o campo da ética está relacionado à questão “como se deve viver”. Esta preocupação humana precede a existência das empresas e tem sido estudada pelos teóricos que propõem diversas alternativas na tentativa de orientar a tomada de decisão. Esses estudos podem ser sintetizados em duas categorias amplas: a deontologia, que enfatiza o motivo para alcançar o objetivo (ênfatisa o que é certo), e a teleologia que se concentra no próprio objetivo (ênfatisa o que é bom).

Nota-se que os enfoques são complementares no sentido de propor uma decisão para a questão socrática, pois se o homem quiser viver bem, individual ou coletivamente, basta buscar o que é certo e o que é bom, individual ou coletivamente. É neste sentido que a ética oferece enorme contribuição, fortalecendo as bases da teoria do agenciamento: os relacionamentos humanos.

As dificuldades de aplicação dos princípios éticos nos relacionamentos ficam por conta de duas questões: “o que é certo e o que é bom para um indivíduo” e “como conciliar esse conceito no plano coletivo”. Realmente, essas questões não possuem uma única resposta, nem mesmo para uma única pessoa. O mundo é um lugar dinâmico, mutante. Daí decorre a necessidade de forjar princípios e valores sociais (culturas) que possam restringir as idiossincrasias rumo à busca de uma convivência pacífica e civilizada que seja capaz de produzir um equilíbrio dinâmico entre o plano individual e coletivo, como prêmio ao convívio social responsável e igualitário.

Um enfoque normativo baseado na ética, e em outras ciências do comportamento, visando ao desenvolvimento de modelos contábeis, sem dúvida, teria muito a oferecer à teoria do agenciamento no que tange à minimização de conflitos e conseqüentemente refletindo na maximização ou otimização dos resultados empresariais, com efetivo ganho na qualidade de vida das pessoas e da humanidade.

11 CONCLUSÃO

A dinâmica social ao longo do tempo é orientada por ações decorrentes dos relacionamentos que se estabelecem entre as pessoas, e entre as pessoas e instituições onde aquelas participam. Os arranjos temporários implicam na existência de contratos ou acordos explícitos e implícitos que propulsionam e restringem as ações dos indivíduos na busca de fins colimados.

A organização empresarial tem sido o campo fértil onde a teoria do agenciamento estuda e busca compreender os fenômenos decorrentes dos relacionamentos entre principal e agente sob os mais variados aspectos, visando trazer contribuições no sentido de otimizar decisões e maximizar resultados.

Nesse contexto, a contabilidade tem dado sua grande contribuição, apresentando a informação como instrumento ou recurso que se torna indispensável nas relações de agenciamento cumprindo dois papéis fundamentais - o pré-decisório e o pós-decisório. O primeiro, voltado para o futuro com aspecto preditivo. O segundo, voltado para o passado atuando como custódia.

Também, não se pode negar que as informações contábeis são instrumentos que atuam como minimizadores de conflitos de agenciamento, pois evidenciam e comunicam fatos relativos a fenômenos organizacionais de interesse tanto do principal quanto do agente.

Finalmente, a abordagem ética, que por natureza e princípio é atributo da ciência contábil, também pode fornecer relevantes contribuições no campo da teoria do agenciamento ao emprestar seus ensinamentos, visando à restrição e solução positiva dos problemas considerados conflitos de agência.

É de se lamentar, porém mais importante tomar como desafio, aquilo que Hendricksen e Van Breda afirmam: “um estudo do papel da teoria da ética na contabilidade ainda está em sua infância”. É necessário haver mais pesquisa nesta área.

AGENCY THEORY IN THE ACCOUNTING THE ACCOUNTING AND THE PROCESS OF COMMUNICATION

Abstract: The present work is the result of a theoretical reflection on the agent theory from the point of view of the accounting, considering that the accounting work which involves “to produce” and “to communicate” information, is narrowly related to the process of inherent agency to human relations inside the organizations or even out of them. The theory of agency is designed and its contribution to the information and communication generation process analyzed, aiming at supporting the power to decision making process in the organizations. Two important roles that the accounting exerts in the context of the agency are distinguished at two distinct moments that are before and after decision making . At the end, other questions are presented, not less important, that impact relationships, such as conflicts, costs and ethical questions involved in the relationships.

Keywords: Communication and accounting. Agency theory. Information.

REFERÊNCIAS

BIO, Sérgio Rodrigues. **Desenvolvimento de Sistemas Contábeis Gerenciais:** um enfoque comportamental e de mudança organizacional. 1987. Tese de Doutorado. FEA/USP, São Paulo.

BRISOLA, Josué. **Uma contribuição ao estudo do controle aplicado às organizações.** 1990. Dissertação de Mestrado. FEA/USP, São Paulo.

OLIVEIRA FILHO, Samuel Augusto de. 1996. **A gestão do valor e o conflito de agência na reorganização de empresas.** Dissertação de Mestrado FEA/USP, São Paulo.

HENDRICKSEN, Eldon S.; BREDÁ, Michael F. **Teoria da Contabilidade.** Tradução de Antonio Zoratto Sanvicente. São Paulo: Atlas, 1999.

IUDÍCIBUS, Sergio de. **Teoria da Contabilidade.** São Paulo: Atlas, 1981.

MARTIN, Nilton Cano. **Dos fundamentos da informação contábil de controle.** 1987. Tese de Doutorado. FEA/USP, São Paulo.

MARTINEZ, Antonio Lopo. Agency theory na pesquisa contábil. In: ENCONTRO ANUAL ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 22, 1998, Foz do Iguaçu. **Anais...**Foz do Iguaçu: ANPAD, 1998.

WATTS, Ross L.; ZIMMERMAN, Jerold L. **Positive Accounting Theory.** New Jersey: Prentice-Hall, 1986.