

Divulgação de Informações Contábeis Através da Internet

Rodney Wernke

Marluce Lembeck

Antonio Cezar Bornia

Resumo:

Enfoca aspectos da divulgação de informações financeiras por intermédio da Internet, mostrando que os principais pontos relacionados ao tema como vantagens de sua utilização, tecnologias empregadas e as preocupações de entidades internacionais que normatizam a atividade contábil em relação ao assunto.

Área temática: *Gestão de Custos e Sistemas de Informação*

DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES CONTÁBEIS ATRAVÉS DA INTERNET

TRABALHO 7.010

Resumo: Enfoca aspectos da divulgação de informações financeiras por intermédio da Internet, mostrando que os principais pontos relacionados ao tema como vantagens de sua utilização, tecnologias empregadas e as preocupações de entidades internacionais que normatizam a atividade contábil em relação ao assunto.

Palavras-chave: Informações contábeis, Internet

Área temática: Gestão de Custos e Sistemas de Informação

DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES CONTÁBEIS ATRAVÉS DA INTERNET

1 – INTRODUÇÃO

Os avanços tecnológicos recentes, principalmente no campo das telecomunicações e informática, têm afetado de forma significativa o cotidiano tanto das pessoas quanto das empresas. As tecnologias ora utilizadas têm proporcionado a otimização de muitas atividades, especialmente em termos de rapidez, que há alguns anos eram totalmente impensáveis.

Neste contexto a Internet vem ganhando espaços cada vez mais generosos no dia-a-dia de todos, seja por intermédio do comércio eletrônico, pela correspondência pessoal e empresarial via *e-mails*, pelo acesso à fontes de informação ou meramente com finalidades lúdicas.

A Contabilidade, como área do conhecimento integrada ao ambiente social vigente, também está sendo afetada pelo progresso tecnológico vivenciado na atualidade. Em função disso, passaram a ser discutidos pelas entidades que regulam a atividade contábil a nível internacional, alguns aspectos da inserção destas novas tecnologias na seara da Contabilidade, especificamente na divulgação de informações financeiras por intermédio da *Web*.

Este artigo apresenta algumas considerações relacionadas ao tema. Para tanto, inicialmente discorre sobre a Internet em termos de sua história e características técnicas. Em seguida, comenta sobre a divulgação de informações financeiras através da rede mundial de computadores, mostrando suas vantagens em relação à forma tradicional de divulgar tais informes. Após, são elencadas algumas iniciativas encetadas por órgãos normatizadores como FASB (*Financial Accounting Standards Board*), IASC (*International Accounting Standards Committee*), SEC (*Security and Exchange Commission*) e afins. Finalizando, são citadas as tecnologias empregadas para tal finalidade.

2 – INTERNET

A Internet foi criada nos anos 60 como uma rede restrita, destinada aos segmentos militar, governamental e acadêmico. No início da segunda metade da década de 90, com a regulamentação para exploração comercial da Internet e com a popularização dos programas gráficos para navegação na mesma, pequenas redes, antes operando isoladamente, interligaram-se numa única rede. Mais ainda, qualquer pessoa que possua um computador pessoal e uma linha telefônica tornou-se capaz de conectar-se às redes de acesso à Internet (FLEURY e ABREU, 1999).

O uso da Internet cresceu em velocidades elevadas em virtude da sua difusão extremamente mais rápida que a de outros artefatos. Segundo o *Forrester Research Inc.*, apud FLEURY e ABREU (op. Cit.), enquanto a Internet levou apenas três anos para atingir 90 milhões de usuários, o rádio levou mais de 30 anos para atingir 60 milhões de usuários e a televisão levou 15 anos para atingir o mesmo volume. Citam ainda, que projeções estimaram que em 1998, aproximadamente 5,1 bilhões de dólares tivessem sido comercializados por intermédio da Internet.

Neste sentido, ZAKON *apud* CÔRTEZ (1999) menciona existirem mais de sete milhões de *sites* e mais de 170 países conectados à rede. Apenas no Brasil, a Internet e atividades associadas movimentam anualmente R\$ 2 bilhões, montante que faz o país ocupar o oitavo lugar no mundo neste segmento.

A história da Internet no Brasil inicia-se em 1988, com a interligação de grandes universidades e centros de pesquisa do Rio de Janeiro, São Paulo e Porto Alegre aos Estados Unidos. Em 1989 o Ministério da Ciência e Tecnologia formou um grupo composto por representantes do CNPq, da FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos), da FAPESP (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de S. Paulo), da FAPERJ (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro) e da FAPERGS (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul) para discutir e implementar o projeto RNP (Rede Nacional de Pesquisa). Tal projeto pode ser dividido em três fases. A primeira fase, no período de 1991 a 1993, foi dedicada à montagem da chamada “espinha dorsal” (*backbone*). Em 1993 a RNP já atendia a onze estados do país. A fase II, a partir de 94, concentrou-se em ampliar a velocidade da rede, pois com o aumento de instituições conectadas percebeu-se que aplicações interativas não eram viáveis em velocidades inferiores a 64 kbps. Montou-se, então uma infra-estrutura mais veloz que a anterior e a RNP firmou-se como referência em aplicação de tecnologia Internet no Brasil. Em maio de 1995 iniciou-se a abertura da Internet comercial no país. Neste período, a RNP teve seu papel redefinido ao deixar de ser um *backbone* restrito ao meio acadêmico para estender seus serviços de acesso a todos os setores da sociedade. Com essa reorientação de foco a RNP contribuiu para a consolidação da Internet comercial no Brasil. A fase III é denominada RNP-II, conectando-se à iniciativa norte-americana Internet2 a partir de 1997. O objetivo foi incentivar o desenvolvimento de uma nova geração de redes Internet, interligando todo o país numa rede acadêmica de alto desempenho. Em maio de 2000 foi inaugurado um *backbone* para a RNP-II que atinge todos os estados brasileiros e a conexão Internet2 foi estabelecida em agosto de 2001, cujo *link* está conectado ao principal *backbone* da Internet2, o Abilene (EUA), conforme FUCHTER (2001).

CRUZ (1998) registra que na Internet estão conectados computadores de todos os tipos, marcas e procedências. Para que a comunicação entre eles fosse possível, desenvolveu-se um protocolo de comunicação chamado TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*). Protocolo de comunicação é um conjunto de regras de linguagem e comportamento, que estabelece como deve se comunicar quem quiser enviar e receber mensagens numa rede de computadores. Assim, todo computador que conectar-se à Internet obrigatoriamente deve “falar” TCP/IP, para ser entendido e entender os outros computadores.

As próximas seções enfatizam aspectos do impacto da Internet na atividade contábil.

3 – INTERNET E CONTABILIDADE

Além de influenciar no modo de vida dos usuários (uso de e-mails em vez de correspondências impressas, compras via comércio eletrônico ou e-

commerce, a utilização do *home banking* etc.), a Internet afetou de forma significativa o cotidiano do ambiente empresarial moderno. Os efeitos desta inovação tecnológica se fazem notórios pela proliferação de empresas “.com”, pela competição acirrada entre os provedores de acesso à Internet, pela comercialização de ações de empresas de alta tecnologia através da *Nasdaq* (EUA), pela transmissão de dados por intermédio da *Web*, dentre inúmeros outros exemplos que poderiam ser listados.

CATELLI e SANTOS (2001) confirmam tal assertiva mencionando que o impacto da Internet na economia dificilmente poderia ser subestimado, pois essa nova tecnologia e forma de comunicação penetra em todas as atividades humanas: nas fábricas, nas transportadoras, nos armazéns, nas distribuidoras, no comércio atacadista e varejista, na agricultura, nos hospitais, na administração pública, nas profissões liberais e serviços em geral, nas telecomunicações, na publicidade, na mídia, nas escolas e atividades de todos os níveis educacionais e científicos.

Nesta realidade, a Contabilidade também foi afetada fortemente pelo advento e disseminação da Internet de várias formas. Uma das influências mais significativas na área contábil diz respeito à divulgação das informações financeiras e alguns aspectos que corroboram tais efeitos são colimados a seguir.

3.1 – DIVULGAÇÃO DE DADOS E RELATÓRIOS FINANCEIROS

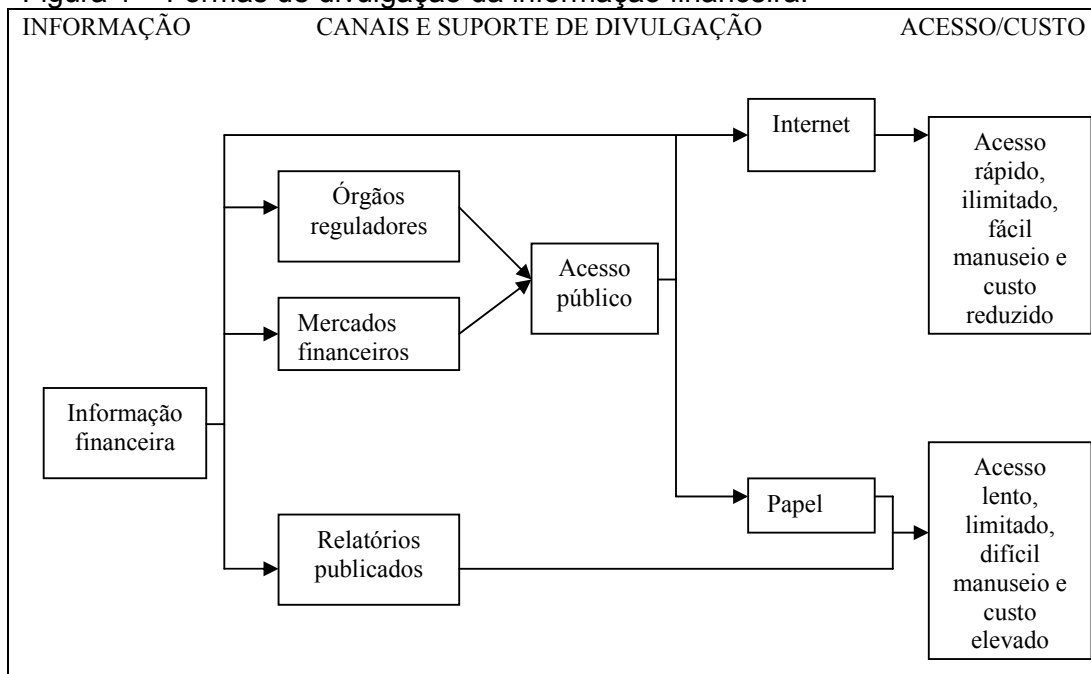
A Internet poder ser um eficiente instrumento para coletar, integrar e distribuir informação. Isto vem determinando que empresas a usem cada vez mais para divulgar as suas informações contábeis e financeiras.

Percebe-se que vem acontecendo um gradativo abandono do paradigma da utilização do suporte de papel na divulgação de informes financeiros e o aumento na utilização das novas tecnologias de comunicação digital. De forma resumida, a figura n.1 evidencia os principais canais de distribuição, mostrando as diferenças entre os dois paradigmas (papel e tecnologia da informação) em relação a canais, acesso e custo.

WARE et al (1998) defendem que existem seis características básicas da *Web*: interatividade, resposta imediata, conectividade, interoperabilidade (independentemente da plataforma utilizada pelo usuário é possível a sua conexão a uma extensa rede de informações disponíveis na *Web*), multimídia e facilidade de uso. Cada uma destas características pode contribuir para incrementar a distribuição de informações financeiras das empresas aos usuários interessados.

As informações financeiras são procuradas na Internet por usuários com perfis diferentes entre si, desde investidores informais a institucionais. LOUWERS et al (1998) assevera que os investidores informais e “surfistas” da Internet buscam informações financeiras genéricas. Por outro lado, os acionistas, fornecedores e outros interessados visam demonstrativos completos, relatórios periódicos e atas das reuniões de acionistas. Além destes, existem outros usuários (como os analistas financeiros e os investidores institucionais) que pesquisam informações ainda mais amplas e completas, inclusive com previsões e projeções de ganhos.

Figura 1 – Formas de divulgação da informação financeira.



Fonte: adaptado de ALVES e SILVA (2001, p.2).

Segundo o preconizado pelo IASC (1999), com as demonstrações tradicionais baseadas na imprensa, é muito caro distribuir mais do que um demonstrativo anual e demonstrativos trimestrais para todos os acionistas. O impulso tecnológico, como o causado pela Internet, modifica radicalmente a economia da distribuição da informação. Em um nível simples, a *Web* pode ser utilizada para coletar os endereços dos *e-mails* dos acionistas, clientes, fornecedores e navegadores interessados. Todos os comunicados de imprensa, resultados trimestrais e informações sobre novos produtos podem ser enviados para a lista de *e-mails* a um custo realmente zero.

ALVES e SILVA (2001) mencionam que a utilização da Internet na divulgação de informações financeiras apresenta-se como resultado de uma evolução natural e inevitável, que veio a responder a necessidades e dificuldades sentidas pelos usuários e pelas empresas.

O emprego da Internet, conforme salienta o *Financial Accounting Standards Board* - FASB (2000), permite efetivamente:

- reduzir o custo e tempo na distribuição da informação;
- comunicar com um maior número de usuários e potenciais investidores;
- superar as tradicionais formas de divulgação de informes financeiros;
- ampliar a quantidade e tipo de informação a relatar; e
- reutilização da informação em outros sistemas de informação, que podem sustentar análises financeiras ou trabalhos acadêmicos, por exemplo.

CATELLI e SANTOS (2001) aduzem que para investigar o estágio da divulgação de informações via Internet o IASC realizou em 1999 uma pesquisa. Este estudo abrangeu as 30 maiores empresas de cada país, listadas no *Dow Jones Global Index*, num total de 22 países, inclusive o Brasil. Dentre as constatações verificadas destacam-se:

- na Alemanha, Austrália e Estados Unidos todas as empresas abrangidas pelo estudo possuem *site* na *Web*;

- b) o percentual de empresas que possuem informações contábeis no *site* em cada país pesquisado é: Alemanha (77%); Austrália (80%); Brasil (60%); Canadá (93%); Chile (80%); Coréia do Sul (73%); Espanha (63%); Estados Unidos (90%); Inglaterra (63%); Itália (57%); Japão (73%) e México (90%).

Os bancos são empresas que se caracterizam por investimentos relevantes na área de informática, inclusive em termos da divulgação de informes financeiros por intermédio da Internet. Tal ponto se confirma, segundo CIA e DINIZ (2000), em função de que é bastante comum se encontrar informações sobre a situação financeira dos bancos na *Web*. Tais autores relatam que três pesquisas¹ realizadas em *sites* de bancos em 1999 mostraram que:

- a) no Brasil, em 1998, 55% dos *sites* de instituições bancárias apresentavam informações deste tipo;
- b) nos EUA e na Espanha, em 1999, respectivamente 65% e 78% dos bancos divulgavam informações sobre a sua situação financeira através da *Web*.

Nas referidas pesquisas verificou-se que dentre as informações mais comumente encontradas sobre a posição financeira das empresas bancárias, conforme CIA e DINIZ (op. cit.), estão:

- os balanços e outros relatórios anuais, destaques financeiros, dados de *performance*, etc. Este tipo de informação foi mais encontrada em bancos maiores no Brasil e nos EUA e em instituições financeiras de varejo que possuem em média porte menor do que o dos bancos, na Espanha; e,
- as informações sobre as cotações das ações do banco no mercado: nos EUA 47% dos bancos observados apresentam estes dados. Ainda, alguns bancos menores preferem a indicação do valor da ação na forma de *links* a sites especializados em fornecer cotações. Por outro lado, os bancos no Brasil e na Espanha não apresentam ao usuário da Internet o valor de suas ações no mercado.

Atualmente, em países como Estados Unidos, Canadá, Austrália e Alemanha, os órgãos reguladores do mercado e as próprias bolsas de valores obrigam, ou pelo menos incentivam, que a informação financeira seja fornecida em suporte eletrônico para depois ser disponibilizada aos interessados.

Talvez o exemplo de maior sucesso dessa prática seja o da norte-americana SEC (*Security and Exchange Commission*). Através do seu serviço *Electronic Data Gathering, Analysis, and Retrieval* (EDGAR), as empresas norte-americanas são obrigadas a entregar a sua informação em suporte informático (texto e *Standard Generalized Markup Language* – SGML), que é imediatamente disponibilizada no EDGAR, onde pode ser acessada pelos diversos interessados.

PASA (2001) comenta que o EDGAR é um sistema que apresenta uma coleção de dados, indexados, validados e aceitos, de formulários entregues à SEC, por lei, pelas empresas. A principal proposta deste sistema é aumentar a eficiência e a transparência dos mercados financeiros, beneficiando

¹ - DINIZ, Eduardo H. Serviços oferecidos por bancos em Web sites na Espanha – Março/1999. Relatório de Pesquisa do Centro de Excelência Bancária. EAESP/FGV. Maio, 1999.

- DINIZ, Eduardo H. Serviços oferecidos por bancos em Web sites nos EUA - Janeiro/1999. Relatório de Pesquisa do Centro de Excelência Bancária –EAESP/FGV. Fevereiro, 1999.

- DINIZ, Eduardo H. Web banking no Brasil e nos EUA . Artigo apresentado no BALAS99. New Orleans, Abril, 1999.

o investidor, as empresas e a economia, agilizando o recebimento, a concordância, a disseminação e a análise das informações corporativas que estão armazenadas nesta agência.

O IASC (1999) comenta, em relação à importância do uso da Internet para o mercado de capitais, que a mesma pode ser o maior salto no fornecimento da informação e da análise, desde o evento das comunicações eletrônicas. Ela está colocando informação relevante ao alcance do toque dos dedos do investidor instantaneamente e simultaneamente. Mas a Internet também levanta desafios regulatórios. Em um mundo em que a informação está cada vez mais disponível, é mais importante do que nunca que ela seja precisa, tempestiva e atualizada.

Um outro ponto relevante que deve ser considerado diz respeito à regulamentação das formas de divulgação, conforme abordado a seguir.

3.2 – COMENTÁRIOS SOBRE A REGULAMENTAÇÃO

O AICPA (*American Institute of Certified Public Accountants*) formou um grupo de trabalho em 1991, denominado *Special Committee on Financial Reporting*. Objetivava estudar as questões relacionadas com a qualidade e oportunidade da divulgação de informações financeiras, especificamente quanto à tendências futuras, informações necessárias e eventual necessidade de estabelecer um corpo normativo sobre o tema. Os resultados do grupo foram apresentados no relatório *Improving business reporting – a customer focus* (AICPA, 1994) e identificaram-se cinco fundamentos para estabelecer normas sobre a divulgação de informações financeiras:

- a) facilitar o desenvolvimento de uma base comum para a compreensão de termos e alternativas que facilitem as negociações entre usuários e empresas sobre o conteúdo divulgado;
- b) promover divulgação neutra e não enviesada;
- c) aumentar a comparabilidade da informação financeira;
- d) permitir a auditoria da informação financeira; e
- e) facilitar a obtenção e tratamento da informação como resultado da sua preparação de acordo com uma estrutura definida, compreendida e aceita.

Tais pontos podem servir de guia para possíveis normatizações relacionadas com a divulgação da contabilidade financeira via Internet.

CATELLI e SANTOS (2001) comentam que embora os projetos dos órgãos normativos se refiram necessariamente à forma de apresentação das informações contábeis, é claro que a multiplicidade e a velocidade das informações *on-line* constituem um ambiente informativo que entremeia e combina informações hoje pertinentes apenas à abordagem gerencial e às informações oficiais da contabilidade financeira.

Em termos de diferenças entre a divulgação de informações financeiras pela forma tradicional e pela Internet, estas são basicamente em termos de forma, natureza e extensão da informação divulgada. O IASC (1999) considera que a natureza e a extensão são as mais importantes e que há necessidade de analisar mais profundamente o assunto. Defende intervenção ativa dos órgãos reguladores, que até o momento têm se voltado precipuamente aos princípios e informações divulgáveis e não à forma como esta informação é apresentada ao usuário.

Quanto à interferência de entidades reguladoras, alguns documentos já foram emitidos versando sobre o tema. Em maio de 1999, na França, a COB (*Commission des Opérations de Bourse*) divulgou “*Guidelines concerning the use of internet by listed companies on a regulated market when they disseminate financial information*”.

Em outubro de 1999, no Canadá, o *Canadian Institute of Chartered Accountants* (CICA) emitiu “*The impact of technology on financial and business reporting*”

Em Portugal, a CMVM - Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (2000) apresentou os seus entendimentos e recomendações quanto à informação a divulgar através da Internet, enfocando o conteúdo, os direitos dos destinatários e a forma de disponibilização da informação.

ALVES e SILVA (2001) comentam que nos Estados Unidos a SEC (*Security and Exchange Commission*) emitiu diversas interpretações técnicas e normas que versaram sobre o utilização da Internet na divulgação de informações financeiras. A entidade norte-americana considera que divulgar pela *Web*, contribui para a eficiência do mercado, ao permitir maior velocidade na disseminação da informação financeira de forma mais barata e eqüitativa do que através da forma tradicional. Tais autores relatam também, que um grupo de trabalho do IASC sugeriu a criação no curto prazo de um código de conduta, que cobre um vasto leque de particularidades associados ao relato financeiro via Internet, com vistas a maximizar a eficiência e fidedignidade da informação. Porém, em maio de 2001, o IASC juntou-se ao IFAC (*International Federation of Accountants*) no desenvolvimento de um conjunto de linhas orientadoras, de aplicação não compulsória, que irão focar nas responsabilidades e funções dos principais interessados na divulgação de informes financeiros (órgãos de gestão e auditores).

PASA (2001) aduz que também o FASB reconhece a importância da tecnologia no futuro dos relatórios e por isso instituiu o BRRP (*Business Reporting Research Project*). Neste projeto foi designado um grupo de pessoas que pesquisaram a distribuição eletrônica dos relatórios de informações das empresas.

O FASB (2000) identificou três áreas em que as empresas que atualmente utilizam a Internet para divulgar informações de cunho financeiro podem ter problemas legais:

- a) inclusão de informação prospectiva, ou de *links* para *sites* de analistas, ou de comentários de terceiros sobre a empresa, sem a menção de termos de responsabilidade;
- b) apresentação de conjuntos de demonstrações financeiras incompletos e a ausência de outros documentos de prestação de contas; e
- c) disponibilização de transcrições de assembléias ou discursos sem os devidos cuidados para manter o contexto em que as afirmações foram proferidas.

CATELLI e SANTOS (2001) citam outro projeto do FASB relacionado com a divulgação da informação contábil via Internet: o Projeto Faux.com. Esse projeto é um modelo de demonstração contábil que emprega recursos específicos da Internet e objetiva mostrar às empresas novas formas de apresentar essas demonstrações. Visa proporcionar alternativa às empresas que usam à Internet apenas para duplicar a forma tradicional das demonstrações impressas.

Na seção seguinte são citadas as principais tecnologias empregadas na divulgação de informações pela Internet.

3.3 – TECNOLOGIAS EMPREGADAS

As tecnologias predominantes no relato financeiro pela Internet são *HyperText Markup Language* (HTML) e *Adobe Portable Document Format*. Tais ferramentas são caracterizadas por uma rigidez de formato e dificuldade da manuseio da informação disponibilizada, propriedades que de certa forma são inconciliáveis com os objetivos da divulgação dos informes financeiros pela Internet.

Mais recentemente surgiu o XBRL (*eXtensible Business Reporting Language*) que consiste numa extensão do *eXtensible Markup Language* (XML), elaborado especificamente para a informação financeira. Ao contrário do HTML, que tem por objetivo fornecer ao *browser* informações sobre a apresentação gráfica da informação, o XML e suas derivações possibilitam a troca de informação de uma forma perceptível para o usuário ou para o software que faz a interpretação da informação, podendo tal informação ser lida por qualquer sistema de informática.

ALVES e SILVA (2001) citam que o XBRL poderá constituir-se num elo que falta à divulgação de informações financeiras para que a distribuição da informação financeira seja possível de forma fácil, rápida e eficiente, permitindo:

- a) reduzir o tempo e o custo de acesso e de preparação;
- b) facilitar o acesso e a distribuição;
- c) utilizar *software* de agentes inteligentes (ou *softwares* especialistas);
- d) adotar diferentes políticas contábeis, principalmente modelos valorimétricos alternativos;
- e) relatar a informação utilizando taxinomias desenvolvidas especificamente para diferentes quadros normativos;
- f) relatar informação de caráter dinâmico;
- g) aumentar e melhorar a análise da informação financeira; e
- h) criar relatórios personalizados.

4 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

O atual estágio de desenvolvimento das tecnologias de informação permite afirmar que a Internet permanecerá interferindo no cotidiano de todos por muito tempo. Seus benefícios são facilmente percebidos, fazendo com que todas as áreas profissionais sejam compulsoriamente impelidas a usufruírem desta inovação tecnológica.

Os impactos no campo contábil já se fazem sentir de maneira inequívoca, especialmente no que se refere às possibilidades de divulgar informações financeiras via Internet. Tal aspecto é notório principalmente no que tange à ampliação do acesso às informações e pela redução dos custos de divulgação das mesmas.

Com isso, os profissionais da Contabilidade têm a possibilidade de contar com esta ferramenta tecnológica para sedimentar ainda mais a

importância do papel desta ciência para a sociedade. Ou seja, a *Web* pode constituir-se em importante aliada do contador que souber utilizá-la de forma eficiente, fortalecendo a profissão e mostrando que a mesma pode contribuir decisivamente para o desenvolvimento econômico através das informações que propicia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, P. A.; SILVA, P. A. G. da. As novas tecnologias como veículo de transmissão da informação financeira. In: ASIAN-PACIFIC CONFERENCE ON INTERNATIONAL ACCOUNTING ISSUES, 13, 2001. Rio de Janeiro, Anais. Rio de Janeiro, USP e California State University, outubro de 2001.

AMERICAN INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS (AICPA). Report of the Special Committee on Financial Reporting: improving business reporting – a customer focus. 1994.

CATELLI, A.; SANTOS, E. S. Internet: desafio para uma contabilidade interativa. Revista Contabilidade e Finanças FIPECAFI – FEA – USP, São Paulo, FIPECAFI, v.14, n.25, p.24-41, jan./abr. 2001.

CIA, J. N. de S.; DINIZ, E. O uso da Internet para a divulgação das informações financeiras dos bancos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, 16, 2000, Goiânia, Anais. Goiânia: CFC, outubro de 2000.

CÔRTEZ, P. L. A franquia digital. Revista Álvares Penteado, v.1, n.3, nov./1999.

CRUZ, T.. Sistemas de informações gerenciais. São Paulo: Atlas, 1998.

FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (FASB). Business reporting research project: electronic distribution of business reporting information. FASB, Norwalk, 2000.

FLEURY, A. L.; ABREU, A. F. Comércio eletrônico: o novo ambiente competitivo. XIX Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Rio de Janeiro : UFRJ, 1999. Anais...

FUCHTER, S. K. Tecnologia da informação: Internet. Suplemento Especial. Florianópolis: Diário Catarinense, 17 de outubro de 2001.

INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS COMMITTEE (IASC). Business reporting on the internet. IASC : London, november, 1999.

LOUWERS,T; PASEWARK,W.; TYPPO E. Silicon Valley Meets Norwalk, Journal of Accountancy, agosto de 1998

PASA, E. C. O uso de documentos eletrônicos na contabilidade. Revista Contabilidade e Finanças FIPECAFI – FEA – USP, São Paulo, FIPECAFI, v.14, n.25, p.72-83, jan./abr. 2001.

WARE, J.; GEBAUER, J.; ROLDAN, M.; HARTMAN, A. The Search for Digital Excellence. Commerce Net Press, 1998.