

COMUNICAÇÃO E TRANSPARÊNCIA DA REFORMA TRIBUTÁRIA

Amanda Catarina da Motta Socoloski¹, Rubia Prestes da Silva², Sibeli Flores³, Suelen Aparecida Michelin Thibes de Barros⁴, Vanilce Cordeiro⁵, Marcelo Rangner⁶

1. Discente do curso de graduação em Ciências Contábeis, Unoesc, Videira, SC
2. Discente do curso de graduação em Ciências Contábeis, Unoesc, Videira, SC
3. Discente do curso de graduação em Ciências Contábeis, Unoesc, Videira, SC
4. Discente do curso de graduação em Ciências Contábeis, Unoesc, Videira, SC
5. Discente do curso de graduação em Ciências Contábeis, Unoesc, Videira, SC
6. Docente do curso de graduação em Ciências Contábeis, Unoesc, Videira, SC

Autor correspondente: Sibeli Flores, sibeliflorescemi@gmail.com

Área: Ciências Sociais

Introdução: No cenário nacional, a Reforma Tributária figura entre os temas mais relevantes, dada a complexidade e as desigualdades do sistema vigente. Sustentado por práticas burocráticas e ineficientes que comprometem a equidade tributária. Cabe ao governo garantir transparência e clareza de informações, a fim de que se compreendam os objetivos da reforma e se legitime sua aceitação. **Objetivo:** Analisar a percepção social acerca da comunicação e da transparência governamental na Reforma Tributária, contemplando diferentes grupos e partindo da hipótese de insuficiência comunicacional. **Método:** A pesquisa, de natureza aplicada e abordagem quali-quantitativa, foi realizada entre 05 e 11 de agosto de 2025 por meio de questionário no Google Forms, distribuído em aplicativo de mensagens. A amostra reuniu 70 participantes economicamente ativos de Videira e Iomerê, de diferentes setores e faixas etárias. Os dados foram analisados estatisticamente e interpretados qualitativamente. **Resultados:** Os resultados gerais indicaram tendência levemente positiva. Para avaliar a normalidade dos dados, aplicou-se o teste de Shapiro-Wilk (Shapiro & Wilk, 1965), adequado a amostras pequenas e médias. No estudo, obteve-se $W = 0,973$ e $p = 0,138$ pelo software JAMOV. O W próximo de 1 sugere aderência à normalidade, enquanto $p > 0,05$ rejeita a hipótese nula, indicando ausência de desvio. Tomaram-se viáveis testes paramétricos, como o t de Student (Student, 1908), garantindo robustez às inferências ao avaliar se a percepção difere do ponto médio esperado ($\mu = 3$). O resultado $t(69) = 14,087$, $p < 0,001$ rejeitou a hipótese nula H_0 , indicando média significativamente superior ($M = 3,73$; $IC95\% = 3,62-3,83$). Estatisticamente, é revelado que a comunicação governamental não é percebida como neutra e confirma a hipótese inicial, que afirma sua insuficiência. Aplicou-se a correlação de Pearson para mensurar correlação das variáveis. Analisado o coeficiente R (-1 a +1) e o p -valor ($p < 0,05$). Considerados resultados para a discussão, apenas com significância $R > 0,400$ (positivas). Obtivemos, por exemplo, que maior transparência implica maior concordância sobre ampliar a abordagem nas instituições de ensino. **Conclusão:** Conclui-se que a Comunicação e Transparência na Reforma Tributária é percebida como parcialmente satisfatória, mas evidencia a necessidade de estratégias de comunicação mais acessíveis, transparentes e integradas, capazes de reduzir ambiguidades, ampliar a participação cidadã e fortalecer a legitimidade do processo.

Palavras-chave: Reforma Tributária; Comunicação Governamental; Transparência; Percepção Social; Análise Estatística.