

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE - UFCG
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS – CCJS
CURSO DE BACHAREL EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

FERNANDA BEATRYZ ROLIM TAVARES

**A INFLUÊNCIA DE TEXTOS NARRATIVOS DE FATOS RELEVANTES NO VALOR
DAS AÇÕES: UM ESTUDO NAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS NO BRASIL**

SOUSA-PB
2015

FERNANDA BEATRYZ ROLIM TAVARES

**ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DE TEXTOS NARRATIVOS DE FATOS RELEVANTES
NO VALOR DAS AÇÕES DE INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS NO BRASIL**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Coordenação do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Campina Grande, vinculada à linha de pesquisa em Formação e Exercício Profissional, como requisito para contenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Gianinni Martins Pereira Cirne

**SOUSA-PB
2015**

DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE

Por este termo, eu, abaixo assinado, assumo a responsabilidade de autoria do conteúdo do referido Trabalho de Conclusão de Curso, Intitulado: **ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DE TEXTOS NARRATIVOS DE FATOS RELEVANTES NO VALOR DAS AÇÕES DE INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS NO BRASIL**, estando ciente das sanções legais previstas referentes ao plágio. Portanto, ficam a Instituição, o Orientador, e os demais Membros da Banca Examinadora isentos de qualquer ação negligente da minha parte, pela veracidade e originalidade desta obra.

Sousa-PB, Março de 2015.

Fernanda Beatryz Rolim Tavares

FERNANDA BEATRYZ ROLIM TAVARES

**ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DE TEXTOS NARRATIVOS DE FATOS
RELEVANTES NO VALOR DAS AÇÕES DE INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS
NO BRASIL**

Esta monografia foi julgada adequada para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, e aprovada na forma final pela Banca Examinadora designada pela Coordenação do Curso de Ciências Contábeis do Centro de Ciências Jurídicas e Sociais da Universidade Federal de Campina Grande – PB, Campus Sousa.

Aprovado em: _____ de _____ de 2015.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Gianinni Martins Pereira Cirne

Professora Orientadora

Raul Ventura Junior
Membro examinador

Harlan de Azevedo Herculano
Membro examinador

**Sousa - PB
2015**

*Dedico esse trabalho a minha mãe Francisca
e ao meu pai José Etevaldo, que não
mediram esforços para que eu chegasse até
aqui hoje.*

AGRADECIMENTOS

À Deus acima de tudo, que me permitiu estar aqui me abençoando sempre com muitas conquistas.

Aos meus pais que sempre se esforçaram para que eu tivesse o melhor durante minha vida, me apoiaram e que hoje podem presenciar mais uma conquista minha.

A todos meus professores da universidade, cada um deu sua pequena contribuição durante todo o curso e de cada um levarei a recordação e admiração para o resto da vida.

À minha orientadora Gianinni Martins, por toda sua contribuição, atenção, dedicação e por acreditar que seríamos capazes de concretizar essa ideia.

Aos meus amigos e companheiros de cada noite: Kalyane, Maervelym, Jéssica, Jayanne, Edvanilza, Valdeir e Talys. Vocês foram minha alegria de cada noite, e tenho orgulho de levá-los como amigos e colegas de profissão para o resto da vida.

Ao motorista Edilson e todos os companheiros da van, aos que saíram e aos que ainda permanecem, que tornaram todas essas viagens cansativas para a faculdade em algo divertido e um ambiente alegre. Deixarão muitas saudades para mim, porém sei que encontrei em cada um de vocês companheiros que guardarei para sempre no coração.

À minha amiga Gilvanécia, que foi onde encontrei uma outra mãe, sempre disposta a ajudar e me apoiar em tudo desde o início.

Aos demais amigos que estão presentes em minha vida, dedicando carinho e atenção, saibam que todo o apoio que me deram foi de extrema importância.

A todos, meus sinceros agradecimentos!

“Que os vossos esforços desafiem as impossibilidades, lembrai-vos de que as grandes coisas do homem foram conquistadas do que parecia impossível.” (Charles Chaplin)

RESUMO

A compreensibilidade das informações contábeis das empresas é de extrema importância aos usuários, pois estes necessitam estar atualizados sobre a situação financeira e patrimonial, bem como as decisões que a administração toma para garantir sua segurança. Os fatos relevantes são textos narrativos divulgados ao mercado com informações que possam influenciar na decisão de acionistas, investidores, e demais usuários. Estes fatos podem ser divulgados a qualquer período e não sofrem monitoramento ou auditoria, permitindo certa liberdade às empresas sobre sua divulgação. Sendo assim, o presente estudo deseja analisar o impacto que esses textos podem causar aos seus leitores e se podem ser considerados como um quesito de influência nos preços das ações. A pesquisa apresenta uma tipologia de característica exploratória com abordagem qualitativa e quantitativa. Para a análise foi selecionado o Setor Financeiro – Bancos que possuíam dados listados na Bovespa e foram recolhidas como amostra 383 Fatos Relevantes, que por sua vez foram classificados como positivos, negativos e neutros. Apenas os fatos positivos e negativos foram levado ao estudo da variação das cotações, onde se analisou individualmente cada cotação relacionada com as datas de divulgação anterior e posterior ao fato para verificar qual a tendência que iria seguir. Observou-se uma tendência maior das empresas para utilizar-se das divulgações como fatos positivos a entidade, onde nem sempre o preço evoluiu como esperado. Finalizando pode-se perceber que a maioria dos fatos relevantes classificados como benéficos a empresa trouxe um crescimento no valor das ações, bem como informações que causaram prejuízo, seja financeiro ou na imagem da empresa, resultou em queda no preço de suas cotações. Constatou-se então, que os fatos relevantes, por trazerem uma real situação cotidiana da empresa, podem ser considerados um fator de influência no preço das ações.

Palavras – Chave: Fatos Relevantes. Ações. Bovespa. Empresas. Setor Financeiro.

ABSTRACT

Understandability of the financial statements of the companies is of utmost importance to users, as these need to be updated on the financial position, and the decisions that management takes to ensure their security. The relevant facts are narrative texts disclosed to the market with information that may influence the decision of shareholders, investors, and other users. These facts may be disclosed to any time and do not suffer from monitoring or audit, allowing some freedom for companies about their disclosure. So, this study want to analyze the impact that these texts can cause your readers and if can be considered as one criterion of influence on stock prices. The research presents a typology of exploratory character with a qualitative and quantitative approach. For the analysis we selected companies the Financial Sector - Banks that had data listed on the Bovespa and were collected as a sample 383 Material Facts. There was a greater tendency of companies to use up the disclosures as positive factors where the price does not always followed this trend. Finally one can see that most of the relevant facts classified as beneficial the company has brought an increase in the value of stock , as well as information that caused injury, whether financial or corporate image, resulted in a drop in the price of their stock. It was noted then that the relevant facts by bringing a real everyday situation of the company, can be considered a factor of influence on the stock price.

Keywords: Material Facts. Stocks. Bovespa. Companies. Financial Sector

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Evolução das Classificações.....	39
Gráfico 2 – Variação das Tendências de Sucesso e Fracasso	417

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Características da Confiabilidade	22
Quadro 2 - Formas de Eficiência de Mercado	26
Quadro 3 – Fatores que influenciam comportamento do emissor	28
Quadro 4 – Classificação Individual das Instituições.....	36
Quadro 5 - Classificação Geral dos Dados Coletados.	38
Quadro 6 – Classificação dos dados Quanto a Cotação.....	40

LISTA DE SIGLAS E ABREVIACOES

IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa

FASB - Financial Accounting Standart Board

CVM - Comissão de Valores Mobiliários

CPC - Comitê de Pronunciamento Contábil

CFC - Conselho Federal de Contabilidade

HME - Hipótese de Mercado Eficiente

UnB – Universidade de Brasília

USP – Universidade de São Paulo

FIPECAFI - Fundao Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras

SUMÁRIO

1	ASPECTOS INTRODUTÓRIOS.....	13
1.1	Definição do tema e problemática.....	13
1.2	OBJETIVOS.....	14
1.2.1	Objetivo Geral.....	14
1.2.2	Objetivos Específicos.....	14
1.3	Justificativa.....	15
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	17
2.1	O Objetivo da Contabilidade.....	17
2.2	Usuários das Informações Contábeis.....	18
2.3	Evidenciação.....	19
2.3.1	Relevância.....	21
2.3.2	Confiabilidade.....	22
2.3.3	Comparabilidade.....	23
2.3.4	Materialidade.....	24
2.4	Fatos Relevantes.....	24
2.5	Teoria da Comunicação.....	27
2.6	Comunicações narrativas.....	29
2.7	Estudos Anteriores.....	30
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	32
3.1	Classificação da Pesquisa.....	32
3.1.1	Tipologia de pesquisa quanto aos objetivos.....	32
3.1.2	Tipologia de pesquisa quanto aos procedimentos.....	32
3.1.3	Tipologia de pesquisa quanto à abordagem do problema.....	33
3.2	Universo e Amostra.....	34
3.3	Procedimentos de Coleta de Dados.....	35
4	APRESENTAÇÃO DOS DADOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	36
4.1	Classificação dos Fatos Relevantes.....	36
4.2	Análise dos Fatos Relevantes quanto à cotação.....	39
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
	REFERÊNCIAS.....	44

1 ASPECTOS INTRODUTÓRIOS

1.1 Definição do tema e problemática

A Contabilidade tem como finalidade transformar dados em informações para os usuários, mostrando a realidade da empresa, para que assim, os interessados possam agir e tomar decisões da melhor maneira possível. Esses usuários são: acionistas, clientes, fornecedores, funcionários, dentre outros, ou seja, a informação contábil da empresa interessa de diferentes formas a cada um destes. Essas informações contábeis partem de um emissor até chegar ao receptor, para isso devem estar claras e concisas, com finalidade de reduzir incertezas e descartar alternativas que não se farão necessárias.

A Lei das Sociedades por Ações, Lei 6.404/76, diz que as companhias abertas são obrigadas a comunicar à bolsa de valores e divulgar a imprensa qualquer decisão tomada ou fato relevante ocorrido que possa influir no julgamento dos investidores. Sendo assim, todas as empresas que possuem Capital Aberto devem divulgar periodicamente as informações patrimoniais, seu desempenho e suas atividades, assim como as demonstrações financeiras, relatórios da administração, pareceres de auditoria e devem comunicar ao mercado todas as decisões tomadas. Essas decisões tomadas pela administração, quando tem poder de interferir nas escolhas de acionistas, investidores e demais interessados, são considerados fatos relevantes e devem ser divulgados à medida que ocorrem, sem determinação de tempo, apresentando enfoque narrativo.

Dias Filho (2000, p.39) explica que a boa compreensão das informações contábeis é fundamental para que esta cumpra bem sua missão, ou seja, há claramente uma necessidade da comunicação eficaz entre a empresa e os agentes no qual interage, sendo assim a linguagem utilizada deve ser simplificada para que garanta ampla compreensão e que a interpretação seja a mesma para todos.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa – IBGC (2009), as decisões da administração dessas companhias são consideradas relevantes quando são capazes de interferir nas escolhas dos acionistas, investidores, credores e demais, costumando ser apresentadas em textos narrativos, sem formato pré-estabelecido e sem sofrer auditoria. A interpretação das informações transcritas nesses textos dependerá tanto do emissor quanto

do receptor, devendo preferencialmente estar em linguagem clara para que nada afete a compreensão, proporcionando uma comunicação bem sucedida.

A comunicação e divulgação dos fatos não devem restringir apenas ao econômico-financeiro da empresa, mas sim expandir-se a todos os fatores na empresa que possam vir a gerar valor. Nem todas as informações podem ser evidenciadas através das demonstrações contábeis, mas existem algumas que podem se tornar úteis devendo ser fornecidas por meio de outros veículos de divulgação. Hendriksen e Van Breda (1999, p.529) afirmam “[...] dados financeiros relevantes e importantes [...] podem ser melhor apresentados em forma narrativa”, citam também a declaração do *Financial Accounting Standart Board* – FASB – de que a forma narrativa pode aumentar a utilidade dessas informações financeiras.

O tema em estudo baseia-se na importância dos textos narrativos durante a divulgação de fatos relevantes das Instituições financeiras listadas na Bovespa, considerando a sua relevância na tomada de decisões nas empresas de capital aberto e a variação do preço de suas ações no mercado.

Nessa perspectiva, o trabalho em questão visa analisar se as decisões tomadas por acionistas e pelo conselho da administração podem influenciar sua postura diante do mercado. Através dessa suposição, esse trabalho busca responder o seguinte questionamento: **Existe influência de textos narrativos com fatos relevantes das Instituições Financeiras listadas na Bovespa no valor das ações?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 *Objetivo Geral*

Identificar a influência dos textos narrativos dos fatos relevantes no valor das ações, em instituições financeiras bancárias.

1.2.2 *Objetivos Específicos*

- Pesquisar os textos divulgados pelas empresas e classificá-los de acordo com sua influência;
- Verificar a evolução do preço das ações de cada empresa;

- Analisar a variação do preço das ações em consonância com a publicação de fatos relevantes.

1.3 Justificativa

A Contabilidade tem ferramentas importantes que auxiliam na tomada de decisão. É ela que traz a situação financeira e econômica das empresas, sendo responsável por transmitir a informação para os usuários, de forma que se permita analisar e descartar alternativas, a fim de obter melhor escolha. É fundamental a boa compreensão dessas informações para atingir seu objetivo, essa comunicação eficaz entre a empresa e os usuários pode gerar bons resultados, de forma a garantir qualidade nas decisões.

O presente trabalho traz um estudo específico sobre textos narrativos de fatos relevantes divulgados por empresas de um mesmo segmento, as Instituições Financeiras, a fim de comprovar se estes podem ser capazes de interferir na valorização das ações. Fernandes (2007) afirma que:

As pesquisas com os textos narrativos da contabilidade ainda são incipientes, como podem ser comprovadas pela assertiva de Jones e Shoemaker(1994) de que na contabilidade, a análise de textos não tem sido o alvo de pesquisas para responder a questões a respeito de textos narrativos. No Brasil poucas pesquisas deste tipo foram encontradas na área contábil, exceto alguns estudos com relatórios da administração (SILVA, RODRIGUES E ABREU, 2004; SILVA, RODRIGUES E COSTA, 2005; RODRIGUES, 2006), mas nenhum sobre fatos relevantes.

Pesquisas com textos narrativos podem ser bastante importantes, pois muitas vezes os investidores se baseiam nessas informações, que por serem dificilmente auditadas, existe um grande potencial de manipulação da mensagem passada, como cita estudo de Hynes e Bexley (2003) sobre a reação dos leitores dos relatórios anuais de bancos, 50% dos potenciais investidores afirmam que “sempre” ou “frequentemente” leem os relatórios das companhias que desejariam investir.

Em seu estudo Lopes *et al* (2005) comprovam a importância nessa linha pesquisa pelo fato de que o mercado de capitais representa um ambiente com possibilidade de vários testes das práticas contábeis, possibilitando elaborações de hipóteses sobre um dos objetivos da Contabilidade se tratando do fornecimento de informações relevantes aos usuários.

De acordo com a Comissão de Valores Mobiliários – CVM (2008), os acionistas devem estar bem informados para fiscalizar a atuação dos administradores e proferir um voto com mais

confiança. Assim, estes textos sobre fatos relevantes do cotidiano da empresa, dependendo da compreensão pelos acionistas, podem estar influenciando em decisões importantes nas empresas, de modo a assegurar sua continuidade e aumentar as expectativas de lucro.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O Objetivo da Contabilidade

A Contabilidade é uma ciência que estuda os fenômenos que afetam o Patrimônio de uma entidade, bem como os interpreta e registra. Ludicibus (2009) descreve o objetivo básico da Contabilidade o fornecimento de informações econômicas para os vários usuários, de forma que propiciem decisões racionais, envolvendo aspectos de produtividade e sociais.

O Comitê de Pronunciamento Contábil – CPC 00 R1 (2011) aborda o objetivo das demonstrações contábeis como sendo o de fornecer informações sobre a posição patrimonial e financeira, o desempenho e as mudanças na posição financeira da entidade que sejam úteis para o maior número possível de interessados, auxiliando na sua tomada de decisões.

Para Malacrida e Yamamoto (2006) o objetivo central da contabilidade pode ser considerado o fornecimento de informações úteis aos seus usuários, a fim de permitir a tomada de decisões adequadas, pois a evidenciação busca permitir que a contabilidade atenda a seu público, à medida que os fatos econômicos relevantes são divulgados de forma adequada, justa e plena, seguindo procedimentos contábeis uniformes e consistentes e em uma linguagem simples e que lhes seja acessível.

A Contabilidade não pode se restringir apenas divulgação de dados, necessita trazer termos que possam ser interpretados, abrangendo as necessidades de cada grupo principal de usuários, a análise da situação econômica financeira bem como buscar previsões de seu comportamento futuro, focando em todos os aspectos e elementos que possam ser considerados influentes no processo decisório. Para Hendriksen e Van Breda (1999) a principal dificuldade no processo de contabilização e de divulgação é a de que certos termos contábeis, tais como lucro líquido e receita, e mensurações tais como o custo histórico, possuem pouco ou nenhum significado interpretacional no que se refere a fenômenos do mundo real.

Ludicibus (2009) traz que o objetivo da Contabilidade é fornecer aos usuários, independentemente de sua natureza, um conjunto básico de informações que deveria atender igualmente a todos os tipos de usuários; ou então deveria ser capaz e responsável pela apresentação de cadastros de informações totalmente diferenciados, para cada tipo de usuário.

O CPC 00 R1 (2011) explica bem os objetivos da contabilidade e traz a importância de que a comunicação seja clara, coesa e de fácil acesso tanto a usuários internos (gestores), quanto a usuários externos (acionistas, credores, investidores, agentes reguladores). Cabe à contabilidade a redução dessa assimetria de informação. Trazendo especificamente às companhias abertas, os dados relacionados a negociações financeiras e de outras atividades das empresas são capazes de rever cenários e decisões passados, contribuir para a tomada de decisões de administradores, acionistas e demais usuários externos, modificando conseqüentemente seu cenário econômico.

De acordo com a Comissão de Valores Mobiliários - CVM (2008) “o menor ou maior grau de risco em que incorre o investidor no mercado de valores mobiliários vai depender, fundamentalmente, do nível de informações de que ele disponha sobre o tipo de operação de que deseje participar”. A ampla e oportuna divulgação sobre as companhias e o mercado de valores mobiliários deve ser assegurada de forma que haja justa competição entre as partes, não havendo privilégios nem esforço para acessá-las.

2.2 Usuários das Informações Contábeis

Os usuários das Informações Contábeis tem uma enorme importância para as empresas, não devem ser vistos apenas como sujeitos passivos, pois tem o poder de influenciar diretamente as entidades, não podendo ser ignorado sua participação nas escolhas pela Contabilidade e pela Administração. Visando a segurança de seu público, a Contabilidade possui grande responsabilidade na veracidade das informações fornecidas, a fim de divulgar com maior transparência possível e que possa atender aos mais diversos usuários existentes.

De acordo com Niyama (2010) os usuários não recebem a informação contábil de forma passiva, pelo contrário, possuem uma participação importante na determinação das escolhas realizadas pela Contabilidade. A presença de diversos tipos de usuários no processo contábil traz a necessidade de que as informações sejam evidenciadas de modo que possam ser comparáveis, para que haja a possibilidade deste analisar o desempenho da entidade em outras datas ou até mesmo com outras empresas.

O Fasn divulgou uma declaração que restringe o foco no público dos investidores:

Os objetivos decorrem primordialmente das necessidades informacionais de usuários externos que carecem de autoridade para ordenar a produção da informação financeira que desejam de uma empresa e, portanto, são

forçados a utilizar a informação que a administração divulga. (HENDRIKESSEN; VAN BREDA, 1999, p.94)

O Comitê de Pronunciamento Contábil – CPC 00 R1 (2011, p.8) afirma que a Administração além de ter responsabilidade primária pela preparação e apresentação das suas demonstrações contábeis, também está interessada nas informações contidas nessas demonstrações, embora tenha acesso a informações adicionais que contribuem para o desempenho das suas responsabilidades de planejamento, tomada de decisões e controle.

Para as empresas de capital aberto a informação pode fazer toda a diferença, aprimorando as decisões futuras ou até mesmo corrigindo erros de expectativas anteriores. Sem um prévio estudo do passado não teria como gerar previsões do futuro da empresa, desta forma, a cada informação gerada sobre a companhia, os acionistas tem capacidade de conhecer melhor suas tendências e aprimorar sua capacidade de predição para a tomada de decisões mais fundamentadas e de maior confiabilidade.

Niyama (2013, p.6) explica que no Brasil há uma característica que difere de alguns países desenvolvidos, nas empresas de capital aberto existe a predominância da figura do acionista controlador, sendo assim, de maneira geral, o acionista controlador também é o administrador. Apesar dessa característica, existem empresas que possuem participação importante de seus investidores e estes não participam da gestão, e sim um administrador. Isso pode acarretar problemas de interesses divergentes e causar reflexos negativos na Contabilidade. O quadro do mercado de capitais brasileiros, que vem sofrendo mudanças nos últimos anos há uma crescente profissionalização do mercado e de seus agentes, representando um aumento da concorrência e da cobrança por melhor qualidade das informações para os usuários. Outro ponto a ser considerado é que algumas empresas, visando captação de recursos estrangeiros, submetem-se às normas de outros países, talvez mais avançadas, podendo otimizar a qualidade e confiabilidade da sua Contabilidade.

2.3 Evidenciação

Iudícibus (2009) não trata a Evidenciação como um princípio, postulado ou convenção, mas como uma parte essencial da teoria da Contabilidade, pois está ligado diretamente ao objetivo da Contabilidade quando garante informação adequada e diferenciadas aos diversos públicos.

O Comitê de Pronunciamento Contábil – CPC 00 R1 (2011) confirma que as informações devem abranger um maior público e garantir sua tomada de decisões, tendo em vista que o objetivo das demonstrações contábeis é fornecer informações adequadas sobre a situação patrimonial e financeira da empresa, o desempenho e as mudanças na posição financeira da entidade, para atingir o maior número de usuários e auxiliá-los na tomada de decisões adequadas.

Ludícibus (2009) afirma que para saber a quantidade e o tipo adequado de evidenciação é necessário traçar o perfil do investidor, o quão sofisticado o leitor pode ser ao interpretar as informações, e verificar, em cada circunstância, a qualidade a quantidade de informações que ele suportará. Importante também conhecer o público certo, ou seja, não se pode esperar boas decisões de investimento partindo de leitores com vago conhecimento de Contabilidade e negócios.

A Comissão de Valores Mobiliários – CVM nº 684 (2012) aprovou o Pronunciamento Técnico CPC 40, que trata de Instrumentos Financeiros: Evidenciação. Esse pronunciamento requer a obrigatoriedade das empresas de capital aberto a divulgação sobre:

(a) relevância de instrumentos financeiros para a posição patrimonial e desempenho financeiro da entidade.

(b) informações qualitativas e quantitativas sobre exposição a riscos decorrentes de instrumentos financeiros, incluindo divulgações mínimas específicas sobre risco de crédito, risco de liquidez e risco de mercado. As divulgações qualitativas descrevem os objetivos, políticas e processos da administração para gerenciar esses riscos. As divulgações quantitativas fornecem informações sobre a extensão em que a entidade está exposta a riscos, com base nas informações fornecidas internamente ao pessoal-chave da administração da entidade. Em conjunto, essas divulgações fornecem uma visão geral do uso, pela entidade, de instrumentos financeiros e das exposições a riscos que eles criam.

Soares (2010) ressalta que um maior nível de *disclosure* traz muitos benefícios aos usuários da informação, pois proporciona a informação certa auxiliando no processo decisório e também cria condições para o desenvolvimento e a estabilidade do mercado de capitais, se refletindo na valorização da entidade, aumentando a credibilidade dos credores e dos investidores em relação à empresa, da mesma forma que contribui para o aumento da liquidez e a redução do custo de capital.

Com relação ao modo de evidenciar, muitas expressões e conceitos são utilizados, tais como: evidenciação adequada (*adequate disclosure*), evidenciação justa (*fair disclosure*), evidenciação plena (*full disclosure*). Embora haja diferença em seus significados e na forma de utilização destes termos, os conceitos permanecem interligados. Ludícibus (2009, p.111) defende que não existe uma efetiva diferença entre tais conceitos, mesmo tendo sido

empregados com significados distintos; todas as informações devem ser adequadas, justa e plena simultaneamente de acordo com o que está sendo evidenciado. Tendo em vista que a evidenciação deve prezar pela relevância para que os demonstrativos se tornem significativos e de total compreensão.

A evidenciação se refere ao conjunto das demonstrações contábeis e pode ser realizada de diversas formas, Ludícius (2009) cita estas: Forma e apresentação das demonstrações contábeis; informação entre parênteses; notas explicativas; quadros e demonstrativos suplementares; comentários do auditor; e relatório da administração.

Lima *et al.* (2007, p. 2) explicam que nas empresas não são divulgadas apenas as informações exigidas por lei, mas o *disclosure* abrange também a veiculação de todas as informações que sejam úteis a tomada de decisões pelos *stakeholders*. Portanto, o *disclosure* pode ser tanto compulsório, como voluntário, quantitativo ou não.

O Comitê de Pronunciamento Contábil – CPC 00 (2008) divulgou que:

[...] as demonstrações contábeis não fornecem todas as informações que os usuários possam necessitar, uma vez que elas retratam os efeitos financeiros de acontecimentos passados e não incluem, necessariamente, informações não-financeiras. Demonstrações contábeis também objetivam apresentar os resultados da atuação da Administração na gestão da entidade e sua capacitação na prestação de contas quanto aos recursos que lhe foram confiados. Aqueles usuários que desejam avaliar a atuação ou prestação de contas da Administração fazem-no com a finalidade de estar em condições de tomar decisões econômicas que podem incluir, por exemplo, manter ou vender seus investimentos na entidade ou reeleger ou substituir a Administração.

O CPC 00 R1 (2011), embora realizando algumas alterações referentes ao CPC 00 divulgado em 2008, considera ainda que as quatro principais características qualitativas que tornam a informação contábil útil são: Relevância, Confiabilidade, Comparabilidade e Materialidade. A seguir essas características serão retratadas com suas respectivas definições para melhor compreensão de sua importância dentro do contexto evidenciação.

2.3.1 Relevância

O Comitê de Pronunciamento Contábil – CPC 00 R1 (2011, p.9) diz que para as informações serem úteis e atender às necessidades dos usuários devem ser relevantes, ou seja, precisam ser capazes de influenciar as decisões econômicas dos usuários, auxiliando na avaliação de impactos de eventos passados, presentes ou futuros ou até mesmo

confirmar ou corrigir avaliações anteriores. Informações sobre a posição patrimonial e financeira passado são bastante utilizados para projeção posicionamentos e estratégias para um desempenho futuro, como por exemplo, pagamento de dividendos, alteração no preço das ações, dentre outros.

Hendriksen e Van Breda (1999) baseia-se no argumento do *Fasb*, quando associa a relevância das informações com Valor Preditivo, Valor como *Feedback* e Oportunidade. O valor preditivo está relacionado como um modelo de avaliação, onde as informações passadas, com a devida qualidade, aumentam as chances de prever futuros resultados. Para que os fatos sejam relevantes, eles necessitam servir de insumos para decisões a serem tomadas. Raramente as decisões são tomadas de forma isolada, o estudo de acontecimentos passados são de extrema importância para verificar eventuais falhas, corrigindo expectativas anteriores para buscar melhores resultados futuros, esse método é denominado como *Feedback*. Contudo, a informação não consegue ser relevante quando não for oportuna, ou seja, deve estar disponível ao usuário no momento certo para que assim não perca a capacidade de influenciar na decisão.

É importante ressaltar que a relevância permite distinguir o conceito de informações e dados, nem todos os dados podem ser consideradas informações, somente aqueles que tragam algo importante para ser transmitido, reduzindo incertezas por parte dos usuários.

2.3.2 Confiabilidade

A informação contábil necessita da confiabilidade, ou seja, deve estar livre da presença de erros e de viés. Qualquer evento divulgado deve ser apresentado de forma imparcial, desconsiderando interesses de alguma das partes, tanto empresa quanto de qualquer usuário. Hendriksen e Van Breda (1999), de acordo com o FASB, abordam alguns termos diretamente relacionados com a Confiabilidade, que devem prevalecer juntos, a fim de constatar a confiabilidade das informações fornecidas aos usuários.

Quadro 1 – Características da Confiabilidade

Fidelidade de Representação	As informações devem representar fielmente os fenômenos ocorridos, a fidelidade de representação é a relação entre o evento e como ele foi retratado.
Verificabilidade	Relaciona-se com o ato de comprovar sua

	veracidade, se a informação está livre de subjetividade, assegurando a realidade.
Neutralidade	A neutralidade é a ausência de viés na direção de um resultado predeterminado, garantindo a transparência da realidade sem interesses envolvidos.

Fonte: Adaptado de Hendriksen e Van Breda, 1999.

No mercado de capitais, é imprescindível que os investidores e credores possuam informações claras, concisas e livre de viés. Para que possam ter o conhecimento devido das companhias de interesse, tem o direito de obter informações imparciais, que mostrem a realidade e o desenvolvimento da empresa, sem a influência e nem direcionamento por nenhuma parte interessada.

2.3.3 Comparabilidade

As informações contábeis estão presentes para que os usuários possam analisar como está o desempenho econômico-financeiro da entidade desejada. Entretanto, essas informações geram o poder de comparabilidade, ou seja, a capacidade de o usuário comparar uma entidade a outra de maneira a verificar semelhanças e diferenças relevantes, fazendo assim um parâmetro de sua evolução ou tendências.

A Resolução nº 1.374/11 do Conselho Federal de Contabilidade – CFC (2011) diz que:

Comparabilidade é a característica qualitativa que permite que os usuários identifiquem e compreendam similaridades dos itens e diferenças entre eles. Diferentemente de outras características qualitativas, a comparabilidade não está relacionada com um único item. A comparação requer no mínimo dois itens.

Hendriksen e Van Breda (1999) explica que a comparabilidade entre as empresas está relacionada com duas características ao mesmo tempo: a uniformidade e a consistência das informações. A uniformidade permite disponibilizar informações de eventos organizados em um padrão contábil, visando a garantia de conseguir seu objetivo, que é a comparabilidade destas informações. Ao longo do tempo surgem certas dificuldades nos procedimentos e métodos de avaliação das empresas, necessitando consistência no uso desses métodos, ou

seja, visar diminuir análise de dados que sejam comparados de maneiras e datas distintas, demandando, portanto, um método mais aprimorado para detalhar a situação das empresas.

A garantia dessa comparabilidade está ligada a adoção de um método de evidenciação adequado e eficaz. Caso essas informações sejam lançadas de forma aleatória pode comprometer a sua comparação pelos usuários, levando-o a analisar superficialmente e possibilitando a uma tomada de decisão equivocada. Na visão das Instituições financeiras, Goulart (2003) exemplifica o investidor, caso ele tenha disponibilizado apenas o valor da rentabilidade de seu investimento, provavelmente ele irá optar pelo maior, porém se atrelado a essa informação trazer o risco, talvez ele modifique sua decisão.

2.3.4 Materialidade

Com o propósito de evitar desperdício de tempo e dinheiro a Contabilidade preza o registro apenas de eventos dignos de atenção e na ocasião oportuna. A materialidade está relacionada com o conceito de relevância, a escolha de qual informação deverá ser evidenciada, cuja sua omissão traga influencia significativa sobre resultados, decisões e tendências da empresa.

Para Hendriksen e Van Breda (1999, p.103):

A materialidade pode estar relacionada à significância de mudanças de valor, a correções de erros em relatórios anteriores ou aos vários mecanismos de divulgação de dados quantitativos e descrições ou qualificações relevantes desses dados. Tais mudanças, correções e descrições deverão ser consideradas como possuidoras de materialidade se forem suficientemente grandes ou importantes para influenciar as decisões dos usuários de relatórios financeiros.

É importante destacar que pode ocorrer algum evento imaterial e mesmo assim ter relevância. A situação mais detalhada poderá auxiliar em mudanças dentro da empresa, como por exemplo, se todos os meses houver uma diferença de um valor pequeno no Balancete de Verificação do Razão poderá ser um evento imaterial, porém considerando o fato de ocorrer constantemente esse evento poderá ser considerado como relevante, o sistema contábil provavelmente estará com problemas.

2.4 Fatos Relevantes

O CPC 40 R1 (2012) comprova a importância e necessidade dos meios de Evidenciação das empresas, determinando regras para a divulgação dessas informações, permitindo que

os usuários avaliem a significância desses instrumentos financeiros para melhor avaliação de sua posição patrimonial e financeira e analisar como está seu desempenho, mediante informações claras, concisas e confiáveis. Tudo aquilo que ocorre com a empresa e que possa gerar alguma influência na entidade e na perspectiva de avaliação dos interessados, devem ser divulgados para segurança destes.

O objetivo deste Pronunciamento é exigir que a entidade divulgue nas suas demonstrações contábeis aquilo que permita que os usuários avaliem:

- (a) a significância do instrumento financeiro para a posição patrimonial e financeira e para o desempenho da entidade; e
- (b) a natureza e a extensão dos riscos resultantes de instrumentos financeiros a que a entidade está exposta durante o período e ao fim do período contábil e como a entidade administram esses riscos. (CPC 40 R1, 2012)

Soares (2010) entende que a informação contábil direcionada para cada usuário deve ser essencial, plena, justa. A informação que não é relevante deverá ser excluída, permitindo assim significância nas demonstrações contábeis e facilidade na compreensão. Todas as empresas devem divulgar informações qualitativas e quantitativas que possibilitem aos usuários compreenderem melhor as atividades desenvolvidas e seus próprios riscos, observando não menos os aspectos de tempestividade, detalhamento, e relevância adotados.

A Comissão de Valores Mobiliários – CVM nº358/2002 dispõe em seu texto sobre a divulgação e o uso de informações sobre ato ou fato relevante relativo às companhias de capital aberto, bem como disciplina a divulgação de informações na negociação de valores mobiliários e na compra de ações, estabelecendo também algumas vedações e condições nestas negociações.

A Instrução CVM nº358/2002 traz ainda em seu artigo 2º a definição mais específica da relevância desses atos ou fatos ocorridos nas empresas:

Art. 2º Considera-se relevante, para os efeitos desta Instrução, qualquer decisão de acionista controlador, deliberação da assembleia geral ou dos órgãos de administração da companhia aberta, ou qualquer outro ato ou fato de caráter político-administrativo, técnico, comercial ou econômico-financeiro ocorrido ou relacionado aos seus negócios que possa influir de modo ponderável:

- I - na cotação dos valores mobiliários de emissão da companhia aberta ou a eles referenciados;
- II - na decisão dos investidores de comprar, vender ou manter aqueles valores mobiliários;
- III - na decisão dos investidores de exercer quaisquer direitos inerentes à condição de titular de valores mobiliários emitidos pela companhia ou a eles referenciados. (CVM,2002)

Como complemento a definição em caput, essa Instrução ainda cita doze exemplos considerados atos ou fatos relevantes, dentre outros, tem-se: assinatura de acordo ou contrato de transferência do controle acionário da companhia, ainda que sob condição suspensiva ou resolutiva; mudança no controle da companhia, inclusive através de celebração, alteração ou rescisão de acordo de acionistas; ingresso ou saída de sócio que mantenha, com a companhia, contrato ou colaboração operacional, financeira, tecnológica ou administrativa; mudança de critérios contábeis; renegociação de dívidas.

No ano de 2014, A Comissão de Valores Mobiliários – CVM alterou a Instrução CVM nº358/02 através da CVM nº 547/14, a fim de flexibilizar o regime de divulgação de informação sobre o ato ou fato relevante, entrando em vigor no dia 10 de março de 2014. A principal modificação foi a redução da exigência de três para um portal de notícias, no caso de a companhia preferir o meio eletrônico para sua divulgação, sendo que o documento também deve estar disponível no site da CVM e, quando for o caso, do mercado onde os valores mobiliários forem admitidos a negociação.

Hendriksen e Van Breda (1999) diz que a eficiência de mercado de capitais tem sido objetivo de estudo há vários anos. Uma constatação inicial aborda que as variações de preços nos mercados de capitais não eram correlacionadas, dando início ao estudo conhecido como Hipótese de Mercado Eficiente (HME), levando a uma análise de três formas de eficiência de mercado: fraca, semiforte e forte.

Quadro 2 – Formas de Eficiência de Mercado

Forma Fraca da HME	Os preços dos títulos refletem completamente as informações implícitas na sequência passada dos próprios preços. Não é possível obter ganhos extraordinários simplesmente conhecendo os preços passados.
Forma Forte da HME	Toda Informação relevante disponível está refletida nos preços dos títulos, ou seja, os preços refletem integralmente tanto a informação privilegiada quanto toda informação publicamente disponível.
Forma Semiforte da HME	Situa-se entre as formas fraca e forte. Os preços dos títulos refletem toda informação publicamente disponível, incluindo informações a respeito de preços correntes e passados, mas exclui a informação privada.

Fonte: Adaptado de Hendriksen e Van Breda, 1999.

O autor afirma ainda que para um mercado ser eficiente não necessariamente precisa que todos os investidores acreditem que ele seja, basta que haja profissionais e investidores em um número considerável que absorvam corretamente e de forma rápida as informações. Quando surge uma nova informação, todos os usuários ajustarão suas expectativas em função disso e ocorrerá, portanto, novas transações a um novo preço de equilíbrio.

Importante destacar que o artigo 6º da CVM nº358/02 traz uma ressalva que os atos ou fatos relevantes podem deixar de ser divulgados, porém apenas em casos excepcionais, caso os administradores ou controladores identificarem que a revelação poderá colocar em risco interesses legítimos da companhia. Ainda em seu parágrafo único diz que os responsáveis são obrigados a divulgar imediatamente o ato ou fato relevante que ocorra, na hipótese de que essa informação escape ao controle ou se ocorrer oscilação atípica na cotação, preço ou da quantidade negociada dos valores mobiliários.

Cada vez mais os usuários cobram das empresas informações adicionais e mais detalhadas, quanto mais transparente a empresa for, mais fácil será de manter ou captar novos recursos, pois trará uma confiança maior aos investidores. Niyama (2013, p.6) explica:

Em certas situações, os investidores de uma empresa irão requerer informação adicional da mesma, além daquela que, tradicionalmente, é divulgada para o público. Essas exigências, pois, tornam-se mais imperativas quanto maior for a necessidade de recursos da empresa. Quando o nível de detalhamento não é considerado suficiente para o financiador, ele tende a considerar o investimento como sendo de maior risco, exigindo, então, uma maior contrapartida em termos do custo do dinheiro.

2.5 Teoria da Comunicação

Silva (2015) coloca questionamentos iniciais e básicos para auxiliar na compreensão do que é a Comunicação, chegando a evidenciar que é o ato ou efeito de emitir, transmitir, receber e trocar mensagens através de métodos convencionais, como por exemplo, a linguagem. Chega ainda a acrescentar que o processo da Comunicação é uma transformação de um sistema em outro sistema, como se fosse um organismo vivo.

Filho e Nikagawa (2010) explica que a Teoria da Comunicação foi desenvolvida inicialmente por Claude Shannon em 1949, sob uma abordagem matemática e com a finalidade de resolver problemas com a transmissão de sinais no campo da telecomunicação. Esse modelo geral contemplou três dimensões: A dimensão técnica que se relaciona com o

processo técnico de transmissão de sinais; A dimensão semântica que diz respeito à precisão com que os símbolos podem “transportar” os significados desejados; e por fim a Dimensão pragmática que se relaciona à eficiência com que os “significados recebidos” despertam comportamentos.

Bordenave (2002) acredita no imenso poder da comunicação, pois contribui para a modificação dos mais diferentes significados que as pessoas atribuem as coisas. A linguagem utilizada serve como um instrumento integrador que pode servir como um diferenciador de grupos, servindo até mesmo como um instrumento de manipulação das pessoas. Um dos exemplos abordado pelo autor é a publicidade comercial, que explora engenhosamente a capacidade de as palavras conotarem significados gratificantes, utilizando-se da manipulação de mensagens persuasivas, como por exemplo destacar qualidades e silenciar defeitos e limitações, condicionar uma gratificação a aquisição e uso do produto, uso de expressões ambíguas e vagas que insinuam efeitos inverificáveis porem atraentes, dentre outras técnicas.

Serra (2007, p.33) aborda no Manual de Teoria da Comunicação:

Ao contrário do que indica a sua morfologia, “teoria da comunicação” é uma expressão que se refere não só a um plural como a um plural extremamente problemático. Bastaria, para tal constatação, limitarmo-nos a percorrer os índices dos vários manuais ou a consultar os programas das várias instituições universitárias que versam sobre o tema.

Bedford e Baldouni (1962) já associava a contabilidade como um sistema integrado ao processo de comunicação ou como função desse processo, classificando em duas dimensões principais, uma envolvendo a observação e outra relacionada à produção. Essa primeira corresponde a recepção da informação sobre o evento econômico da empresa, sua interpretação e a escolha da informação a ser comunicada, já a dimensão produtiva representa a codificação da informação como mensagem e sua transmissão aos destinatários através de demonstrações contábeis e publicações.

Em relação ao emissor, Dias Filho e Nakagawa (2001) abordam três fatores que influenciam seu comportamento, objetivo e mecanismos de codificação no ato comunicativo, que são:

Quadro 3 – Fatores que influenciam comportamento do emissor

Habilidades Comunicativas	Os níveis de habilidade comunicativa designam a fidelidade da comunicação, pois atuam sobre a capacidade em particular de avaliar seus próprios objetivos e a capacidade de codificar a mensagem da forma pretendida corretamente.
---------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Grau de Conhecimento do Emissor	O nível de conhecimento do emissor relaciona-se com o conhecimento do próprio processo de comunicação, representando pelo conhecimento do emissor sobre o assunto a ser transmitido.
Posição do Emissor no Sistema Sociocultural	Para tudo, necessita-se que a fonte possa comunicar-se como livre agente, sem influências por sua posição no âmbito sociocultural.

Fonte: Adaptado de Dias Filho e Nakagawa, 2001.

O autor afirma ainda que, referindo-se ao canal utilizado, é importante um estudo para decidir qual a melhor forma de atingir o receptor e com menor custo, sendo que essa escolha dependerá da adequação do conteúdo relacionado com as características do receptor, dentre outros aspectos.

Segundo Colauto (2005), para a contabilidade a comunicação só irá cumprir sua finalidade quando as informações sobre eventos econômicos forem decodificados de forma que o usuário/receptor esteja hábil para tomar a melhor decisão. Essa eficiência na decodificação ao analisar os dados para tomada de decisão é variável em relação a compreensão dos conceitos e do entendimento das sintaxes do processo que foi utilizado na comunicação. Moreira (2009) destaca que, caso o usuário da informação contábil não consiga interpretar da maneira correta, não poderá afirmar que se concretizou a comunicação devida.

2.6 Comunicações narrativas

Hendriksen e Van Breda (1999) aponta que o relatório do contador deve conter todos os dados financeiros relevantes e importantes da empresa, apresentando as demonstrações financeiras, notas explicativas, quadros e demonstrações complementares, bem como o parecer de auditoria. A fim de garantir melhor compreensão dos receptores, essas informações podem ser apresentadas e forma narrativa pela própria administração da empresa.

O Instituto Brasileiro de Governança Corporativa – IBGC (2009) explica que a administração da empresa deve manter uma boa relação com os usuários, demonstrando transparência, com informações equilibradas e de qualidade, informando-os sobre todos os acontecimentos

importantes, aspectos positivos e negativos, de forma clara e prevalecendo a substância sobre a forma, oferecendo assim uma correta compreensão aos interessados.

A comunicação tem por finalidade que a mensagem seja recebida e interpretada pelo leitor com as intenções iniciais do remetente, *Clatworthy e Jones (2001)* em seu estudo afirma que embora a compreensibilidade e legibilidade sejam métodos de avaliação da dificuldade dos textos há diferença entre os termos. A compreensibilidade consiste na capacidade de o leitor entender a informação/conteúdo repassada pelo texto. A legibilidade está diretamente ligada à dificuldade da leitura do texto, depende estritamente ao estilo escolhido para a forma que foi escrita.

2.7 Estudos Anteriores

Nesta seção serão destacados alguns estudos realizados que se referem ao tema abordado neste trabalho, dando enfoque a pesquisas envolvendo empresas de capital aberto relacionados com seu público, ou seja, os usuários das informações divulgadas.

Avaliação da influência de textos narrativos de fatos relevantes no preço das ações de empresas brasileiras (FELIPE, E.S., Brasília: UnB, 2008) é um estudo sobre as decisões da administração de todas as companhias abertas listadas na Bovespa, utilizando-se de fatos relevantes divulgados, trazendo como questionamento principal como a essas informações divulgadas podem influenciar na decisão dos usuários. Ao final observou-se um conservadorismo no mercado financeiro, quando envolvendo fatos pessimistas houve decréscimo no retorno anormal das ações, enquanto diante de fatos otimistas essa variação foi pouco significativa.

Análise da legibilidade dos textos narrativos dos fatos relevantes divulgados pelas empresas brasileiras de capital aberto nos anos de 2002 a 2006 (FERNANDES, J. L. T.; SILVA, C. A. T., 2007) centraliza o estudo em textos narrativos de fatos relevantes quanto a sua legibilidade. Esses comunicados são muito importantes, pois são frequentemente utilizados por investidores na tomada de decisão, são divulgados a qualquer momento pelas empresas e não sofrem auditoria. O estudo analisou a comunicação desses textos, se estariam disponíveis em uma linguagem fácil para entendimento do leitor, constatando-se que maioria dos textos são apresentados de forma mais complexa. Ao longo dos anos foi reduzida a quantidade dessas divulgações, trazendo textos maiores, porém em relação a lucro, prejuízo e proventos em dinheiro a legibilidade era mais fácil.

Análise das variáveis que influenciam as informações divulgadas nos relatórios da administração das companhias abertas brasileiras: um estudo empírico nos anos de 2001 a 2003 (SILVA, C. A. T; RODRIGUES, F. F., 2006) traz uma pesquisa no intuito de verificar o grau de utilidade, transparência e confiabilidade dos relatórios da administração. Os relatórios estudados continham informações importantes e úteis, e após análise, constatou-se que em tais informações havia a existência de certo viés na divulgação, podendo prejudicar a análise dos usuários ou distorcer a percepção dos investidores.

Análise do Processo da Comunicação Contábil: Uma contribuição para a solução de problemas semânticos, utilizando conceitos da Teoria da Comunicação (FILHO, J. M. D.; NAKAGAWA, M., 2001) procura discutir até que ponto usuário consegue compreender a terminologia utilizada na divulgação das informações, tomando por base a literatura corrente e alguns resultados de pesquisas. Concluiu-se que existem problemas relacionados a compreensibilidade das informações contábeis e os autores propõem que sejam realizadas pesquisas periódicas no sentido de levantar as características médias dos usuários a fim de identificar possíveis dificuldades advindas destes.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Classificação da Pesquisa

3.1.1 Tipologia de pesquisa quanto aos objetivos

A pesquisa se tratando dos objetivos será classificada como exploratória, já que essa área abordada ainda é pouco aprofundada. O estudo para obter um melhor esclarecimento dará a partir dos autores e trabalhos acerca da Teoria da Contabilidade, visando que o arcabouço conceitual é extenso e pode acrescentar um bom conhecimento a produção.

Raupp e Beuren (2006) caracterizam como pesquisa exploratória quando há pouco conhecimento sobre a temática abordada, e então, por meio de estudo exploratório procura-se entender melhor o assunto, para que assim possa ficar claro e prosseguir com o trabalho. O autor destaca o aprofundamento de conceitos preliminares de uma temática que antes não tinha conhecimento necessário, assim contribuindo para o esclarecimento do assunto abordado.

Gil (2009) traz como objetivo proporcionar maior familiaridade com o tema, aprimorando ideias. Se planejamento possibilita considerações de variados aspectos aos fatos estudados, trazendo flexibilidade, na maioria das vezes assumindo forma de pesquisa bibliográfica ou estudo de caso.

Duarte (2014) reforça dizendo:

[...] a pesquisa exploratória permite uma maior familiaridade entre o pesquisador e o tema pesquisado, visto que este ainda é pouco conhecido, pouco explorado. Nesse sentido, caso o problema proposto não apresente aspectos que permitam a visualização dos procedimentos a serem adotados, será necessário que o pesquisador inicie um processo de sondagem, com vistas a aprimorar ideias, descobrir intuições e, posteriormente, construir hipóteses.

3.1.2 Tipologia de pesquisa quanto aos procedimentos

O procedimento deste trabalho será a partir da pesquisa bibliográfica. Todo o referencial buscado para tomar melhor conhecimento e formar um conceito acerca do tema da pesquisa foi provindo de livros, revistas, trabalhos científicos publicados anteriormente, dentre outros.

Gil (2009) define a pesquisa bibliográfica como sendo desenvolvida a partir de material já produzido, principalmente livros e artigos científicos, havendo ainda pesquisas utilizando apenas fontes bibliográficas. O autor destaca ainda que:

A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Essa vantagem torna-se particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço [...] Essas vantagens da pesquisa bibliográfica têm, no entanto, uma contrapartida que pode comprometer em muito a qualidade da pesquisa. Muitas vezes, as fontes secundárias apresentam dados coletados ou processados de forma equivocada. (GIL, 2009, p.45)

Amaral (2007) trata a pesquisa bibliográfica como uma etapa fundamental para qualquer trabalho científico, pois influenciará em todas as etapas da pesquisa desejada. Destaca também que é imprescindível que todo trabalho científico inicie-se por uma pesquisa bibliográfica do tema em questão através de diversos meios, a fim de atingir os objetivos que cita como sendo: fazer um histórico do tema atualizar-se sobre o tema escolhido, encontrar respostas aos problemas, levantar contradições sobre o tema e evitar repetição de trabalhos já realizados.

No que concerne a estudos contábeis, Raupp e Beuren (2006) dispõe que a pesquisa bibliográfica sempre está presente, auxiliando os estudantes a conhecer o que já foi produzido de importante, a partir de publicações de outros autores, implicando também o desenvolvimento do próprio trabalho, podendo reunir e incluir fragmentos encontrados a fim de reforçar as afirmativas em estudo.

3.1.3 Tipologia de pesquisa quanto à abordagem do problema

A pesquisa de tipologia bibliográfica terá uma abordagem qualitativa e quantitativa, tendo em vista que estes são métodos que podem se complementar, auxiliando para grande melhoria nos resultados obtidos. Dias (2014) traz a pesquisa qualitativa caracterizada, principalmente, pela ausência de medidas numéricas e análises estatísticas, analisando de maneira mais profunda e subjetiva, já na pesquisa quantitativa existe a possibilidade de medidas quantificáveis de variáveis e inferências a partir de amostras. Esse tipo de pesquisa utiliza medidas numéricas para testar hipóteses, ou busca padrões numéricos relacionados a conceitos cotidianos.

Raupp e Beuren (2006) afirma que a pesquisa qualitativa destaca características não observadas em um estudo quantitativo, é uma análise mais profunda em relação ao fenômeno estudado. Para a Contabilidade é bem comum este tipo de pesquisa, apesar de lidar com números é uma ciência social, justificando o uso da abordagem qualitativa.

O autor diz ainda que, diferente da pesquisa qualitativa, a abordagem quantitativa é caracterizada pela parte estatística para coleta e tratamento dos dados, preocupando-se apenas com o comportamento geral dos acontecimentos, tem a intenção de garantir a precisão dos resultados, evitar equívocos de análise e interpretações, possibilitando segurança nos estudos.

3.2 Universo e Amostra

O estudo será realizado com as empresas do Setor Financeiro de Capital Aberto listadas na Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA, que corresponde ao universo de 27 empresas, representado por:

- Alfa Holdings S.A
- Banestes S.A – Bco Est. Espírito Santo
- Banco ABC Brasil S.A
- Banco Alfa de Investimentos S.A
- Banco Amazônia S.A
- Banco Bradesco S.A
- Banco do Brasil S.A
- Banco BTG Pactual S.A
- Banco Daycoval S.A
- Banco Estado do Sergipe S.A – Banese
- Banco Estado do Pará S.A
- Banco Estado do Rio Grande do Sul S.A
- Banco Industrial e Comercial S.A
- Banco Indusval S.A
- Banco Mercantil de Investimentos S.A
- Banco Mercantil do Brasil S.A
- Banco do Nordeste do Brasil
- Banco Panamericano S.A
- Banco Patagônia S.A
- Banco Pine S.A
- Banco Santander (Brasil) S.A
- Banco Sofisa S.A
- BRB Banco de Brasília S.A

- Consórcio Alfa de Administração S.A
- Itaú Unibanco Holding S.A
- Itausa Investimentos Itaú S.A
- Paraná Banco S.A

3.3 Procedimentos de Coleta de Dados

Para o desenvolvimento do estudo foram coletados todos os fatos relevantes divulgados nos anos de 2011, 2012, 2013 e 2014 das 27 Instituições Financeiras de Capital aberto listadas no sítio da Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA, na *internet* < <http://www.bmfbovespa.com.br/>>. Com relação à cotação de fechamento das ações negociadas, as empresas relacionadas divulgaram essas informações na Bovespa e serão coletadas por meio de dados obtidos junto ao site Fundamentus < <http://www.fundamentus.com.br/>> que tem como base de dados a CVM, e tem extrema credibilidade no mercado financeiro.

4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Classificação dos Fatos Relevantes

Os arquivos baixados foram lidos individualmente e classificados em otimistas, pessimistas e neutros. A classificação deu-se com relação aos acontecimentos divulgados a qual as empresas vivenciaram naquelas respectivas datas, levando em consideração também a linguagem empregada. Sendo assim, informações com linguagens simples e que evidenciaram acontecimentos benéficos a empresa foram considerados positivos, por outro lado, informações mais complexas e até mesmo noticiando algum fato possivelmente prejudicial, foram classificadas como negativas. Aquelas a qual seu conteúdo era apenas informativo, sem tanta capacidade de influência, foram abordadas como neutras e retiradas da amostra.

A classificação de todos os textos foi realizada utilizando-se critério de avaliação e interpretação própria de cada fato. Sendo assim, possibilitou-se mais aproximação dos usuários cotidianos, que buscam informações relacionadas à situação da companhia no momento da ocorrência dos fatos e os possíveis efeitos gerados por eles. Foi feito levantamento e conseqüente organização dos fatos em quantidade, de acordo com período – no caso anual.

Quadro 4 – Classificação Individual das Instituições

Empresa	2010		2011		2012		2013		2014	
	POS.	NEG.	POS.	NEG.	POS.	NEG.	POS.	NEG.	POS.	NEG.
Banco ABC Brasil	0	1	0	2	0	1	0	1	0	0
Banco Amazônia	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
Banco de Brasília	1	0	1	0	1	0	4	1	8	2
Banco do Brasil	6	5	3	0	7	5	11	7	9	2
Banco do Nordeste	0	0	0	0	0	0	3	0	1	1
Banco Industrial e Comercial	1	0	1	1	0	0	2	0	4	4

Banco Indusval	0	1	0	3	2	0	2	1	0	0
Banco Mercantil do Brasil	3	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Banco Pine	2	0	5	1	5	0	2	1	2	1
Banestes	1	1	1	0	1	0	1	1	3	1
Bradesco	8	2	8	0	6	3	4	3	5	0
BTG Pactual	0	0	0	0	3	2	1	0	2	0
Daycoval	3	0	6	2	2	1	7	0	3	0
Itau	6	0	6	1	9	2	5	0	5	0
Itausa	4	2	5	2	4	0	5	0	5	0
Panamericano	3	1	6	2	3	1	1	2	1	0
Paraná	5	0	4	0	2	0	0	0	2	1
Santander	1	1	2	1	0	1	2	0	11	1
Sofisa	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0

Fonte: Dados da Pesquisa, 2015.

O quadro acima apresenta uma visão geral e mais detalhada de cada empresa ao passar dos anos em relação as suas divulgações, abordando a quantidade de Fatos como Positivo (POS.) e Negativo (NEG.). Conforme exposto anteriormente, os Fatos Relevantes não possuem regras para divulgação, por isso observa-se certa discrepância na quantidade de textos que varia de empresa para empresa, onde predomina maior número de divulgações nas grandes empresas, que possuem maior capital aberto ao público e maiores valores de cotação, de acordo com a Bovespa.

Para melhor visualizar os valores e obter uma análise mais concreta e que possa abordar em âmbito geral, foi somada a quantidade de todos os textos divulgados das empresas ano a ano para avaliar a tendência de divulgação do setor financeiro por completo e não mais as empresas individualmente, dessa vez incluindo os neutros para realizar um comparativo da

evolução e dos métodos/técnicas que se utilizam para divulgar, resultando no seguinte quadro:

Quadro 5 - Classificação Geral dos Dados Coletados

Ano	Positivo	Negativo	Neutro	Total
2010	45	15	14	74
2011	47	14	4	65
2012	46	16	8	70
2013	50	18	17	85
2014	64	13	13	90
Total	252	76	56	384

Fonte: Dados da Pesquisa, 2015

O primeiro ponto da pesquisa a ser analisado está representado no quadro, a qual se encontra a soma dos fatos relevantes de todas as instituições separadas de acordo com a classificação inicial proposta para futura análise. Identifica-se o fato das empresas divulgarem mais informações de cunho positivo para o público, e com o passar dos anos esse número de publicações crescerem.

Para os fatos divulgados, os quais não geraram alteração no preço das ações, ou seja, a cotação permaneceu a mesma com o passar dos dias, foram considerados também como neutros, por não alterarem a base do estudo em análise, conseqüentemente, foram retiradas do estudo. O gráfico a seguir apresenta a evolução dessas divulgações conforme os anos estudados, onde os fatos positivos lideram nas divulgações e sua tendência é de crescimento. Os fatos negativos não se aproximam dos valores encontrados positivos, porém encontram-se em número considerável, ao passar dos anos teve um crescimento e ao chegar no ano de 2014 obteve uma queda notável.

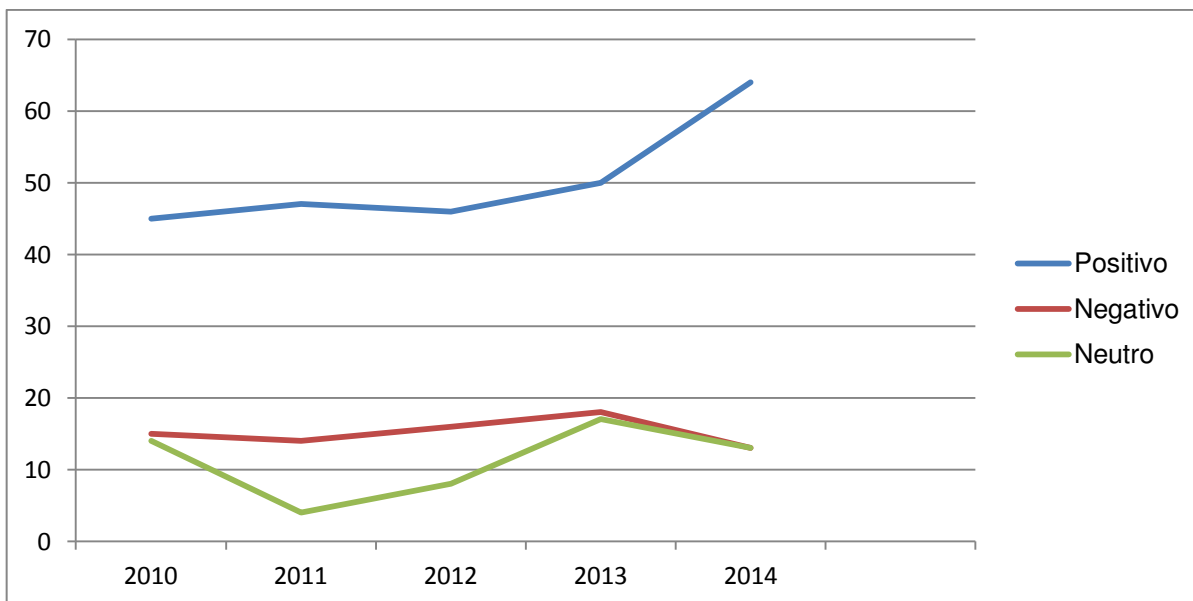


Gráfico 1 – Evolução das Classificações
 Fonte: Dados da Pesquisa, 2015

Foram selecionadas as 27 instituições Financeiras Bancárias para a análise, onde apenas 21 empresas continham informações de Fatos Relevantes divulgadas nos anos de 2010 a 2014. Porém duas das empresas não possuíam cotação divulgada pelo site no período estudado, que foram Banco do Estado do Pará S.A e Banco Patagônia S.A., sendo também excluídas do estudo, restando 19 entidades para análise. Portanto, para efetivar o estudo foi recolhido o total de 383 fatos representativos.

4.2 Análise dos Fatos Relevantes quanto à cotação

Após classificação dos Fatos Relevantes, foram analisados os preços das cotações de acordo com a data da divulgação do fato, ou seja, foi realizado um comparativo com o valor exposto anteriormente a data do fato e posteriormente para verificar a variação diante o acontecimento exposto ao público. Se quando publicado o Fato Otimista o preço da ação subiu, foi selecionado como um caso de sucesso, ou seja, acompanhou a variação. Da mesma maneira interpretam-se os Fatos Negativos a qual houve queda no preço das ações, a cotação acompanhou a informação divulgada. Diante disso, tem-se o seguinte quadro com os resultados obtidos:

Quadro 6 – Classificação dos dados Quanto a Cotação

Ano	Acompanhou a Variação (Sucesso)		Não Acompanhou a Variação (Fracasso)	
	Positivo	Negativo	Positivo	Negativo
2010	32	13	13	2
2011	31	12	16	2
2012	35	15	11	1
2013	37	16	13	2
2014	45	13	19	0
Total	180	69	72	7

Fonte: Dados da Pesquisa, 2015

Na etapa anterior do estudo foi constatado um maior número de divulgações de Fatos considerados positivos. Nesse momento observa-se um índice considerável desses fatos positivos que não acompanharam de fato o valor crescente das ações, ou seja, embora a divulgação traga pontos positivos, houve outras influências de mercado que auxiliaram na queda desses preços. Porém, com exceção de 2011, os fatos que não seguiram a variação positiva não ultrapassaram a faixa de 50%, ou seja, maioria ainda prevaleceu a favor do estilo divulgado, mantendo a cotação crescente.

Para os fatos considerados negativos prevaleceram os casos de sucesso, onde as cotações acompanharam a tendência de decréscimo, havendo queda nos preços das ações em decorrência da notícia divulgada na faixa de datas das divulgações. Um número mínimo apresentou divergência (fracasso), embora o fato tenha sido classificado como negativo, houve aumento em seu valor.

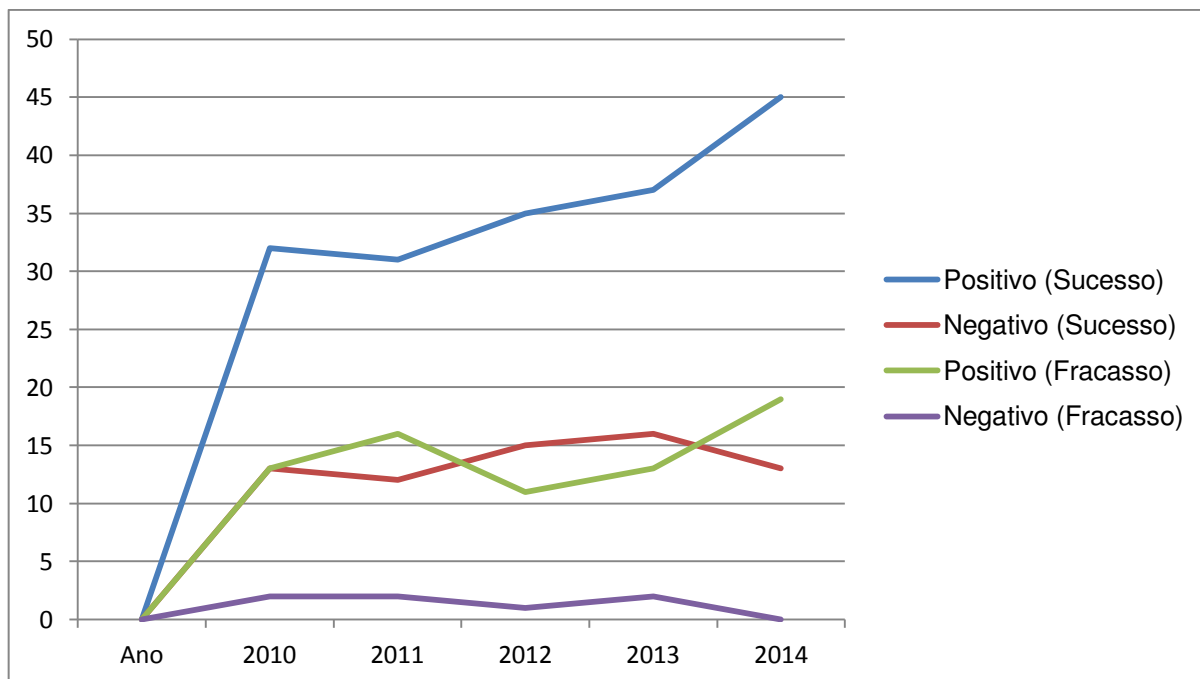


Gráfico 2 – Variação das Tendências de Sucesso e Fracasso
Fonte: Dados da Pesquisa, 2015

A fim de obter uma melhor visualização da análise, os dados anteriores foram convertidos no Gráfico 2, mostrando o comportamento dessas variações de acordo com os anos em estudo. É bastante perceptível o crescimento com o passar dos anos dos casos de Sucesso para Pontos Positivos, bem como os casos de Sucesso nos Fatos Negativos mantém um nível bem acima dos casos de Fracasso, comprovando uma forte tendência à aceitação da hipótese inicial sobre a influência desses textos relevantes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os usuários das informações estão cada vez mais ativos com relação às divulgações contábeis das empresas, visando obter melhor conhecimento do cotidiano da empresa e manter o acompanhamento que julgarem necessário. A Comissão de Valores Mobiliários determina que as empresas divulguem todas as informações que possam ser de caráter influenciável e relevante aos usuários, à medida que os fatos ocorram. Por outro lado, essa divulgação não sofre nenhum tipo de monitoramento nem auditoria, deixando-as livres para divulgarem na linguagem que entenderem por adequada, podendo ocasionar até mesmo certa influência na sua evidenciação.

O presente estudo selecionou as Instituições Financeiras Bancárias listadas na Bovespa para verificar se a divulgação destes fatos relevantes poderia ocasionar alguma oscilação no preço das ações. É fundamental destacar inicialmente que existem diversas variáveis que podem participar destas oscilações, inclusive a forma em que as informações são evidenciadas diretamente ao público. Lembrando que, os Fatos Relevantes são textos narrativos de melhor compreensão aos mais diversos tipos de usuários, já que explicam alguma notícia que esteja ocorrendo dentro da entidade.

Da amostra recolhida percebeu-se que todas as empresas tendem a divulgar os fatos buscando identificá-los como algo positivo a empresa, exaltando boas notícias (rendimentos, distribuição de lucros, dentre outros) e até mesmo amenizando as que poderiam comprometer a empresa, como índices abaixo dos esperados, notícias lançadas pela imprensa, dentre outros. Quando se trata de decisões tomadas pela administração, a maioria enfatiza posteriormente qual será o benefício futuro.

Foram classificados como positivos, a partir de sua linguagem e notícia traga, 252 textos, onde aproximadamente 60% acompanharam de fato o índice de variação crescente no preço das ações, ou seja, a evidenciação desses fatos relevantes ocasionaram uma elevação e valorização no preço das ações. Nota-se que, embora a maioria acompanhar o crescimento das ações, boa parte dos fatos que eram considerados positivos foram classificados como fracasso, demonstrando que não apenas o fato estava influenciando nesse momento, e sim outros fatores de mercado levaram as ações caírem de valor.

Se tratando dos fatos negativos que foram divulgados, foram classificados apenas 67 textos, onde aproximadamente 90% acompanharam o índice de variação decrescente no preço das ações. A divulgação destas notícias afetou de maneira negativa as empresas, ocasionando uma queda em sua cotação e uma desvalorização no mercado durante esse período. Ficou

claro que as notícias negativas relacionadas com as empresas teve um peso bem maior em relação ao acompanhamento do preço, na medida em que percebeu-se que uma porcentagem alta dessa divulgação levou a queda de seus preços, percebendo-se um alto nível de influência para o lado negativo.

Dessa forma, buscando responder o questionamento inicial sobre a influência de textos narrativos com fatos relevantes das Instituições Financeiras, a análise evidencia que os fatos relevantes podem sim ser uma das variáveis que causam oscilações nas cotações, tendo em vista que mostram o cotidiano de tudo o que ocorre na empresa e sua participação direta no mercado, sendo essas ações diárias que os usuários avaliam e julgam sob sua perspectiva. Esse modo de evidenciar as informações pode ser benéfico às duas partes, tanto o emissor quanto o receptor. O emissor (empresa) tem aí a chance de divulgar por si só o que realmente está acontecendo e até mesmo esclarecer algo veiculado pela imprensa justificando ou corrigindo. Por outro lado, o receptor (usuário) tem a chance de manter um acompanhamento mais frequente e de simples conferência, já que os fatos são divulgados em textos narrativos com uma linguagem mais acessível e usual comparados a outras demonstrações contábeis.

A partir dos resultados obtidos da análise, espera-se ter chegado a uma conclusão que possa ter contribuído com relevância aos estudos da contabilidade, e recomendam-se novas pesquisas até mesmo englobando outras divulgações contábeis, para que assim possa haver um estudo de acompanhamento do nível de influências que os usuários das informações estão sujeitos.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, J. J. F – Manual Como Fazer uma Pesquisa Bibliográfica, 2007. < https://cienciassaude.medicina.ufg.br/up/150/o/Anexo_C5_Como_fazer_pesquisa_bibliografica.pdf> Acesso em 20/02/2015.
- BEDFORD, N. M.; BALDOUNI, V. A. Communication theory approach to accounting. **Accounting Review**, p. 650-659, 1962.
- BORDENAVE, J. E. D. O que é Comunicação. 27ª ed. São Paulo: Brasiliense, 2002.
- BRASIL. Lei das sociedades por ações. Lei 6.404, de 15 de Dezembro de 1976. Publicado no Diário Oficial da União em 17.12.77. Disponível em: <www.planalto.gov.br>. Acesso em: 29 de julho de 2014.
- CLATWORTHY, M.; JONES, M. J. *The effect of thematic structure on the variability of anual report readability.* **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 14, n. 3, 2001.
- COLAUTO, R. D. **Metodologia para Evidenciar a Influência de Accruals no Lucro Contábil por meio da Demonstração de Origens e Aplicações de Recursos**. 2005. 428 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS - CVM. **Cadernos CVM. A divulgação de Informações**. Disponível em: <<http://www.cvm.gov.br/port/protinv/caderno8.asp>>. Acesso em: 29 de julho de 2014.
- COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS – CVM nº 358, 2002. Disponível em: <www.cvm.gov.br>. Acesso em: 19 de agosto de 2014.
- COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS – CVM nº 547, 2014. **Altera dispositivos da Instrução CVM nº 358, de 3 de janeiro de 2002, e da Instrução CVM nº 480, de 7 de dezembro de 2009**. Disponível em: <www.cvm.gov.br>. Acesso em: 19 de agosto de 2014.
- COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS – CVM nº 684, 2012. **Aprova o Pronunciamento Técnico CPC 40(R1) do Comitê de Pronunciamentos Contábeis, que trata de Instrumentos Financeiros: Evidenciação**. Disponível em: <www.cvm.gov.br>. Acesso em: 19 de agosto de 2014.
- COMITÊ DE PROCUNCIAMENTOS CONTÁBEIS – CPC 00 R1, 2011. **Pronunciamento Conceitual Básico (R1). Estrutura conceitual para a elaboração e divulgação de relatório contábil-financeiro**. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br>>. Acesso em: 18 de fevereiro de 2015.
- COMITÊ DE PROCUNCIAMENTOS CONTÁBEIS – CPC 40 R1, 2012. **Instrumentos Financeiros: Evidenciação**. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br>>. Acesso em: 19 de agosto de 2014.

Conselho Federal de Contabilidade. Resolução CFC nº 1.374, de 8 de dezembro de 2011. Aprova a NBC TG ESTRUTURA CONCEITUAL – Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil- Financeiro. Diário Oficial da União, Poder Executivo, Brasília, DF, 8 dez. 2011.

DIAS, C. A. Grupo focal: técnica de coleta de dados em pesquisas qualitativas. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 10, n. 2, 2000. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/330>>. Acesso em 24/08/2014.

DIAS FILHO, J. M. A linguagem utilizada na evidenciação contábil: uma análise de sua compreensibilidade à luz da Teoria da Comunicação. **Caderno de Estudos**, v. 13, n. 24, p. 38-49, São Paulo: FIPECAFI, 2000.

DUARTE, V. M. N – Pesquisas: Exploratória, Descritiva e Explicativa <<http://monografias.brasilecola.com/regras-abnt/pesquisas-exploratoria-descritiva-explicativa.htm>> Acesso em: 23/08/2014.

FELIPE, E.S. **Avaliação da Influência de textos narrativos de fatos relevantes no valor das ações de empresas brasileiras.** Brasília, 2008. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis). Programa Multiinstitucional e Inter-Regional de Pós-graduação em Ciências Contábeis.

FERNANDES, J. L. T; SILVA, C. A. T. Análise da legibilidade dos textos narrativos dos fatos relevantes divulgados pelas empresas brasileiras de capital aberto nos anos de 2002 a 2006. **7º Congresso USP.** USP, 2007, São Paulo.

FILHO, J. M. D; NAKAGAWA, M. A linguagem utilizada na evidenciação contábil: uma análise de sua compreensibilidade à luz da Teoria da Comunicação. **Caderno de Estudos**, v. 13, n. 24, p. 38-49, São Paulo: FIPECAFI, 2000.

_____. Análise do Processo da Comunicação Contábil: Uma contribuição para a solução de problemas semânticos, utilizando conceitos da Teoria da Comunicação. **Revista Contabilidade & Finanças – USP**, São Paulo, FIPECAFI, v. 15, n. 26, p. 42-57. Mai/ago. 2001

FINANCIAL ACCOUNTANT STANDARDS BOARD – FASB. Statement of Financial Accounting Concepts No. 2. Qualitative Characteristics of Accounting Information. Connecticut: FASB, 1980. Disponível em: <<http://www.fasb.org/pdf/con2.pdf>>. Acesso em: 29 de julho de 2014.

GIL, A. C. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GOULART, A. M. C. **Evidenciação Contábil do Risco de Mercado por Instituições Financeiras no Brasil.** São Paulo, 2003. Dissertação (Controladoria e Contabilidade). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo.

HENDRIKSEN, E. S; VAN BREDA, M. F. Teoria da Contabilidade. Tradução de Antônio Zoratto Sanvicente. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HYNES, Geraldine E.; BEXLEY, James B. Reader responses to bank's annual

reports. **Proceedings of the academy of commercial banking and finance**, vol. 3 n. 2, Las Vegas, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA COORPORATIVA. **Código das melhores práticas de governança corporativa**. 4ª ed. Disponível em: <www.ibgc.org.br>. Acesso em 15 de agosto de 2007.

IUDÍCIBUS, S. Teoria da Contabilidade. 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2009

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA COORPORATIVA. Código das melhores práticas de governança corporativa. 4ª ed. 2009. Disponível em: <www.ibgc.org.br>. Acesso em 24 de fevereiro de 2015.

JONES, Michael John; SHOEMAKER, Paul A. Accounting narratives: a review of empirical studies of content and readability. **Journal of Accounting Literature**, vol. 13, p. 142, 1994.

LIMA, G. A. S. F.; LIMA, I. S.; FÁVERO, L. P. L.; GALDI F. C. Influência do Disclosure Voluntário no Custo de Capital de Terceiros. **7º Congresso USP**. USP, 2007, São Paulo.

LOPES, A. B.; LOSS, L.; SARLO NETO, A.; TEIXEIRA, A. J. C. O Diferencial no Impacto dos Resultados Contábeis nas Ações Ordinárias e Preferenciais no Mercado Brasileiro. **Revista Contabilidade e Finanças – USP**, São Paulo, n. 37, p. 46 – 58, Jan./Abr. 2005

MALACRIDA, M. J. C; YAMAMOTO, M. M. Governança corporativa: nível de evidenciação das informações e sua relação com a volatilidade das ações do Ibovespa. **R. Cont. Fin. – USP**, Edição Comemorativa, • Set 2006, p. 65 - 79. São Paulo: 2006.

MOREIRA, R. L. **Conservadorismo Contábil e Abordagem da Informação**: estudo inferencial em empresas de capital aberto. 2009. 135 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

NIYAMA, J. K.; SILVA, C.A.T. Teoria da Contabilidade. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2013.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: BEUREN, I. M. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**: teoria e prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SERRA, J. P. **Manual de Teoria da Comunicação**. 8 ed. São Paulo: LivrosLabcom – UBI, 2007.

SILVA, C. A. T.; FERNANDES, J. L. T. Análise da Legibilidade dos Textos Narrativos dos Fatos Relevantes Divulgados pelas Empresas Brasileiras de Capital Aberto nos Anos de 2002 a 2006. In: CONGRESSO USP DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA. 4, 2007, São Paulo, **Anais...** São Paulo: EAC/FEA/USP, 2007.

SILVA, C. A. T.; RODRIGUES, F. F. Análise das Variáveis que Influenciam as

Informações Divulgadas nos Relatórios da Administração das Companhias Abertas Brasileiras: um estudo empírico nos anos de 2001 a 2003. In: CONGRESSO USP DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 2006, São Paulo, **Anais...** São Paulo: EAC/FEA/USP, 2006.

SILVA, C. H. Teoria da Comunicação e Semiótica. <
http://www.iar.unicamp.br/disciplinas/mm_educacao/doc/Teoria%20da%20comunicacao%20e%20semioti.pdf> Acesso em: 19/02/2015.

SOARES, L. V. A contribuição da evidenciação de informações nas demonstrações contábeis, no âmbito do mercado de ações da BM&FBOVESPA. VII SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e tecnologia. UFRJ, 2010, Rio de Janeiro.