

O EFEITO NO PREÇO DAS AÇÕES MEDIANTE AS INFORMAÇÕES DIVULGADAS NAS MÍDIAS DIGITAIS: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA JBS

Marcela Gimenes Bera Oshita*
Simone Leticia Raimundini Sanches**

RESUMO: As informações divulgadas pela empresa e agências de notícias podem ter potencial de influenciar as expectativas dos investidores, pois decisões são tomadas com base em informações disponíveis. Diante disso, o artigo tem como objetivo avaliar o comportamento do preço das ações da empresa JBS frente às informações divulgadas nas mídias digitais, entre janeiro a junho de 2014. Para isso, foi realizado um estudo de caso descritivo, utilizando-se o histórico de preço de ações e notícias divulgadas nas mídias digitais de 03 de janeiro a 30 de junho de 2014. Utilizou-se a análise de conteúdo para se analisar e classificar as notícias quanto à sua divulgação (própria empresa ou agentes de mercado) e o efeito no valor da ação (positivo ou negativo). Os resultados alcançados sugerem que as notícias divulgadas influenciam na variação dos preços das ações, principalmente aquelas divulgadas pela empresa. Adicionalmente, reforça-se a necessidade de os investidores acompanharem e explorarem o valor informativo das notícias com o propósito de obter ganhos financeiros no curto prazo a partir de operações de compra ou venda das ações.

PALAVRAS-CHAVES: Notícias; Informação; Divulgação; Preço das ações; Oscilação.

THE EFFECT ON THE PRICE OF SHARES DUE TO INFORMATION ON DIGITAL MEDIA: A CASE STUDY ON THE FIRM JBS

ABSTRACT: Information given by firms and news agencies may affect investors' expectations since decisions are based on the available information. Current paper evaluates the behavior of prices of shares and stocks of the firm JBS in the wake of information digitally forwarded, between January and June 2014. A descriptive study was undertaken on the price of shares and news broadcasted by the social media between 3rd January and 30th June 2014. Content Analysis was employed to analyze

* Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis (PCO), da Universidade Estadual de Maringá (UEM, Maringá (PR), Brasil; E-mail: marcelagimenesbera@hotmail.com

** Doutora em Administração, pela Escola de Administração na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (EA/UFRGS); Docente no Departamento de Ciências Contábeis (DCC) e Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis (PCO), da Universidade Estadual de Maringá (UEM) Maringá (PR), Brasil.

and classify news with regard to their dissemination (the firm or market agents) and the effect on share prices (positive or negative). Results suggest that news affected the variation of share prices, especially those disseminated by the firm. Further, investors should follow and exploit information value of news to profit financially within a short time by the purchasing and sale of shares.

KEY WORDS: News; Information; Propaganda; Price of shares; Fluctuations.

INTRODUÇÃO

A precificação dos valores mobiliários das companhias que operam no mercado de capitais fica à mercê das informações sobre a empresa bem como da economia. No que se refere às notícias sobre a empresa, os investidores têm sido mais atentos e exigentes em relação à transparência das informações contidas nas mesmas. Logo, a divulgação de informações é uma importante força motriz da volatilidade dos preços dos ativos (HAUTSCH, HESS, VEREDAS, 2011).

De acordo com Farvaque, Refait-Alexandre e Saïdane (2011), a finalidade da divulgação é permitir que os investidores avaliem a capacidade da empresa de criar valor. Contudo, em mercados emergentes, ocorrem desconfiças por parte dos investidores pela deficiência e complexidade dos elementos na divulgação. Nesse sentido, os anúncios realizados pela empresa ou por agências de notícias podem causar instabilidade no preço das ações da mesma.

Todavia o efeito dessas informações divulgadas expressa o comportamento adverso ou não dos investidores, no curtíssimo prazo (no dia da notícia ou no dia anterior ou posterior à sua divulgação). Diante do exposto, pode-se descrever o problema de pesquisa deste estudo como: Qual é o efeito no preço das ações, da empresa JBS, mediante as informações divulgadas em mídias digitais sobre a empresa?

Nesse sentido, este artigo tem como objetivo avaliar o comportamento do preço das ações da empresa JBS frente às informações divulgadas por agências de notícias e pela própria empresa, por meio de mídias digitais, entre janeiro a junho de 2014. O estudo se justifica pela necessidade de se conhecer o efeito dessas

informações divulgadas no valor e liquidez das ações frente aos investidores, gestores e sociedade, pois a divulgação de informação tem como finalidade a redução de assimetria de informação entre a empresa e o acionista.

Ainda, o fato de o mercado de capitais no Brasil ser, predominantemente, de empresas com ações não pulverizadas, esta pesquisa contribui para futuras análises das características dos investidores frente ao mercado acionário brasileiro e como a divulgação de informação pode influenciar a variação de preços das ações no curto prazo.

2 ASSIMETRIA DE INFORMAÇÃO NO MERCADO DE CAPITAIS

A assimetria informacional ocorre quando uma das partes envolvidas detém mais informações do que a outra parte em uma transação econômica (STIGLITZ, 2001). A assimetria gera falhas de mercado, pois os agentes não possuem as mesmas condições de processar, interpretar e utilizar informações, mesmo que as mesmas sejam de domínio coletivo, afetando a alocação eficiente dos recursos (STIGLITZ, 2001).

A assimetria de informações que houve entre os credores e tomadores de créditos na crise financeira e econômica de 2008 (FARVAQUE et.al., 2011). Essa distribuição não simétrica pode levar a diferenças nas decisões entre os participantes do mercado, permitindo que o preço da ação se desvie do seu valor original (MORADI; IRANMANESH, 2014).

Os mercados ineficientes permitem que os investidores informados tenham vantagens à custa de investidores menos informados (FARVAQUE et.al., 2011; LIAO, KANG, MORRIS; TANG, 2013), sendo que a presença de investidores informados pode aumentar assimetria de informação, dependendo de como esses executarão suas negociações (CHO, LEE; PFEIFFER JR, 2013).

O aumento na assimetria de informação pode levar a uma queda nos preços das ações (EASLEY; O'HARA, 2004; GROSSMAN; STIGLITZ, 1980). Assim, a informação assimétrica tem efeito substancial sobre o preço e demanda de ativos, afetando a liquidez do mesmo (KELLY; LJUNGQVIST, 2012).

Todo negociante entra no mercado com conhecimentos e habilidades anteriores das características dos bens que estão sendo negociados (SILVA, 2012). A qualidade dos bens para a venda é conhecida privadamente pelos vendedores como a razão fundamental pela qual os mercados podem falhar (ATTAR; MARIOTTI; SALANIÉ, 2011).

Assim, a empresa, ao tornar mais transparentes as informações, faz com que o mercado seja capaz de processar rapidamente a nova divulgação (RAVI; HONG, 2014), em que amplia a percepção dos investidores e leva à redução de assimetria de informações entre os envolvidos (SIOUGLE, SPYROU; TSEKREKOS, 2014). Conforme os estudos realizados por Fu et al. (2012) a maior frequência de divulgação reduz a assimetria de informação e o custo de capital próprio.

A empresa, ao informar melhor os investidores no mercado financeiro, lhes permite melhorar a qualidade de suas expectativas. Uma empresa mais transparente faz com que as variações do preço da ação dependam menos da tendência do mercado, aumentando o foco na empresa em si. Assim, o risco sistemático diminui, e o custo do capital é menor (FARVAQUE, REFAIT-ALEXANDRE; SAÏDANE, 2011).

Por outro lado, a demanda por elaboração de relatórios e divulgação financeira surge da assimetria de informação e conflitos de agência, pois a empresa tenderá a postergar e/ou privar informações que podem ser “mal vistas” pelo mercado. Por isso a decisão de divulgar determinadas informações considera o seu provável efeito no valor das ações (YAMAMOTO; SALOTTI, 2006).

Dessa forma, a credibilidade da gestão de divulgações é reforçada por reguladores, formuladores de padrões, auditores e outros intermediários do mercado de capitais (HEALY; PALEPU, 2001). Contudo maior divulgação e transparência não beneficia apenas a compreensão de como o mercado processa a notícia, mas também favorece o mercado, em que as informações são incompletas (GAO, 2011).

A busca por informações no mercado financeiro tem sido facilitada pelas mídias digitais que, diariamente, divulgam notícias que podem ser transformadas em informações ao permitirem a tomada de decisão pelo investidor. No tocante ao acesso às informações sobre uma empresa, por meio de agências de notícias, devem ser consideradas fontes secundárias, porém válidas para obter informações antecipativas e/ou especulativas sobre empresas (RUBIN; RUBIN, 2010).

Então, essas notícias, quanto mais críveis, podem levar a resultados mais eficientes (DALEY; GREEN, 2012) sobre o efeito no valor dos papéis mobiliários. Conforme Henry, Olekalns e Shields (2010), a notícia se refere a informações que não poderiam ter sido previstas antecipadamente e a chegada da mesma é uma oportunidade para que os participantes do mercado revejam a sua avaliação e, se necessário, ajustem os planos em resposta.

Logo, certo volume de notícias e a sua credibilidade podem levar a uma volatilidade do mercado, desempenhando papel fundamental na construção de carteiras de investimento de curto prazo. Nessa perspectiva, estudos realizados por Ryan e Taffler (2004), Vlastakis e Markellos (2012) e Saxton e Anker (2012) apontam que a divulgação de informações gera um efeito positivo ou negativo no valor das ações.

2.1 ESTUDOS ANTERIORES

A informação no mercado de capitais é objeto de estudo longínquo, tais como o de Kihlstrom (1974), em seguida os de Grossman e Stiglitz (1980), Radner e Stiglitz (1984) e Allen (1990). Já estudos direcionados para notícias em nível macroeconômico e o impacto no valor das ações vêm sendo trabalhados por Thompson et al. (1987), Ederington e Lee (1993), Hautsch, Hess e Veredas, (2011).

No entanto neste estudo volta-se para as informações divulgadas sobre as empresas em mídias digitais e o seu efeito no valor das ações. Diante disso, há alguns estudos em nível internacional, como os de Ryan e Taffler (2004), Vlastakis e Markellos (2012) e Saxton e Anker (2012), apresentados ao longo do texto. Com relação a trabalhos desenvolvidos nacionalmente, foram verificados dois estudos relacionados: os de Martins (2008) e Cruz (2013).

Ryan e Taffler (2004) desenvolveram um estudo com o intuito de verificar se a ocorrência de informação específicas da empresa poderia conduzir mudanças de preços e volume de negociação das ações de forma economicamente relevante. Para isso, utilizaram uma amostra das 350 maiores empresas listadas na Bolsa de Londres. O resultado da pesquisa foi que há evidência de que o lançamento de informações específicas das empresas é altamente significativo e determinante das mudanças de preços de ações e do volume de negociação.

Já Vlastakis e Markellos (2012) investigaram os efeitos de informações de ações individuais em nível do mercado global. A pesquisa concentrou-se em 30 das ações mais negociadas nas bolsas *New York Stock Exchange* (NYSE) e NASDAQ. Os resultados demonstraram que as variações na demanda de informação têm efeito significativo na ação individual e nível de mercado global em termos de históricos volatilidade e volume de negócios.

Utilizando dados de 150 sites financeiros, Saxton e Anker (2012) desenvolveram uma pesquisa com o intuito de verificar se o impacto agregado das informações e de conhecimento produzido por analistas financeiros pode diminuir a assimetria de informação. O estudo foi realizado com informações colhidas em 14 semanas com um total de 13.103 empresas do S&P500. Os resultados sugerem que as informações geradas por analistas financeiros à base de site são relevantes para os agentes do mercado de ações, sendo que os sites financeiros são componentes-chave para as empresas. Assim, os resultados sugerem que os sites podem ser ainda mais importantes, coletivamente, do que o ambiente de informação tradicional, representado por analistas financeiros e mídia impressa.

Martins (2008) desenvolveu uma investigação sobre a comunicação no mercado financeiro, visando descobrir algumas situações em que o boato opera como comunicação nesse universo. Verificou em seu estudo que os boatos financeiros cumprem a função de propulsor no mercado e funcionam como dispositivos do sistema financeiro.

Outro estudo foi de Cruz (2013), que analisou a forma com que os boatos se propagam entre os participantes do mercado acionário e a sua influência nas oscilações de preços ocorridas na Bolsa de Valores de São Paulo. O objeto de estudo foram as companhias de capital aberto de maior volume financeiro negociado entre os anos de 2007 e 2011. Os resultados apresentados comprovam que os boatos exercem influência nas oscilações de preço das ações.

Além disso, Cruz (2013) verificou que os investidores, buscando diminuir a incerteza e a credibilidade dos meios de comunicação, tomam decisões com base em boatos, visto que os agentes estão todo o tempo visando antecipar informações que possam influenciar no comportamento e no desempenho econômico das empresas e que a concorrência no mercado de ações se dá em torno do acesso à informação.

Conforme Schumaker e Chen (2010), as pesquisas dessa natureza buscam prever o movimento dos preços das ações, visto que a dificuldade na previsão vem das complexidades associadas com a dinâmica do mercado, no qual os parâmetros não são totalmente definidos e mudam constantemente.

Conforme os estudos de Cruz (2013), Martins (2008), Ryan e Taffler (2004), Vlastakis e Markellos (2012) e Saxton e Anker (2012), as informações e boatos têm efeito no mercado financeiro, pois num contexto de informação assimétrica os sinais funcionam como mecanismos de discriminação, capazes de alterar as crenças e transmitir informações a outros indivíduos (SPENCE, 1973). Nesse sentido, este estudo busca verificar o efeito da divulgação das informações sobre a empresa em mídias digitais no valor das ações da empresa JBS, entre os meses de janeiro a junho de 2014.

3 DESENVOLVIMENTO METODOLÓGICO

Esta pesquisa se classifica como estudo de caso, de acordo com Yin (2015), pois se trata de uma pesquisa empírica, realizada na empresa JBS, com dados das cotações e volume negociado das ações e notícias divulgadas sobre a empresa durante o primeiro semestre de 2014. A escolha desse caso justifica-se pelo fato que no ano de 2013 houve a notícia do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) aprovando a fusão com o grupo Bertin e no ano de 2014 essa fusão se desfez.

A pesquisa também se caracteriza como descritiva pelo fato de identificar as maiores oscilações no valor das ações das JBS e associá-las com a ocorrência de alguma notícia sobre esta empresa, bem como se o comportamento da oscilação (aumento ou queda) tem relação com o conteúdo da notícia (good ou badnews).

A coleta de dados, ou seja, a busca por notícias divulgadas sobre a empresa JBS, foi realizada em sites da BM&FBOVESPA com relação à cotação diária das ações e no site InfoMoney, com a divulgação de notícias e informações sobre a empresa, e ocorreu entre os dias 07 a 17 de julho de 2014, abrangendo notícias dos meses de janeiro a junho de 2014. Nesses seis meses identificaram-se 14 notícias divulgadas pela empresa e nove pelo mercado.

Em seguida, realizou-se uma análise de conteúdo nas notícias coletadas. Conforme Minayo (2010), a análise de conteúdo tende a descobrir cada conteúdo evidente e ou verificar hipóteses, que, na abordagem qualitativa, implica em obter dados a partir do informacionais, sem quantificá-los. Assim, as notícias foram analisadas e classificadas como divulgação realizada pela própria empresa e por agentes de mercado, como corretoras e formadores de opinião.

4 RESULTADOS

A JBS é uma empresa brasileira, fundada em 1953. Atualmente é uma das maiores indústrias de alimentos do mundo. Em 2007 abriu seu capital na BM&FBovespa, no nível de governança corporativa Novo Mercado. Face ao objetivo desta pesquisa, inicialmente se analisou o comportamento da variação diária do preço das ações da JBS, como apresentado na Figura 1.

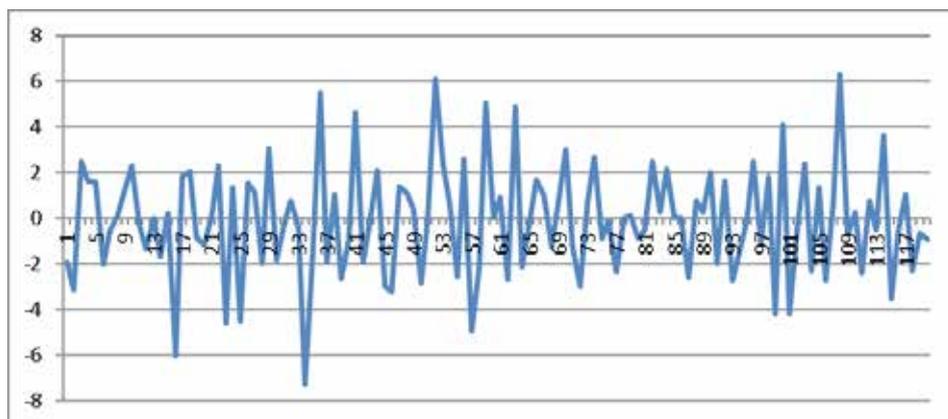


Figura 1. Variação diária das ações da empresa JBS (janeiro a junho de 2014, em %).
Fonte: Dados da pesquisa (2014).

Como pode ser observado na Figura 1, ao se analisar a variação diária do preço das ações da JBS de janeiro a junho de 2014, verificou-se que a empresa teve dois picos extremos de variações: um de -7,3% outro de 6,32%. Dado essa variação, foram calculados a média e o desvio padrão da cotação diária das ações no período.

Obtiveram-se média de -0,08025% e desvio padrão de 2,441803%. Dos 121 dias observados, em 31 dias os valores das ações apresentaram variação acima de um desvio padrão, dos quais, por meio de classificação, identificou que por 19 dias essa variação foi negativa e por outros 12 dias as variações foram positivas, conforme apresentado na Tabela 1.

Tabela 1. Variação em %, volume de negociação e as notícias da empresa JBS

(Continua)

Data	Variação (%) no preço das ações	Volume de negociação das ações	Notícias da empresa	Notícias do mercado
03/01/2014	-3,14	6.893.000	0	0
23/01/2014	-6,03	8.357.400	Negativa	0
03/02/2014	-4,62	3.290.400	Negativa	0
05/02/2014	-4,53	4.637.600	0	0
11/02/2014	3,06	3.031.300	0	0
18/02/2014	-7,3	4.000.300	Negativa	0
20/02/2014	5,52	5.696.600	Positiva	0
25/02/2014	-2,64	2.696.800	Negativa	0
27/02/2014	4,65	4.023.900	0	0
07/03/2014	-3	5.015.900	0	0
10/03/2014	-3,23	3.898.800	0	0
14/03/2014	-2,83	3.997.100	0	Negativa
18/03/2014	6,11	5.190.300	0	0
21/03/2014	-2,54	3.498.100	0	0
24/03/2014	2,61	3.385.100	Positiva	0
25/03/2014	-4,96	5.526.800	Negativa	0
27/03/2014	5,05	6.544.700	Positiva	0
01/04/2014	-2,71	2.673.400	0	0
02/04/2014	4,9	4.587.900	0	0

(Conclusão)

11/04/2014	3,04	4.751.400	0	0
15/04/2014	-2,99	6.351.200	Negativa	0
17/04/2014	2,67	2.707.500	0	0
09/05/2014	-2,63	3.633.600	0	Negativa
19/05/2014	-2,75	2.363.800	Negativa	Negativa
27/05/2014	-4,18	5.194.000	Negativa	0
28/05/2014	4,1	4.650.300	Positiva	Positiva
29/05/2014	-4,19	5.519.600	0	Negativa
05/06/2014	-2,76	6.259.800	0	Negativa
09/06/2014	6,32	9.954.700	Positiva	0
18/06/2014	3,64	4.911.700	0	Positiva
20/06/2014	-3,51	3.693.400	Negativa	Negativa

Fonte: Dados da pesquisa (2014).

A partir das variações limítrofes, no dia 18 de fevereiro os sites de notícias divulgaram, momentos antes da abertura da bolsa, a saída de um dos principais sócios da empresa, a família Bertin, o que corroborou que as ações variassem em -7,3%. Ao ocorrer uma mudança de grandes acionistas na empresa, isso pode ou não comprometer as estratégias de longo prazo da mesma, o que traz incertezas ao acionista. Assim, a informação pode ter causado incerteza dos investidores com relação ao rumo que a empresa tomaria, configurando-se essa como uma informação com impactos negativos.

Por outro lado, no dia 9 de junho houve uma variação positiva de 6,32%. Nessa data, com a JBS anunciando, logo após a abertura da bolsa, a desistência da compra da Hillshire. O anúncio da oferta de compra da Hillshire provocou incertezas no mercado.

Em 20 de fevereiro houve a divulgação da estratégia de marketing da empresa em contratar um novo ator para compor a propaganda sobre o produto nas mídias digitais. Essa notícia possivelmente trouxe confiança ao mercado, de modo que as ações variaram positivamente em 5,5%.

No dia 24 de março a empresa informou ao mercado que a JBS deveria aumentar 20% de suas vendas para a China em 2014, e no dia de lançamento da notícia a ação da empresa teve uma variação de 2,61%. Contudo, no dia seguinte, 25 de março, foi divulgada a notícia no site do Ministério Público do Trabalho do Maranhão, informando que a Friboi foi condenada em R\$ 2 milhões por desprezar as normas de saúde e segurança do trabalho. Nesse mesmo dia as ações variaram negativamente em -4,96%.

Observou-se que notícias positivas geram efeito similar na variação no preço das ações (aumento) e as notícias negativas, queda no valor desses papéis, ou seja, convergem para o mesmo sentido. Assim, no dia anterior ou no mesmo dia do lançamento da notícia ao mercado, as variações das ações ocorreram de acordo com o tipo de notícia, o que pode inferir que a mesma tende a ser responsável pelas variações, trazendo volatilidade ao mercado, corroborando os resultados de estudos em nível nacional e internacional de que as notícias exercem influência nas variações de preço das ações (MARTINS, 2008; CRUZ, 2013; RYAN, TAFFLER, 2004; SAXTON, ANKER 2012; VLASTAKIS, MARKELLOS, 2012).

Ao se analisar as notícias ocorridas na data ou em um dia anterior e as variações das ações, verificou-se que houve maior oscilação, muito provavelmente atrelada às notícias divulgadas. No entanto, entre as variações ocorridas por meio de notícias da própria empresa, cinco ocasionaram variações positivas, frente a nove negativas. Com relação à divulgação do mercado, houve a mesma tendência, ou seja, duas notícias foram responsáveis por variações positivas e seis, negativas.

As notícias positivas, divulgadas pela empresa, estão relacionadas à política de marketing, aumento das exportações para China, compra de frigoríficos e uma possível aquisição da Hillshire. Como pode ser observado, no primeiro semestre de 2014, a JBS apresentou em sua maioria notícias negativas ao mercado, como condenações a indenizações a trabalhadores, embargo da carne brasileira por causa da vaca louca, notícias de IPO que soaram negativamente ao mercado, possível negociação para a compra da Hillshire e a divulgação das demonstrações do primeiro trimestre. Assim, está apresentado na Figura 2 o volume de negociações do semestre.

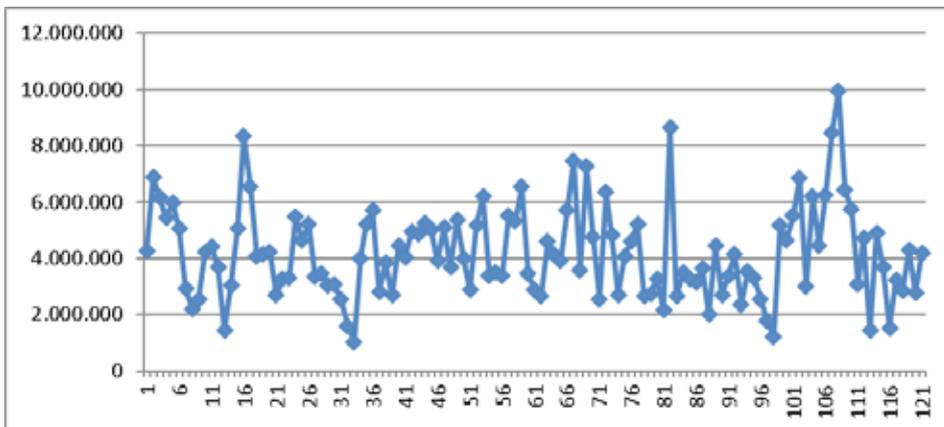


Figura 2. Volume de negociações das ações da empresa JBS (janeiro a junho de 2014).
Fonte: Dados da pesquisa (2014).

A média do volume de negociações foi de 4.202.007,02 ações com um desvio padrão de 1.633.130,30. Ao se analisar os dados da variação do preço da ação com relação ao volume de ações, observa-se que o maior volume, 9.954.700 de ações, ocorreu na data de 9/06/2014, quando a JBS anunciou a desistência da compra da Hillshire. No entanto, no dia 18/02/2014, quando o grupo Bertin vendeu suas ações da JBS, o volume de negociação ficou próximo à média, 4.000.300 de ações, já o restante da amostra apresentou uma correlação muito fraca a respeito da variação no preço com relação à variação no volume de negociação.

Diante do exposto, pode-se observar que notícias divulgadas pelo mercado, ou seja, de forma secundária, sobre a empresa influenciam de forma significativa no desempenho das ações. Assim, pode-se inferir que os analistas de mercado têm papel fundamental, em analisar as informações divulgadas pela empresa ao repassá-las para o mercado.

Corroborando os resultados do estudo realizado por Saxton e Anker (2012) que sugerem informações geradas por analistas financeiros à base de site, é altamente relevante para os agentes do mercado de ações. Sendo os sites financeiros componentes chave para as empresas, os resultados sugerem que os sites podem ser ainda mais importantes, coletivamente, do que o ambiente de informação tradicional, representado por analistas financeiros e mídia impressa.

Verificou-se, ao se analisar a empresa JBS, que, quando as informações são divulgadas pelo mercado, ocorre uma variação menor do que quando divulgadas

pela própria empresa. Esses resultados confirmam as pesquisas antecedentes. Nesse sentido, quando há divulgação de acontecimentos esporádicos, divulgados de forma voluntária ou não pela empresa, isso gera um impacto maior no valor das ações, tanto de forma positiva, quanto negativa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo avaliar o comportamento do preço das ações da empresa JBS frente às informações divulgadas nas mídias digitais, entre janeiro a junho de 2014. Conclui-se que as notícias de forma geral têm efeito de forma positiva e negativa no valor das ações, fazendo com que estas venham oscilar de forma significativa no momento e/ou logo após a divulgação de informações, gerando oportunidades de ganho no curto prazo, por meio da venda ou aquisição.

Confirmam-se, assim, os estudos precedentes sobre o fato de que o efeito de notícias e/ou boatos influencia nos preços das ações no curto prazo e que os analistas financeiros são relevantes nesse processo, pois, ao avaliarem dados e informações divulgadas pelas empresas, sinalizam o mercado, sendo componentes chave no processo de decisão de investidores.

O fato de as notícias estarem em mídias digitais facilita o acesso e proporciona ao investidor maior agilidade no processo de tomada de decisão. Depreende-se que o investidor mais atento às notícias divulgadas pela empresa e/ou pelo mercado pode explorar seu conteúdo informacional com o propósito de gerar ganhos financeiros a partir da oscilação do preço das ações, estabelecendo estratégias de compra ou venda das ações.

Ressalta-se que as pessoas não possuem as mesmas condições de processar, interpretar e utilizar informações ao mesmo tempo, ainda que as mesmas sejam de domínio coletivo, o que gera assimetrias de informações, afetando a alocação eficiente dos recursos. Esta pesquisa limitou-se a notícias sobre a empresa. No entanto é desejável que se realizem estudos futuros que considerem as notícias sobre a empresa ante as notícias macroeconômicas, a fim de se verificar o efeito de ambas no valor das ações das empresas.

REFERÊNCIAS

ALLEN, B. Information as an economic commodity. **The American Economic Review**, v. 80, n.2, p. 268-273, may.1990.

ATTAR, A.; MARIOTTI, T.; SALANIÉ, F. Nonexclusive competition in the market for lemons. **Econometrica**, v. 79, n.6, p. 1869-1918, nov. 2011.

CHO, S. Y.; LEE, C.; PFEIFFER JR, Ray J. Corporate social responsibility performance and information asymmetry. **Journal of Accounting and Public Policy**, v. 32, n. 1, p. 71-83, jan./feb. 2013. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2012.10.005>.

DALEY, B.; GREEN, B. Waiting for News in the Market for Lemons. **Econometrica**, v.80, n.4, p.1433-1504, jul. 2012.

EASLEY, D.; O'HARA, M. Information and the Cost of Capital. **The Journal of Finance**, v. 59, n.4, p.1553-1583, aug. 2004.

EDERINGTON, L.H., LEE, B.H. How markets process information – news releases and volatility. **The Journal of Finance**, v.48, n.4 p.1161-1119, sep.1993.

FARVAQUE; REFAIT-ALEXANDRE, C.; SAÏDANE, D. Corporate disclosure: a review of its (direct and indirect) benefits and costs. **International Economics**, v.128, n.1, p.5-32, jun. 2011.

FU, R.; KRAFT, A.; ZHANG, H. Financial reporting frequency, information asymmetry, and the cost of equity. **Journal of Accounting and Economics**, v. 54, n.2-3, p.132-149, dec. 2012. dx.doi.org/10.1016/j.jacceco.2012.07.003.

GAO, N. The adverse selection effect of corporate cash reserve: Evidence from acquisitions solely financed by stock. **Journal of Corporate Finance**, v.17, n.4, p.789-808, feb. 2011. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.966229>.

GROSSMAN, S.J.; STIGLITZ, J. E. On the impossibility of informationally efficient markets. **The American Economic Review**, v.70, n.3, p.393-408, jun. 1980.

HAUTSCH, N.; HESS, D.; VEREDAS, D. The impact of macroeconomic news on quote adjustments, noise, and informational volatility. **Journal of Banking & Finance**, v.35, n.10, p. 2733-2746, oct. 2011. DOI:10.1016/j.jbankfin.2011.03.004.

HEALY, P. M.; PALEPU, K. G. Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. **Journal of Accounting and Economics**, v.31, n.2-3, p.405-440, sep. 2001.

HENRY, Ó.; OLEKALNS, N.; SHIELDS, K. Sign and phase asymmetry: News, economic activity and the stock market. **Journal of Macroeconomics**, v.32, n.4, p.1083-1100, dec. 2010. Doi:10.1016/j.jmacro.2010.06.006.

KIHLSTROM, R. A general theory of demand for information about product quality. **Journal of Economic Theory**, v.8, n.4, p.413-439, feb. 1974.

LAIDROO, L. Public announcement induced market reactions on Baltic stock exchanges. **Baltic Journal of Management**, v.3, n.2, p.174-192, feb. 2008. DOI:10.1108/17465260810875505.

LIAO, L.; KANG, H.; MORRIS, R. D.; TANG Q. Information asymmetry of fair value accounting during the financial crisis. **Journal of Contemporary Accounting & Economics**, v.9, n.2, p. 221-236, dec. 2013. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jcae.2013.10.001>

KELLY, B.; LJUNGVIST, A. Testing asymmetric-information asset pricing models. **Review of Financial Studies**, v.25, n.5, p.1366-1413, may. 2012.

MARTINS, V. **O boato como simulacro: uma investigação sobre a comunicação no mercado financeiro**. São Paulo: PUC, 2008. 206f. Tese (Doutorado). Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

MARK, L. M.; HAROLD, J. M. The impact of public information on the stock market. **The Journal of Finance**, v.49, n.3, p.923-950, jul.1994.

MINAYO, M.C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 29. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO. Friboi é condenada em R\$ 2 milhões por más condições de trabalho. **Notícias**, Disponível em: <http://portal.mpt.gov.br/wps/portal/portal_do_mpt/comunicacao/noticias/conteudo_noticia!/ut/p/c4/04_SB8K8xLL-M9MSSzPy8xBz9CP0os3hH92BPJydDRwN_E3cjA88QU1N3L7OgMC93I_2CbEd-FAAovLRY!/?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/wps/wcm/connect/mpt/portal+do+mpt/comunicacao/noticias/friboi+e+condenada+em+rs+2+milhoes+por+mas+-condicoes+de+trabalho>. Acesso em: 13 jul. 2014.

MORADI, J.; IRANMANESH, M. Management Earnings Forecasts and the Information Asymmetry Evidences from Tehran Stock Exchange (TSE). **Applied Economics and Business Review**, v.1, n.3, p.53-59, jan. 2014. DOI: 10.12966/aebr.07.01.2014.

INFOMONEY. **Mercados**. Disponível em:<www.infomoney.com.br>. Acesso em: 13 jul. 2014.

STIGLITZ, J. **Information and the change in the paradigm in economics**. Prize Lecture, December 8, 2001. Columbia Business School, Columbia University, 1022 International Affairs Building, 420 West 118th Street, New York, NY 10027, USA.

RADNER, R.; STIGLITZ, J.E. A nonconcavity in the value of information. In: BOYER, M.; KIHLMSTROM, R. (Ed.). **Bayesian models of economic theory**. Amsterdam: Elsevier, 1984.

RAVI, R.; HONG, Y. Firm opacity and financial market information asymmetry. **Journal of Empirical Finance**, v. 25, n.1, p.83-94, jan. 2014. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jempfin.2013.11.007>.

RYAN, P.; TAFFLER, R. Are economically significant stock returns and trading volumes driven by firm-specific news releases? **Journal of Business Finance and Accounting**, v.31, n. 1-2, p. 49-82, jan. 2004. DOI: 10.1111/j.0306-686X.2004.0002.x.

RUBIN, A.; RUBIN, E. Informed investors and the internet. **Journal of Business Finance and Accounting**, v.37, n. 7-8, p.841-865, mar. 2010. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-5957.2010.02187.x>.

SCHUMAKER, R. P.; CHEN, H.A Discrete Stock Price Prediction Engine Based on Financial News. **Computer**, v. 43, n.1, p.51-56, jan. 2010. Doi.10.1109/MC.2010.2.

SILVA, J. C. General equilibrium in markets for lemons. **Journal of Mathematical Economics**, v. 48, n.3, p.187-195, may. 2012. Doi:10.1016/j.jmateco.2012.04.002.

SIOUGLE, G.; SPYROU, S.I.; TSEKREKOS, A.E. Conference calls around merger and acquisition announcements: Do they reduce information asymmetry? UK Evidence. **Research in International Business and Finance**, v.30, n.1, p.148-172, jan. 2014. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ribaf.2013.07.003>.

SPENCE, A. M. Job market signaling. **The Quarterly Journal of Economics**, v.83, n.3, p.355-374, Aug. 1973.

THOMPSON, R.B.; OLSEN, C.; DIETRICH, R.J. Attributes of news about firms: an analysis of firm-specific news reported in the wall street journal index. **Journal of Accounting Research**, v.25, n.2 p.245-274, Autumn de 1987. Doi: 10.1016 / j.pac-fin.2009.03.003

VLASTAKIS, N.; MARKELLOS, R. N. Information demand and stock market volatility. **Journal of Banking & Finance**, v.36, n.1, p.1808-1821, jun. 2012. Doi:10.1016/j.jbankfin.2012.02.007.

YAMAMOTO, M. M.; SALOTTI, B. M. **Informação contábil**: estudos sobre a sua divulgação no mercado de capitais. São Paulo: Atlas, 2006.

YIN, R.K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

Recebido em: 03 de março de 2016

Aceito em: 02 de junho de 2016