

# MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO NO ÂMBITO DO MERCADO DE CAPITAIS

## MEDIACIÓN DE INFORMACIÓN EN EL ÁMBITO DEL MERCADO DE CAPITALES

**Elaine Cristina Lopes** – [elainelopes@marilia.unesp.br](mailto:elainelopes@marilia.unesp.br)

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação – UNESP/Marília (Bolsista CAPES)

**Marta Lígia Pomim Valentim** – [valentim@marilia.unesp.br](mailto:valentim@marilia.unesp.br)

Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Professora do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Estadual Paulista (UNESP/Marília).

### RESUMO

Este artigo apresenta os modelos de gestão estratégica da informação utilizados por analistas de mercado de capitais, identificando as origens das informações utilizadas na elaboração de relatórios técnicos disponibilizados aos investidores. Tais modelos apresentam características que se baseiam na coleta, uso e disseminação de informações relevantes sobre empresas. Considera, também, os impactos da informação no mercado de capitais, a importância da transparência em relação à divulgação de informações sobre as empresas e as abordagens metodológicas empregadas no direcionamento da tomada de decisão.

### Palavras-Chave:

Mediação da Informação; Mercado de Capitais; Gestão da Informação; Fluxos de Informação; Governança Corporativa.

---

## 1 INTRODUÇÃO

O mundo corporativo vem se moldando à Era da Sociedade da Informação. Isso é evidente visto que a cada dia a gestão estratégica da informação proporciona às empresas modos novos e avançados de pensar e planejar as rotinas organizacionais, bem como a organizar a grande massa informacional gerada diariamente. No mercado de capitais a informação é extremamente significativa porque possibilita aos investidores e aos analistas de mercado compreenderem o comportamento de uma determinada empresa e do próprio mercado. Essa compreensão propicia aos investidores tomarem uma decisão de investimento e aos analistas a fazerem uma recomendação mais precisa em termos do desempenho futuro das empresas atuantes nesse âmbito.

O profissional da informação, que neste contexto são os analistas de mercado, deve identificar qual(is) é(são) a(s) informação(ões) mais importante(s) e, através da elaboração de relatórios, possibilitar ao investidor obter o tipo de conhecimento necessário, que o leve a avaliar uma determinada empresa com precisão. Grande parte das informações disponibilizadas é categorizada como fundamental, por se tratar do desempenho da empresa analisada, cuja análise é auferida por métodos comumente usados pelos analistas, aplicada à conjuntura econômica e política, aos

segmentos empresariais e a cada empresa de interesse.

Os relatórios sobre o mercado são fontes de informação preciosas, sobretudo por incorporarem dados sobre vendas, lucros, fluxo de caixa, retorno sobre investimentos, dados micro e macroeconômicos. Em suma, uma gama de informações que ajuda a avaliar o estado da empresa, da economia, das relações comerciais entre outros. Ocorre que os usuários, que neste contexto são os investidores, nem sempre são capazes de buscar essas fontes e é por isso que se faz necessária a figura de um mediador da informação. Este artigo apresenta alguns métodos utilizados pelos agentes responsáveis pela mediação da informação no mercado de capitais.

## 2 INFORMAÇÃO EM CONTEXTOS EMPRESARIAIS

A informação é insumo para se desenvolver qualquer atividade. No âmbito empresarial essa máxima se repete, visto que são contextos que dependem da informação para a ação. Choo (2003, p.27-29) explica que as organizações atuam em três distintas arenas, a primeira refere-se ao uso da informação para “dar sentido às mudanças do ambiente externo”, a segunda refere-se ao uso estratégico da informação visando a geração de conhecimento e a terceira, e última arena, se destina ao

uso da informação e conhecimento para a tomada de decisão “toda a ação da empresa é provocada por uma decisão, e toda decisão é um compromisso para uma ação”.

A informação, portanto, é insumo para se gerar conhecimento em espaços organizacionais. Essa dinâmica é fundamental para o desenvolvimento de qualquer atividade ou tomada de decisão e, em última instância, para qualquer ação organizacional.

Destaca-se que o sujeito organizacional é responsável pelas ações desenvolvidas e, portanto, responsável pelo desenvolvimento da empresa. Essa responsabilidade se acentua quando a empresa se encontra em mercados competitivos, e se acentua ainda mais quando a empresa vivência o mercado de capitais.

Valentim (2006) explica que o sujeito organizacional gera, compartilha e usa informação e conhecimento e, por meio dessas ações/atividades, alimenta a estrutura organizacional, que o retroalimenta com informação e conhecimento gerados pelos outros membros da organização. Essa dinâmica é inerente ao sujeito corporativo e à organização.

Destaca-se que o universo informacional é extremamente complexo e se caracteriza pela diversidade de tipologias e naturezas. Por isso, há que se ter uma ação

informacional, no sentido de prospectar, filtrar, coletar, analisar, agregar valor e disseminar dados, informação e conhecimento da melhor maneira possível. Para se ter uma idéia, mesmo que simplificada, desse universo informacional, Valentim (2006, p.12) define três segmentos informacionais importantes, que devem ser trabalhados:

- Estruturados: já estão sistematizados, tratados e disponíveis para acesso dentro ou fora da organização, como exemplo pode-se citar os dados e as informações que compõem os bancos e bases de dados internos e externos, as redes de comunicação como Internet, Intranet's, as publicações impressas etc.;
- Estruturáveis: são produzidos nos diversos setores da organização, porém sem seleção, tratamento e acesso, como exemplo pode-se citar os cartões de visita, a nota fiscal, o atendimento ao consumidor, entre outros;
- Não-estruturados: são produzidos externamente à organização, porém sem identificação, filtragem, tratamento e acesso, como exemplo pode-se citar boatos, acontecimentos sociais e políticos etc.

Esses segmentos fazem parte dos fluxos informacionais existentes em qualquer organização; assim, é necessário identificá-los para verificar as tipologias, naturezas e objetivos/estratégias de uso, de forma que elas possam, de fato, ser insumo para a ação organizacional. Nesse contexto, a análise e a agregação de valor são fundamentais para a eficiência dos sistemas de informação, pois, entre outros instrumentos, os sistemas de informação alimentam os sujeitos organizacionais com

dados e informação para a ação em qualquer nível.

No ambiente acionário a informação possui característica estratégica, visto que dela depende o ganho ou a perda de recursos por parte dos investidores. O mercado de capitais depende essencialmente de informação, porquanto, em muitos momentos de decisão o investidor não tem condições de prever cenários futuros com precisão, característica do mercado de ações (Quadro 1). Por outro lado, os analis-

tas de mercado precisam fornecer aos investidores informações confiáveis, fidedignas, corretas e consistentes. Essas qualidades informacionais são o diferencial de um serviço prestado por um analista de mercado. Nesse sentido, o papel da informação e do conhecimento em ambientes dessa natureza se destaca por amenizar ou reduzir a sensação de incerteza (VALENTIM, 2008).

<b>Necessidade/ Incerteza</b>	<b>Tipo de Informação</b>	<b>Ação</b>
A empresa tem solidez?	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mercado;</li> <li>▪ Clientes;</li> <li>▪ Produção;</li> <li>▪ Balanço;</li> <li>▪ Etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Análise comparativa com outras empresas do setor;</li> <li>▪ Análise de série histórica da empresa;</li> <li>▪ Análise de investimento da empresa;</li> <li>▪ Etc.</li> </ul>
A política econômica pode influir no setor?	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Política econômica;</li> <li>▪ Câmbio;</li> <li>▪ Mercado interno e externo;</li> <li>▪ Importação/Exportação;</li> <li>▪ Etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Análise das decisões governamentais para o setor;</li> <li>▪ Análise do comportamento das moedas estrangeiras em relação à moeda nacional;</li> <li>▪ Análise do mercado interno e externo em termos de consumo e concorrência;</li> <li>▪ Análise da balança comercial;</li> <li>▪ Análise da legislação nacional e estrangeira em relação ao setor;</li> <li>▪ Etc.</li> </ul>
O setor vai se desenvolver nos próximos anos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Planejamento da política econômica do país e do exterior;</li> <li>▪ Pesquisa e desenvolvimento industrial (inovação, pesquisas tecnológicas);</li> <li>▪ Etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Análise de programas governamentais, incentivos governamentais do país e dos países com que se têm relações comerciais;</li> <li>▪ Análise de patentes, análise de projetos de pesquisa e desenvolvimento, análise de descobertas de novos materiais (inovação em geral);</li> <li>▪ Etc.</li> </ul>

**Quadro 1** – Informações Estratégicas para o Mercado de Capitais.

Defende-se que a relevância e importância da informação são qualidades dadas pelo usuário da informação, ou seja, é o usuário quem a qualifica, pois é ele que, a partir de sua incerteza, curiosidade, lacuna ou necessidade, busca informar-se. Nesse

sentido, os trabalhos informacionais são realizados no intuito de mediar o contexto de necessidade do usuário com as informações existentes. No caso da informação se situar no segmento não-estruturado, o analista deverá desenvolver as atividades

informacionais com o objetivo de disseminá-las da melhor forma aos investidores, promovendo a mediação antes mesmo que o usuário tenha uma determinada necessidade informacional.

Em relação à qualidade da informação, compreendida de forma *lato*, sem relacioná-la ao usuário propriamente dito, destacam-se (Quadro 2) algumas características:

Qualidade da Informação	Características
Confiabilidade	Fonte confiável; Produtor idôneo; Histórico reconhecido.
Consistência	Pode ser comparada; Não é repetida/duplicada; Não é redundante; Não é incoerente.
Pertinência	Atende/responde às necessidades do usuário. É correta em relação à problemática informacional do usuário.
Fidedignidade	Veracidade da informação; Credibilidade do conteúdo informacional.

**Quadro 2** – Características da Qualidade da Informação.

É possível destacar, ainda em relação à qualidade da informação, outras características como: agilidade, atualidade, direcionamento, entre outras. Contudo, ressalta-se que a qualidade informacional, conforme mencionado anteriormente, está relacionada ao próprio usuário.

Os dados e a informação, portanto, são elementos constitutivos da gestão da informação, cujo papel em ambientes empresariais é essencial. Por outro lado, a gestão da informação depende das pessoas no que tange à geração, compartilhamento e uso de dados, informação e co-

nhecimento. No âmbito do mercado de capitais os analistas de mercado precisam conhecer e desenvolver atividades de prospecção e monitoramento informacional, além de analisar e agregar valor de forma que possam atender as expectativas dos investidores quanto às suas demandas informacionais. A qualidade desse serviço dependerá de conhecimentos especializados sobre gestão, organização, mediação e disseminação da informação.

### 3 GESTÃO DA INFORMAÇÃO EM CONTEXTOS EMPRESARIAIS

A informação e o conhecimento são insumos para o desenvolvimento de todas as atividades de uma empresa. Todas as ações corporativas são estruturadas com base em dados gerados constantemente, que, por sua vez, podem ser transformados em informações, a partir das ações informacionais específicas, que servem como instrumento para a geração de conhecimento. Independentemente do produto ou serviço, ou da quantidade de colaboradores, todas as empresas geram dados, informação e conhecimento. O que pode diferenciar uma da outra reside em uma ação voltada à gestão do conhecimento, cuja efetividade é diretamente proporcional às informações constantemente geradas.

A informação e o conhecimento, insumos do fazer organizacional precisam ser mais bem gerenciados, para isso os gestores precisam

compreender desde o macroambiente até os microambientes de informação/conhecimento que compõem a organização e interagem com o conjunto da sociedade, assim como precisam perceber os complexos contextos – político, econômico, social e cultural –, que envolvem as organizações no mundo atual (VALENTIM, 2006, p.11).

A gestão da informação no contexto empresarial tem um poder transformador. O sentido de transformação pode ser positivo ou não, isso porque determinada informação pode ser capaz de impactar sensivelmente o andamento dos negócios de uma empresa. Como exemplo pode-se destacar a elevação do grau de investimento em uma determinada empresa, a partir da divulgação de informações positivas sobre seus resultados financeiros, fator que atrairá maior quantidade de investidores externos.

Ressalta-se, nesse contexto, a análise e o uso de informações econômicas, cuja relevância estratégica para o setor empresarial é ímpar. Como exemplo pode-se mencionar a divulgação de relatórios que indicassem a eminência de elevação do valor do dólar frente ao real, cujo impacto direto na empresa poderia ser fatal, caso os insumos fossem importados.

Fato é que as empresas convivem diariamente com a geração de informações de diferentes naturezas e tipos, sejam aquelas pertinentes às rotinas produtivas, às capazes de nortear as estratégias do ne-

gócio, às relacionadas à imagem institucional, ao *market share*<sup>1</sup> sejam aquelas relacionadas ao nível de concorrência. Para Choo (2003, p.26), “a informação é um componente intrínseco de quase tudo o que uma organização faz”.

Tomando como exemplo uma empresa extratora de minérios, pode-se observar que diariamente é necessário gerenciar todas as rotinas que geram informação, cujo escopo vai desde as informações fundamentais referentes à extração do minério, à logística desse material, os custos inerentes etc. Todas essas atividades geram dados, que podem se transformar em informações, cujos fluxos percorrem diversas áreas e geram novas informações que geralmente são sistematizadas em relatórios gerenciais que alimentam os sistemas informacionais, bem como conduzem as ações dos gerentes e diretores. Entretanto, além dessas rotinas organizacionais existem informações de cunho estratégico que alicerçam os sistemas de decisão e que conduzem à tomada de decisão dos diretores, executivos e gerentes.

É importante e, também, fundamental que não se considere apenas a gestão da informação no âmbito organizacional, não

---

<sup>1</sup> Market Share: Corresponde à participação de mercado de uma empresa ou grupo dentro do seu segmento de atuação. Por exemplo, uma fabricante que produz 1 milhão de veículos possui um *market share* de 25% de um mercado onde a produção é de 4 milhões de veículos. (INFOMONEY, 2008)

que seja menos importante, mas ainda que fundamental ela não é a única forma de gestão em uma organização. Há a necessidade também de se realizar a gestão do conhecimento, cujo impacto na gestão da informação é visível e real. Uma alimenta a outra, são as pessoas que geram conhecimento e, a partir da sistematização, as explicitam em documentos e sistemas.

A era industrial, fundamentalmente uma era dos átomos, deu-nos o conceito de produção em massa [...] A era da informação e dos computadores mostrou-nos as mesmas economias de escala, mas menos preocupadas com o espaço e o tempo. A confecção de bits poderia se dar em qualquer lugar e a qualquer tempo, movendo-se, por exemplo, entre as bolsas de valores de Nova York, Londres e Tóquio, como se tais mercados fossem três máquinas-ferramentas adjacentes (NEGROPONTE, 1995, p.157).

No caso de um país emergente com necessidades mercadológicas diferenciadas, e que sofre constantemente os impactos das oscilações do mercado global, é de extrema importância considerar os impactos gerados pela disseminação de informações conjunturais.

#### **4 ABERTURA DE CAPITAL**

A década de 1990 representa um dos grandes marcos econômicos do Brasil, sendo destacado pelas medidas de liberação comercial iniciadas no governo Collor. Tais medidas tinham como foco principal

disciplinar os preços internos, assim como propiciar o aumento da produção de bens e serviços internamente, cujo estímulo ocorreria por meio da concorrência de bens e serviços externos.

Gonçalves et al. (1998) explicam que logo após a posse de Collor foi anunciado o fim do controle administrativo de redução tarifária, os programas de importação com redução de taxas e vários regimes especiais de tributação para importação. Nesse período as empresas passaram a conviver com a crescente chegada de novas tecnologias, modelos informatizados de gestão, níveis de qualidade superiores aos praticados internamente e padrões de relacionamento com clientes alicerçados na satisfação com marcas e produtos. Várias empresas deram início a um processo de reestruturação, seja em relação à modernização do parque industrial, seja em relação à implantação de novas tecnologias.

Pode-se considerar esse período como sendo de transição, sobretudo porque são evidentes as transformações ocorridas nos últimos 15 anos, entre elas está o fato das empresas passarem a conviver com outra realidade, cuja necessidade de elevação da base de capital, como meio de suportar tais investimentos muitas vezes pesados, se destaca. Essa nova realidade passou a não mais permitir, até mesmo, às grandes empresas se valerem somente dos mecanismos de financiamento con-

vencionais, como recursos próprios, ou captação de recursos via empréstimos no sistema bancário.

O Brasil passa então a se adaptar a mais uma estratégia de negócios, outra forma de integrar o país ao mercado internacional, desta vez por meio do mercado de capitais, propiciando o ingresso de expressivo volume de recursos externos direcionados a compra de ações de empresas nacionais. Essa nova estratégia, denominada abertura de capital, trata-se da emissão de valores mobiliários da empresa admitidos à negociação em bolsa de valores junto a um público diverso, em geral conhecido como investidores.

Num contexto econômico globalizado e, por isso, extremamente competitivo, assume maior importância a capacidade de captação em mercado aberto, que oferece recursos menos onerosos do que os financiamentos, os quais frequentemente extrapolam a capacidade de endividamento das empresas. Daí concluir-se que o mercado é o melhor meio de capitalização e de autofinanciamento das empresas (GARCIA; SOUZA, 2005, p.7-8).

São considerados valores mobiliários os títulos emitidos por empresas, sendo os mais comuns as ações, as debêntures, os bônus de subscrição e as notas promissórias. As ações são os ativos mais negociados em Bolsas de Valores com negociações no mercado à vista, e representam a menor fração do todo de uma empresa. A distribuição desses valores no mercado

depende de registros de companhia e de emissão na Comissão de Valores Mobiliários (CVM). A abertura de capital é difundida pela sigla IPO, cujo significado é relacionado à expressão inglesa *Initial Public Offering*, isto é, Oferta Pública Inicial.

A partir do momento em que uma empresa abre seu capital, admitindo o ingresso de recursos de investidores, sejam eles nacionais, estrangeiros, pessoa física ou jurídica, pequeno ou 'mega' investidor, ela passa a ter responsabilidades adicionais. Uma pessoa física ou jurídica que possua uma única ação de uma empresa com capital aberto é considerada um acionista minoritário. Contudo, mesmo minoritário possui direitos, pois, com o advento da governança corporativa esse tipo de investidor está mais próximo aos direitos dos acionistas majoritários, incluindo o direito de acesso às informações relevantes.

Beal (2004) comenta que a gestão da informação, no que tange aos aspectos de disseminação e distribuição, precisa contemplar decisões e processos relacionados à divulgação de informações para terceiros, de modo a equacionar as necessidades de comunicação e de intercâmbio de informações com os públicos externos. Neste ponto, é fundamental adentrar, ainda que brevemente, no entendimento do conceito de Governança Corporativa.

Tal expressão se refere a uma estratégia que vem se desenvolvendo e criando



forças nos últimos anos e se configura, muito embora com um sentido mais amplo que o aqui exposto, em fundamentos alicerçados na transparência, sobretudo na divulgação de informações. Shleifer e Vishny (1997) consideram a governança um conjunto de relações entre a direção das empresas, seus acionistas e outras partes interessadas (*stakeholders*).

A preocupação com a disseminação da informação de forma coesa, alicerçada em padrões internacionais, remete à preocupação constante em relação à busca por investimentos que propiciem o desenvolvimento da empresa, porquanto, se são os investidores que trazem recursos, são eles que merecem obter as informações mais relevantes sobre a empresa.

As ações de uma companhia aberta são negociadas em Bolsas de Valores; no caso do Brasil, a 'Nova Bolsa' foi criada pela integração das atividades entre a Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA) e a Bolsa de Mercadorias e Futuros (BM&F). Mediante uma plataforma eletrônica de negociação são realizadas, em segundos, milhares de negociações de compra e venda de ações. Contudo, o investidor só realiza operações nesse mercado, por intermédio de uma sociedade corretora e que possui entre outras, a atribuição de operar em bolsas de valores por meio do intermédio da compra e venda de ativos e

de subscrever emissões de títulos e valores de empresas no mercado.

## **5 A INFORMAÇÃO ESTRATÉGICA COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO NAS OPERAÇÕES EM BOLSAS DE VALORES**

A informação estratégica tem desempenhado um papel cada vez mais relevante nos processos de produção e geração de valor nas organizações. Para Beal (2004) a informação deve ser objeto de um planejamento estratégico, de modo que se possa escolher as melhores alternativas em relação aos fluxos informacionais existentes dentro e fora das organizações.

A informação estratégica quando empregada no âmbito do mercado de capitais, infere na capacidade de identificar qual informação é importante e fundamental, visando que o investidor construa conhecimento necessário e que o leve a considerar as melhores oportunidades de negociação nas Bolsas de Valores. Pode-se inferir que a informação estratégica disseminada ao investidor, de forma sistematizada e com valor agregado sobre informações conjunturais, informações micro e macroeconômicas, análises comparativas, históricas e de cenários de empresas, visa aproximar o investidor da realidade e do comportamento do mercado, de forma que ele possa tomar a melhor decisão, ou pelo menos a decisão certa.

Espera-se que o preço de uma ação seja capaz de expressar uma expectativa futura da situação financeira de uma empresa. Portanto, a informação estratégica tem desempenhado papel fundamental nesse processo de produção de valor na medida em que os investidores se valem de informações concernentes ao desempenho da empresa e formulam suas teorias de investimento. Isso porque determinadas informações causam impactos imediatos, sendo incorporadas ao preço das ações de acordo com a velocidade com que são divulgadas.

Em alguns casos, a confiabilidade e o real impacto futuro nos resultados da empresa nem sempre são percebidos imediatamente, o que dificulta a identificação de um nível de eficiência informacional para o mercado de capitais. Baseado nisso, existe um jargão no mercado de capitais, bastante utilizado pelos analistas quando justificam a rápida variação em relação ao valor de uma ação: “sobe no boato e cai no fato”. Esse fato demonstra o valor que pode ser atribuído à informação nesse contexto, o que leva muitos profissionais a lançarem mão da criação de estratégias informacionais.

Para Levy Neto (2005) muita coisa mudou nos últimos anos, tanto em relação à demanda dos analistas, quanto em relação à legislação e, principalmente, na forma e na velocidade das informações.

Para a criação de estratégias informacionais efetivas é necessário propiciar, aos investidores e analistas de mercado, sobretudo informações transparentes e confiáveis alicerçadas em critérios sólidos e eficientes. Para incentivar essa linha de orientação foi criado o Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado (CODIM) que tem como objetivo orientar as formas de divulgação de informações ao mercado de capitais.

Segundo o próprio Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado (2008),

O Comitê tem o compromisso de oferecer orientação e sugestões às companhias abertas, profissionais de relações com investidores, analistas de investimentos, investidores, administradores de recursos, dentre outros, a respeito das alternativas mais adequadas de divulgação de informações para um público que é bastante diversificado e deve exigir cada vez maior qualidade, transparência, tempestividade, acessibilidade e detalhamento desses dados.

Um dos principais profissionais envolvidos nesse processo de criação de estratégias baseadas em informações são os próprios analistas de mercado. Estes profissionais auxiliam os investidores na tomada de decisão, mediante a avaliação e disseminação de informações seja sobre determinado grupo de empresas, seja por meio da análise econômica nacional e externa. Em geral, é um profissional com vínculo a alguma instituição integrante do Sis-

tema Financeiro, como bancos e corretoras de valores. Este profissional deve ser capaz de fornecer um sólido fluxo de informações, que são vitais para a tomada de decisão de um investidor.

Identificar o real valor de mercado de uma empresa ou os possíveis impactos de um pacote econômico nacional ou de uma potência econômica como os Estados Unidos (EUA), por exemplo, são pontos-chave para o desenvolvimento de conhecimento, entretanto, tudo isso deve ser feito sem que os investidores sejam influenciados ou sintam-se forçados de alguma forma a realizar determinada operação.

A prática para a determinação de qual informação é relevante sugere que os analistas conheçam o que orienta ou determina o valor de uma ação. O ato de prospectar, filtrar, coletar, analisar, compilar e disseminar informações relevantes aos investidores possui como objetivo principal torná-los aptos a tomar decisões sobre qual investimento deve ser considerado a melhor opção em determinado momento. Por isso, é fundamental reconhecer as melhores ferramentas, mas, além desse aspecto estratégico, o analista deve seguir critérios para a prospecção, coleta e uso de informações.

## **6 METODOLOGIAS DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO PARA A TOMADA DE DECISÃO**

As estratégias delineadas no âmbito do mercado de capitais, que servirão para o direcionamento do processo decisório dos investidores são todas baseadas na prospecção, coleta e uso de informações, cada qual gerada a partir de dados oriundos de diferentes áreas relacionadas ao contexto do mercado de capitais. Algumas informações são prospectadas e coletadas basicamente no ambiente interno das empresas e outras no ambiente externo à empresa como, por exemplo, na conjuntura econômica e política.

Faz-se necessário apresentar alguns métodos utilizados para criação de relatórios de mercado que servirão como fonte de informação capaz de orientar um investidor. Tais fontes de informação são regularmente disponibilizadas por meio de relatórios classificados, em geral, como: setoriais, diários, semanais, mensais, de acordo com a especificidade. O meio de transmissão é, em quase todos os casos a rede Internet.

### **6.1 Análise Técnica**

A Análise Técnica possui como abordagem, a previsão das tendências de preços de ativos a partir dos seus dados históricos, ou seja, trata-se da análise dos valo-

res passados com o objetivo de se aproximar das tendências de preços futuros. A teoria da escola técnica acredita que a ocorrência de um preço padrão técnico é resultado de uma evolução ou uma inversão de tendência dos preços, portanto, concentra-se em determinar se existe qualquer evidência de um padrão que possa prever a probabilidade futura.

A Análise Técnica se apóia no fato de que o próprio mercado determina os preços dos ativos, isso porque leva em conta a premissa básica da lei de oferta e procura. No mercado, quanto maior o número de compradores, observa-se como tendência a valorização dos preços dos ativos e, quanto maior o número de vendedores, observa-se como tendência a desvalorização. Dessa forma, é possível entender como o mercado se comporta diante de determinadas situações ou frente a determinadas informações disseminadas.

Os mecanismos de formação de preços no mercado financeiro se explicam por um desacordo, também fundamental, entre a visão de futuro do vendedor – que pensa que o preço atual não se justifica – e a do comprador que pensa o contrário (FLEURIED *apud* TOMASELLI; OLTRAMARI, 2007).

A teoria técnica defende que os preços se movimentam em tendências e, portanto, tendem a se repetir. Para os analistas técnicos é necessário que haja uma

base inteiramente racional que determine o comportamento de um ativo e, ao contrário dos analistas fundamentalistas, se preocupam em emitir informações sobre como os preços de ativos se movimentam e não porque eles se movimentam. De certa forma, isso influi sobre a previsibilidade dos preços e, em geral, esses profissionais não se preocupam em analisar a questão da existência de algum conteúdo informativo na ocorrência de um padrão de preços. A coleta de informações neste caso está limitada às tendências passadas.

A teoria de que os preços se repetem em tendências é baseada no conceito da psicologia das massas, isso porque os preços são conduzidos pela massa de investidores e representam um consenso em dado momento. Por mais que os movimentos da bolsa sejam numéricos, eles estão também sujeitos aos aspectos psicológicos, visto que, em determinadas situações de mudanças, os preços formam tendências e, em geral, se alteram mediante a geração de outro evento. Pring (2002 *apud* TOMASELLI; OLTRAMARI, 2007) destaca que a tarefa do analista técnico é identificar pontos de reversão dos preços que mostram essas mudanças no comportamento.

The technical approach to investment is essentially a reflection of the idea that prices move in trends which are determined by the changing attitudes of investors toward a variety of economic, monetary, political and psychological forces [...] Since the technical approach is

based on the theory that the price is a reflection of mass psychology (“the crowd”) in action, it attempts to forecast future price movements on the assumption that crowd psychology moves between panic, fear, and pessimism on one hand and confidence, excessive optimism, and greed on the other (PRING, 1985 apud BOAINAIN, 2007, p.15).

Os analistas técnicos utilizam informações sobre as séries históricas de preços, volumes e negociação, resumidos na forma de gráficos, para a previsão de futuras tendências dos preços em uma ampla variedade de mercados financeiros, conforme relatam Savin et al. (2006, p.3). A coleta de informações no caso da Análise Técnica é realizada mediante o estudo de gráficos. Cada estudo possui um método como, por exemplo, a “Média Móvel” que se caracteriza pela criação de um gráfico que fornece o valor médio de um ativo em um determinado período. Outro método é o “Índice de Força Relativa” que, também, por meio de um gráfico mede a evolução da relação de forças entre compradores e vendedores em determinado período. Para análises de curto prazo é mais comum o uso da ferramenta “Estocástico” que determina zonas de “super” valorização e “sobre” valorização. São muitas as formas de análise, mas todas elas utilizam gráficos para representação das informações. Alguns exemplos de gráficos são apresentados a seguir, bem como os objetivos para os quais são elaborados.

A Figura 1 apresenta um gráfico sobre “Tendências”, cujo objetivo é analisar basicamente se um ativo encontra-se em tendência de alta ou em tendência de baixa. O gráfico demonstra a tendência de alta em seu preço.



**Figura 1** – Tendências

Fonte: Monitor Investimentos – 2008.

Duas outras abordagens bastante comuns são as linhas de “Suporte” e de “Resistência” (Figura 2 e 3). A primeira é analisa o preço, cuja representação para baixo demonstra que há uma probabilidade/tendência para queda de preço, ou seja, demonstra que o atual preço não se sustenta a partir da análise de variáveis do mercado, cujo destaque aponta e demarca um estado de atenção. Na segunda, são consideradas as áreas acima da cotação de preço atual de um determinado ativo, e definem níveis de resistência, ou seja, no caso da cotação romper essa linha poderá ocorrer uma valorização, o que beneficiaria interessados em vender.



**Figura 2** – Suporte.

Fonte: Monitor Investimentos – 2008.



**Figura 3** – Resistência.

Fonte: Monitor Investimentos – 2008.

Ressalte-se que esse método é alicerçado na prospecção, filtragem, coleta e análise de informações desconsiderando os fundamentos da empresa. Suas teorias se fundamentam na idéia de que os preços dos ativos são influenciados pela sua evolução passada, além de serem afetadas pela massa do mercado de acordo com o modo que se posicionam. O que pode ser considerado como desvantagem desse método é que ele não é capaz de antecipar as inversões de tendência dos preços antes que elas ocorram. As inversões só são detectadas após a tendência de alta ou de baixa terem começado a se apresentar.

## 6.2 Análise Fundamentalista

A Análise Fundamentalista pode ser considerada, em termos informacionais, a

mais coesa e rica. Tal constatação se dá pelo fato de ela possuir como principal característica a prospecção de dados e informações que forneçam indicadores relevantes sobre a situação financeira e patrimonial das empresas, possibilitando aos investidores avaliar o desempenho futuro dos negócios vinculados à referida empresa. Como foi mencionado anteriormente, um investidor é um acionista da empresa e, portanto, espera-se que o desempenho da empresa na qual investiu seja substancial, a ponto de obter lucros sobre o recurso investido. Por isso, conhecer a saúde financeira de uma empresa já pode ser considerado um grande passo para se obter bons resultados.

A figura do mediador nesse método relaciona-se à prospecção de informações referentes à empresa e a elaboração de relatórios visando sua disseminação aos investidores. Entre as informações fundamentais coletadas nas empresas para o desenvolvimento do trabalho do analista, estão, por exemplo, dados sobre a receita do período, preços de venda, gestão de custos, EBITDA<sup>2</sup>, depreciação e amortização, capital de giro, alterações da estrutura de capital, juros passivos, perfil e custo da dívida, influência de variáveis externas,

<sup>2</sup> EBITDA: Sigla em inglês para 'earnings before interest, taxes, depreciation and amortization', que traduzido literalmente para o português significa: "Lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização (ANÁLISE FINANCEIRA, 2008).

estratégias da empresa, aquisições, entre outros.

A informação neste contexto é significativa quando possibilita aos analistas e investidores entenderem a empresa o bastante para tomarem uma decisão de investimento ou fazerem uma recomendação que prove ser precisa em termos de desempenho futuro da empresa. Por isso a análise fundamentalista é reconhecida como a estratégia que indica o “porque” de comprar determinada ação, diferentemente da análise técnica que indica “quando” comprar uma ação.

Para realizar seu trabalho com eficiência, o analista de investimentos depende, além de seu conhecimento técnico, do acesso às informações da companhia que analisa. Para fazer um relatório que avalia o desempenho futuro da empresa, por exemplo, o analista constrói projeções de cinco anos da geração operacional de caixa e dos investimentos necessários para manter o negócio nos níveis projetados. Além disso, deve conhecer as informações que oferecem risco ao negócio da empresa, com o objetivo de determinar os impactos nos preços de suas ações.

### **6.3 Análise Setorial**

A elaboração de relatórios que contemplam projeções empresariais envolve definições de cenários para o ambiente

econômico local e global. Contudo, para que o analista possa projetar o crescimento da empresa e avaliar riscos, é indispensável conhecer também as perspectivas para o desempenho do setor em que a empresa atua, além das variáveis empresariais que dependem, por sua vez, de fatores impactantes para o conjunto de empresas do mesmo setor.

O analista precisa conhecer, em suma, os principais elementos que compõem os diversos setores da indústria e obter informações que permitam utilizá-los corretamente em suas projeções. Para os investidores, receber informações significativas sobre o setor em que a empresa atua é parte essencial para o processo de decisão de investimento. O Quadro 3 apresenta os principais setores da indústria e as informações consideradas relevantes na elaboração dos relatórios setoriais.

SETORES	INFORMAÇÕES RELEVANTES
<b>ALIMENTOS</b> (Aves, Suínos Bovinos)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Principais mercados consumidores;</li> <li>▪ Principais pólos produtores no Brasil;</li> <li>▪ Nível de exportações;</li> <li>▪ Nível de consumo interno;</li> <li>▪ Análise de possíveis focos de gripe aviária;</li> <li>▪ Análise de custos logísticos;</li> <li>▪ Clima e disponibilidade de fatores de produção;</li> <li>▪ Possíveis embargos de países consumidores.</li> </ul>
<b>AVIAÇÃO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Níveis de atividade comercial e turística;</li> <li>▪ Nível de transporte de cargas;</li> <li>▪ Desempenho do segmento de linhas aéreas domésticas nacionais;</li> <li>▪ Desempenho do segmento de linhas aéreas domésticas regionais;</li> <li>▪ Desempenho do segmento de linhas aéreas internacionais;</li> <li>▪ Preço do combustível de aviação.</li> </ul>
<b>BANCOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Estratégias competitivas dos bancos;</li> <li>▪ Saldo de operações de crédito;</li> <li>▪ Nível de inadimplência;</li> <li>▪ Receita de prestação de serviços;</li> <li>▪ Trajetória do depósito compulsório.</li> </ul>
<b>COMÉRCIO VAREJISTA</b> (Bens duráveis e alimentos)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nível de concessão de crédito;</li> <li>▪ Análise de desempenho considerando sazonalidade;</li> <li>▪ Volume comercializado;</li> <li>▪ Expectativas de vendas para o período;</li> <li>▪ Análise do varejo de alimentos através de desempenho de redes de supermercados e hipermercados;</li> <li>▪ Faturamento do setor de supermercados e hipermercados considerando sazonalidade.</li> </ul>
<b>ENERGIA ELÉTRICA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Carga de consumo de energia;</li> <li>▪ Nível de aquisição de eletrodomésticos;</li> <li>▪ Nível de produção industrial;</li> <li>▪ Possíveis leilões de energia;</li> <li>▪ Impacto em relação a possíveis falta de energia.</li> </ul>
<b>MINÉRIO DE FERRO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nível de reservas de minério de ferro;</li> <li>▪ Nível de exportação;</li> <li>▪ Desempenho do consumo mundial;</li> <li>▪ Valorização ou desvalorização da moeda nacional.</li> </ul>
<b>PAPEL E CELULOSE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desempenho de vendas externas;</li> <li>▪ Qualidade e custos de produção;</li> <li>▪ Produção de eucalipto;</li> <li>▪ Logística de transporte.</li> </ul>
<b>PETRÓLEO</b> (Distribuição, exploração e refino)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Participação por bandeira em postos de combustível;</li> <li>▪ Expectativa de consumo para o período;</li> <li>▪ Concorrência de preços e impactos na qualidade;</li> <li>▪ Nível de produção nacional de petróleo;</li> <li>▪ Nível de volume demandado de derivados;</li> <li>▪ Preço externo do barril de petróleo;</li> <li>▪ Nível de consumo externo;</li> <li>▪ Investimentos na descoberta de novas bacias de exploração;</li> <li>▪ Investimento em tecnologia para plataformas;</li> <li>▪ Ampliação de refinarias.</li> </ul>
<b>SIDERURGIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nível de produção de aços não-planos direcionados para o setor de construção civil;</li> <li>▪ Nível de desempenho do setor de construção civil;</li> <li>▪ Nível de produção de aços planos (placas de aço e laminados) para os setores automotivos, máquinas industriais e utilidades domésticas;</li> <li>▪ Nível de vendas de automóveis;</li> <li>▪ Nível de vendas de eletrodomésticos "linha branca".</li> </ul>
<b>TELECOMUNICAÇÕES</b> (Telefonia fixa e móvel)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Impactos de regulamentações;</li> <li>▪ Nível de concorrência entre empresas;</li> <li>▪ Desenvolvimento de produtos;</li> <li>▪ Taxa de penetração por operadora;</li> <li>▪ Períodos de aquecimento do mercado.</li> </ul>

**Quadro 3** – Informação Relevante por Setor Empresarial.



## 6.4 Análise Conjuntural

Tal como o valor justo de uma ação ou o melhor momento para comprá-la, a Análise Conjuntural deve ser considerada como fundamental para a formulação de estratégias de mensuração quantitativa e qualitativa, bem como para determinar se a liquidez do mercado é adequada ou se oferece algum tipo de risco em relação a outros mercados. Ela faz parte da rotina dos analistas, assim como faz parte da rotina de toda população, uma vez que contempla economia mundial, política mundial, além de comportamento de agentes diversos.

Todas as informações geradas no contexto mundial são consideradas, porquanto podem impactar os mercados de capitais do mundo todo. Exemplo recente disso foi a queda das torres gêmeas nos EUA motivada por ataques terroristas ou até fatos mais recentes como a crise imobiliária, também ocorrida nos EUA, mobiliza-

ram mercados do mundo todo, por oferecerem o risco chamado “sistêmico”, ou seja, um risco que ocorre em um determinado mercado, mas que impacta de maneira generalizada os demais.

Do ponto de vista do investidor, as considerações sobre a conjuntura mundial surgem diariamente. A preocupação fundamental é o impacto que tais informações têm sobre o mercado de capitais, portanto, os relatórios técnicos que contêm informações de ordem conjuntural devem analisar distintos fatores. Tais fatores vão desde dados da economia nacional com seus possíveis reflexos nos níveis de consumo, até a taxa de câmbio. O Quadro 4 apresenta alguns aspectos do modelo de análise no que tange às fontes de informação e os tipos de informação extraídas e consideradas para elaboração de relatórios conjunturais.

FONTES	INFORMAÇÕES RELEVANTES
<b>BALANÇA COMERCIAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Déficit ou superávit no período;</li> <li>▪ Relação entre bens importados e exportados;</li> <li>▪ Projeção de saldo para o final do exercício.</li> </ul>
<b>COMÉRCIO VAREJISTA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vendas do comércio varejistas no período;</li> <li>▪ Destaques para vendas do setor por atividade;</li> <li>▪ Demonstração do acumulado de 12 meses;</li> <li>▪ Previsão de expansão ou estagnação;</li> </ul>
<b>INFLAÇÃO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Trajetória de queda de elevação ou de acomodação;</li> <li>▪ Desempenho dos índices econômicos;</li> <li>▪ Perspectivas para o final do exercício.</li> </ul>
<b>PRODUÇÃO INDUSTRIAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nível de produção do período;</li> <li>▪ Apresenta aceleração, desaceleração;</li> <li>▪ Base de comparação por categoria de uso;</li> <li>▪ Previsões para indústria nacional e internacional.</li> </ul>

Continua...

... continuação

FONTES	INFORMAÇÕES RELEVANTES
<b>TAXA DE CÂMBIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Apreciação ou depreciação no período;</li> <li>▪ Análise sistêmica e possível impacto no valor;</li> <li>▪ Posições de governos e agentes;</li> <li>▪ Saldo em conta do governo;</li> <li>▪ Nível de recursos em bolsas de valores;</li> <li>▪ Movimento especulativo;</li> <li>▪ Projeção da taxa para o final do período.</li> </ul>
<b>ATIVIDADE ECONÔMICA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nível de aquecimento da economia doméstica e mundial;</li> <li>▪ Dados sobre Produto Interno Bruto (PIB) no período;</li> <li>▪ Dados sobre o PIB por segmentos;</li> <li>▪ Capacidade do parque fabril do país;</li> <li>▪ Nível de investimentos externos;</li> <li>▪ Estimativa do nível de crescimento para o período.</li> </ul>
<b>ECONOMIA INTERNACIONAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cenário econômico das principais potências mundiais;</li> <li>▪ Possíveis manobras das autoridades econômicas;</li> <li>▪ Consideração dos possíveis impactos de crises;</li> <li>▪ Projeções para as principais economias.</li> </ul>
<b>MERCADO DE TRABALHO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Taxa de desemprego no período;</li> <li>▪ Nível de população ocupada;</li> <li>▪ Número de trabalhadores com carteira assinada no país e nas principais economias;</li> <li>▪ Nível de rendimentos;</li> <li>▪ Nível de formalizações no mercado de trabalho;</li> <li>▪ Previsão de geração de empregos para o período.</li> </ul>
<b>POLÍTICA FISCAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Meta fiscal do período;</li> <li>▪ Dívida do setor público;</li> <li>▪ Nível de arrecadação.</li> </ul>
<b>POLÍTICA MONETÁRIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Decisões do Comitê de Política Monetária (COPOM) sobre a taxa de juros;</li> <li>▪ Decisões sobre a taxa de juros base nas principais economias mundiais;</li> <li>▪ Impactos da taxa de juro base na economia;</li> <li>▪ Expectativas do mercado quanto a decisões sobre elevação, manutenção ou corte na taxa de juros no país e no mundo.</li> </ul>
<b>SETOR EXTERNO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Saldo das contas correntes externas;</li> <li>▪ Déficit ou superávit comercial no período;</li> <li>▪ Nível de investimentos externos;</li> <li>▪ Previsão para saldo em conta corrente externa no período.</li> </ul>

**Quadro 4** – Informação Relevante por Tipo de Fonte Informacional.

As fontes de informação são diversas e as informações relevantes são inúmeras, contudo ressalta-se que a ‘qualidade’ relevante é diretamente proporcional ao tipo de necessidade informacional que o investidor possui. Nesse contexto, para atuar no mercado de capitais o analista de informação necessita conhecer o investidor e suas possibilidades de investimento.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mercado de capitais brasileiro se desenvolve na medida em que a confiança dos investidores aumenta, isso porque a divulgação de informações de forma transparente e aberta reduz o grau de incerteza e amplia a atratividade dos investidores pelas empresas. Entretanto, os investidores não possuem, em sua totalidade, conhecimento de todas as fontes de informa-

ção vitais que possam influenciar os resultados operacionais ou financeiros de uma empresa.

Nesse sentido, considera-se que o mercado, quanto mais bem informado, mais se tornará capacitado a atribuir um valor justo às ações das empresas. Estimulado pelas informações disponibilizadas, cada investidor atuará de acordo com sua perspectiva e interpretação. Sendo assim, é fundamental que haja a gestão estratégica da informação, visto ser determinante para a maioria dos casos que envolvem oscilação de preços de ativos negociados em bolsas de valores.

Conclui-se que a capacidade do mercado em ter ações avaliadas corretamente pelos investidores está imbricada na qualidade da informação disponibilizada. Nesse contexto, cabe aos analistas de informação determinar, a partir da prospecção, filtragem, análise e agregação de valor, o que é relevante, e disseminar ao investidor rapidamente, de forma que ele possa tomar decisão eficaz e a mais assertiva possível. As abordagens apresentadas neste artigo, quando utilizadas pelos analistas de mercado, permitem que os investidores entendam a importância das informações relevantes para a tomada de decisão, bem como possuam condições de avaliar corretamente os possíveis efeitos sobre os seus investimentos.

## REFERÊNCIAS

- ANÁLISE FINANCEIRA. *Glossário de termos financeiros*. Disponível em: <<http://www.analisefinanceira.com.br/glossario.htm>> Acesso em: 2008.
- BEAL, A. *Gestão estratégica da informação*. São Paulo: Atlas, 2004.
- BOAINAIN, P. G. "Ombro-cabeça-ombro": testando a lucratividade do padrão geográfico de análise técnica no mercado de ações brasileiro. 2007. Dissertação. (Mestrado em Economia) – Faculdade de Economia e Administração, IBMEC São Paulo, São Paulo. Disponível em: <[http://tede.ibmecsp.edu.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=49](http://tede.ibmecsp.edu.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=49)>. Acesso em: 28 set. 2008.
- CHOO, C. W. *A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões*. São Paulo: SENAC, 2003.
- COMITÊ DE ORIENTAÇÃO PARA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES AO MERCADO - CODIM. *O que é o CODIM*. 2008. Disponível em: <<http://www.codim.org.br/CODIM.asp?pg=oq ue.htm>>. Acesso em: 25 set. 2008.
- FLEURIET, M. *A arte e a ciência das finanças: uma introdução ao mercado*. Rio de Janeiro: Campus, 2003. 298p.
- GARCIA, Souza T. M. *Governança corporativa e o conflito de interesses nas sociedades anônimas*. São Paulo: Atlas, 2005.
- GONÇALVES, R. et al. *A nova economia internacional: uma perspectiva brasileira*. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- INFOMONEY. *Glossário de termos financeiros*. Disponível em: <<http://web.infomoney.com.br/seunegocio/glossario/?key=M>> Acesso em: 2008.
- LEVY NETO, H. R. A qualificação dos profissionais de investimentos no Brasil. *Revista Relações com Investidores*, Rio de Janeiro, n. 83, p. 17-19, jan. 2005.
- MONITOR INVESTIMENTOS. *Análise técnica e suas linhas de força*. 26 maio 2008. Disponível em: <<http://www.monitorinvestimentos.com.br/ver>

[artigo.php?id\\_artigo=42](#)>. Acesso em: 10 set. 2008.

NEGROPONTE, N. *A vida digital*. 3. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SAVIN, G.; WELLER, P.; ZVINGELIS, J. *The predictive power of "head-and-shoulders" price patterns in the U.S. stock market*. 2006. Disponível em: <[http://www.biz.uiowa.edu/faculty/gsavin/papers/HSrevision\\_paw\\_10%2019%2006.pdf](http://www.biz.uiowa.edu/faculty/gsavin/papers/HSrevision_paw_10%2019%2006.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2008.

SHLEIFER, A.; VISHNY, R. W. A survey corporate governance. *The Journal of Finance*, Berkeley, v. 52, n. 2, p. 737-783, Jun. 1997.

TOMASELLI, T. R.; OLTRAMARI, L. C. A psicologia do mercado acionário: representações sociais de investidores da BOVESPA sobre as oscilações dos preços. *Estudos de Psicologia*, Natal, v. 12, n. 3, p. 275-283, set./dez. 2007. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-294X2007000300010&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-294X2007000300010&script=sci_arttext)>. Acesso em: 7 set. 2008.

VALENTIM, M. L. P. Informação e conhecimento em organizações complexas. In: ----- (Org.). *Gestão da informação e do conhecimento no âmbito da Ciência da Informação*. São Paulo: Polis, 2008. Cap.1, p.11-25. 268p.

VALENTIM, M. L. P. Processo de inteligência competitiva organizacional. In: ----- (Org.). *Informação, conhecimento e inteligência organizacional*. Marília: FUNDEPE, 2006. Cap.1, p.9-24. 281p.

---

**Title:**

Information mediation in capital market

**Abstract**

This article presents the strategic information management models used by capital market analysts, identifying the origins of the information that is used to prepare technical reports which are available to investors. Such models present characteristics based on mining, use and dissemination of relevant companies' information. It considers the information impacts

in the capital market, the importance to adopt transparent procedures and the methodological approaches that guide the decision-making process.

**Keywords:**

Information Mediation; Capital Market; Information Management; Information Flows; Corporate Governance.

---

**Título:**

Mediación de información en el ámbito del mercado de capitales.

**Resumen**

Este artículo presenta los modelos de gestión estratégica de la información utilizada por los analistas del mercado de capitales, la identificación de las orígenes de las informaciones utilizadas en la preparación de los informes técnicos a disposición de los inversores. Estos modelos presentan características con base en la coleta, uso y diseminación de la información sobre las empresas. Considera, también, el impacto de la información en los mercados de capitales, la importancia de la transparencia en la difusión de la información sobre las empresas y los abordajes metodológicos empleados en el direccionamiento de las decisiones.

**Palabras Clave:**

Mediación de Información; Mercado de Capitales; Gestión de Información; Flujos de Información; Gobierno Corporativo..

---

Recebido em: 10.10.2008

Aceito em: 01.12.2008

---