

A INFLUÊNCIA DOS BOATOS E SUAS CONSEQUÊNCIAS NA DINÂMICA DE PREÇOS DO MERCADO DE AÇÕES

Fábio Marques da Cruz

Maria Yêda Falcão Soares de Figueiras Gomes

Universidade Federal da Bahia (UFBA)
Brasil

RESUMO

Este trabalho faz parte de uma pesquisa em andamento que tem por objetivo analisar a influência dos boatos na dinâmica de preços no mercado acionário, por meio de um estudo de caso com empresas cujas ações são muito negociadas entre os agentes financeiros. Para tanto se utilizou o histórico de preços dos títulos negociados à vista na bolsa de valores de São Paulo entre os anos de 2007 a 2011, através de arquivos disponibilizados em seu *site*. Uma amostra de 10 empresas foi selecionada dentre as ações com maior volume de negociação neste período para a coleta dos documentos no *site* da bolsa de valores apresentados ao mercado para comunicação de fatos relevantes e esclarecimentos. Somente os comunicados apresentados no período indicado que prestam esclarecimentos em relação a notícias e informações não oficiais divulgadas pela imprensa, entraram no escopo da coleta de dados. Até o momento, foram coletados os comunicados ao mercado da empresa com as ações mais negociadas, cuja análise permitiu a categorização das informações e a criação de um diagrama para a representação da informação acerca dos boatos tratados nesses documentos. Esse diagrama foi aplicado em uma base de dados onde foram armazenadas as informações coletadas para posterior recuperação e análise. A partir dessas informações, os preços do ativo foram recuperados com a finalidade de se analisar a influência dos boatos divulgados pela imprensa na oscilação dos preços do papel. O quadro teórico de referência é formado pelos autores Kapferer, Müller e Martins. Como resultado, foram identificados alguns boatos que interferiram nas cotações, bem como foi possível classificar os boatos quanto aos assuntos que estes tratam. Assim, como muitas vezes o boato nasce do vazio de conhecimento e da assimetria de informação entre os investidores, nota-se que não há uma concorrência perfeita entre os agentes financeiros.

Palavras-Chave: Boato; Mercado de Ações; Notícias; Oscilação de Preço; Bolsa de Valores de São Paulo.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho faz parte de uma pesquisa em andamento que tem por objetivo analisar a influência dos boatos na dinâmica de preços no mercado acionário, por meio de um estudo de caso com empresas cujas ações são muito negociadas entre os agentes financeiros. O pouco tempo disponível para a tomada de decisão por parte dos investidores gera um sentimento de urgência e uma busca incessante por informações que possam diminuir a incerteza. Esta situação faz com que eles fiquem susceptíveis a boatos que circulam no mercado e que muitas vezes surgem como forma de preencher o vazio de conhecimento ocasionado pela ausência de informação. O boato financeiro, informação não confirmada sobre o desempenho e situação financeira das empresas de capital aberto, é também acelerado e ganha mais credibilidade quando divulgado pela imprensa, que muitas vezes publica informações que não foram confirmadas com as fontes oficiais (KAPFERER, 1993, p.58).

Como parte da política de transparência da informação, as empresas são obrigadas a divulgar qualquer informação e fato relevante que venha ocorrer. Assim, quando uma informação é noticiada na mídia e afeta os valores mobiliários da empresa, mas ainda não foi divulgada por esta, a bolsa de valores exige que a empresa preste esclarecimentos ao mercado. Porém, até que a empresa se pronuncie, o boato pode ganhar credibilidade perante muitos investidores, principalmente aqueles com maior apetite para o risco, e acaba gerando mais especulação e consequente oscilação de preços dos ativos, quanto mais às fontes oficiais demoram a responder.

Este trabalho está organizado em quatro itens além desta introdução onde são abordadas as mudanças ocorridas no mercado financeiro com o advento das tecnologias digitais, os estudos sobre boatos, os boatos financeiros em si, a metodologia utilizada e os resultados e considerações finais.

2 A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

A informação ganhou relevância nas organizações e instituições na busca por mais produtividade e competitividade. Além disso, os avanços tecnológicos ocorridos nas últimas décadas acarretaram mudanças sociais, econômicas e culturais ao passo que essas transformações deram origem à chamada sociedade da informação.

Devido aos avanços das tecnologias de informação e comunicação, Le Coadic (2004, p.7) coloca como características marcantes para o futuro: a explosão quantitativa da informação e a implosão do tempo de comunicação da informação. A rede mundial de computadores, também chamada de internet, passou a ser cada vez mais utilizada como meio de comunicação e consumo de bens e serviços. Porém, como afirma Barreto (2007, p.30), “[...] o mundo digital cria facilidades para as atividades cotidianas, atividades de pesquisa e de ensino, mas cria, também, monstros que assombram a nossa segurança e privacidade”.

Em relação ao mercado financeiro, as tecnologias digitais trouxeram muitas mudanças como o pregão eletrônico, o *home broker* e a interdependência entre as economias dos países. O pregão eletrônico substituiu os operadores do pregão, tornando o controle e a divulgação das transações mais ágeis e transparentes. O *home broker* permite que os investidores emitam ordens de compra e venda diretamente de seus computadores conectados à internet. Além disso, as tecnologias digitais permitem que os fluxos de capital sejam transportados facilmente entre diversos países criando uma interdependência entre suas economias (CASTELLS, 1999, p.143).

3 OS BOATOS E O MERCADO DE AÇÕES

3.1 Teoria dos Boatos

Knapp (1944, p.22, tradução nossa) definiu o fenômeno como “[...] uma declaração ligada a acontecimentos atuais e divulgada sem verificação oficial”¹. Para

Peterson e Gist (1951, p.159, tradução nossa), o “[...] boato, em geral, é um relato ou explicação não verificada que circula entre as pessoas e que se refere a um objeto, um acontecimento ou questão de interesse público”². A partir dessas definições, pode ser observado que o boato consiste na divulgação de informações não confirmadas, mas que são de interesse para o público que o transmite.

Allport e Postman (1947) afirmam que a importância e a ambiguidade de um fato ou acontecimento motivam as pessoas a propagar o boato na tentativa de encontrar melhores respostas e explicações para o fato. Para Prasad (1935), além destes elementos, a ansiedade e a crença são também necessárias para a transmissão dos boatos. Além disso, a velocidade da propagação do boato pode ser aumentada consideravelmente quando estes são noticiados pelos meios de comunicação, principalmente porque eles normalmente têm credibilidade perante o público (KAPFERER, 1993, p.58).

Há situações que propiciam a reaparição de um boato fazendo com que ele se torne recorrente. Os boatos cíclicos surgem sempre quando ocorre um fato ambíguo e angustiante que se assemelha a outro vivenciado pelo grupo no passado e existem os boatos que retornam devido à falta de uma explicação convincente sobre os fatos (KAPFERER, 1993, p.113).

3.2 Boatos Financeiros

A bolsa de valores exige que as informações sobre o desempenho das empresas de capital aberto, sua situação financeira ou qualquer outro fato relevante que venha alterar as perspectivas futuras das mesmas estejam disponíveis para todos os investidores. Apesar disso, como afirma Müller (2006, p.113), muitos investidores tentam “[...] obter as informações antes que elas se tornem oficiais ou de domínio público, pois quando isso acontece, não conferem mais nenhuma vantagem para quem às detém”. Mas, aqueles que utilizam informações privilegiadas para orientar seus investimentos podem ser penalizados pelas autoridades do mercado. Assim, Carvalho (2008, p.138) afirma que “[...] a assimetria de informação no mercado financeiro é objeto de grandes discussões”.

A incerteza e o pouco tempo para tomar decisões favorecem o surgimento de boatos no mercado de ações. O investimento em ações é uma aposta no futuro. Então, as pessoas procuram maneiras de diluir essa incerteza consultando especialistas, conversando, pedindo palpites e dicas de amigos e conhecidos. Kapferer (1990) adiciona que:

Essa aposta no futuro faz com que os investidores fiquem hipersensíveis aos mínimos indícios que possam reduzir a incerteza das previsões, mesmo aqueles pouco relacionados ao problema. Daí, a atenção dada aos boatos que procuram dar significado às menores oscilações do mercado (KAPFERER, 1990, p.205, tradução nossa)³.

O mercado de ações é muito dinâmico, em questão de segundos a tendência dos preços pode mudar, logo a necessidade de rapidez nas negociações causa uma busca desenfreada por informações e não há tempo suficiente para checar sua origem e exatidão. Essa situação leva os investidores a tamanho estado de nervosismo e tensão que acaba alimentando a divulgação de boatos. Mas, o crédito que se dá aos boatos no mercado de ações também está ligado à atitude dos investidores perante o risco (KAPFERER, 1993, p.191).

Dessa forma, como o investimento em ações é uma aposta no desempenho futuro da empresa, o boato muitas vezes surge para preencher o vazio de conhecimento vivenciado pelos investidores ávidos por mais informações para a tomada de decisão. Assim, “[...] o mercado financeiro tem no boato um de seus elementos estruturantes, definindo uma nova configuração de seu comportamento e de sua dinâmica e, conseqüentemente, influenciando os rumos das faces sociais” (MARTINS, 2008, p.17).

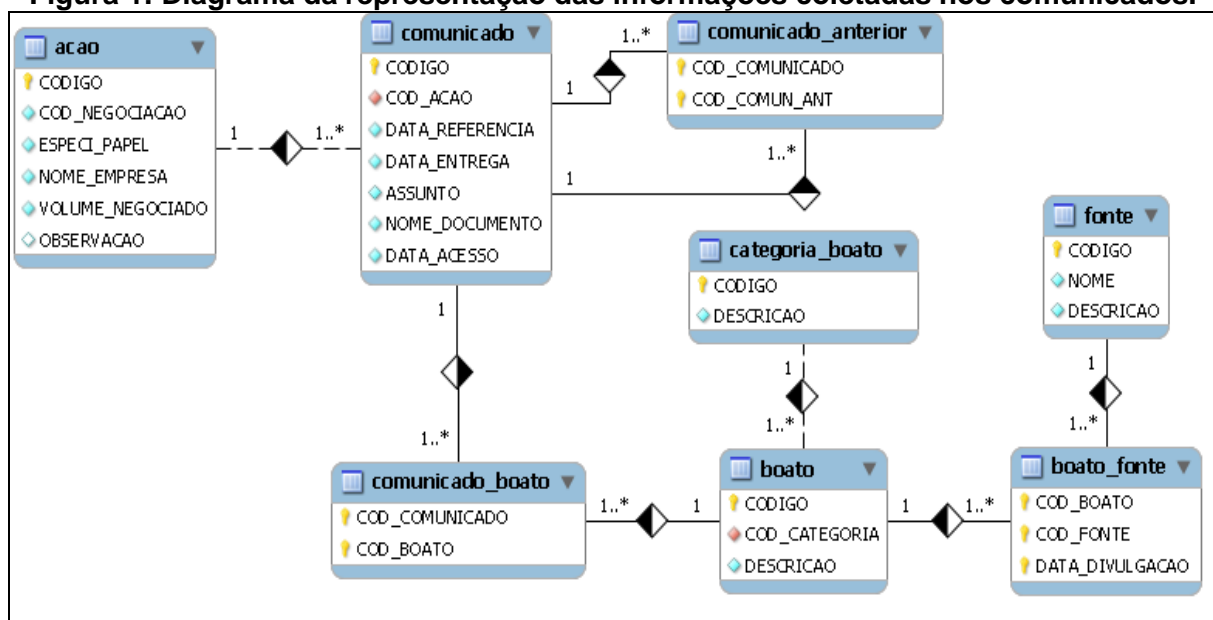
4 METODOLOGIA

Esta pesquisa classifica-se como um estudo de caso centrado nas dez ações de empresas listadas na Bolsa de Valores de São Paulo com maior volume de negociação entre os anos de 2007 a 2011. O estudo utiliza o histórico de cotações para a identificação das ações mais negociadas e, na sequência, será realizada a coleta dos comunicados dessas empresas ao mercado. Ambos os artefatos são

disponibilizados no *site* da bolsa. Somente os comunicados que prestam esclarecimentos em relação à divulgação de notícias contendo informações não oficiais sobre as empresas entrarão no escopo da coleta. Além desse levantamento, será utilizada a análise de conteúdo para interpretar qualitativamente os dados obtidos.

A leitura desses comunicados permitiu categorizar suas informações, construir uma representação das mesmas (Figura 1) e implementá-la em um banco de dados para posterior recuperação e análise.

Figura 1: Diagrama da representação das informações coletadas nos comunicados.



Fonte: Elaborado pelos autores - 2012.

Este diagrama (Figura 1) representa as informações que foram extraídas dos comunicados das empresas e demonstra como elas se relacionam. Uma ação pode possuir vários comunicados e um comunicado, por sua vez, pode citar outros comunicados anteriores a ele ou ser citado por comunicados posteriores. Além disso, um comunicado pode tratar de vários boatos e vice-versa. Percebeu-se também a necessidade de classificar os boatos coletados por assunto para agrupá-los pelo tema que eles abordam.

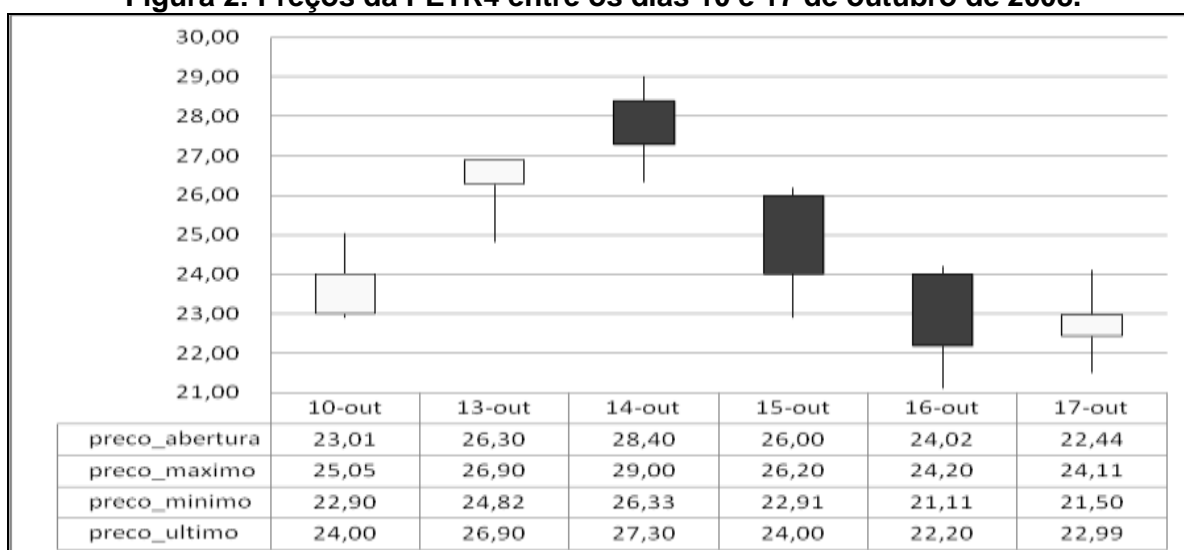
Para analisar a influência dos boatos foram extraídas as cotações entre o intervalo de dois dias antes da divulgação dos boatos e dois dias após a data de

apresentação dos comunicados criando gráficos *candlestick*. Este gráfico é formado por *candles* que representam os preços de abertura e fechamento (corpo) e os preços máximo e mínimo (sombras) facilitando a visualização das tendências de alta e baixa (MATSURA, 2007).

5 RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa encontra-se em andamento e até o momento foram coletados todos os comunicados da Petrobras, a mais negociada de todas as empresas. Foram 108 comunicados referentes a 117 boatos divulgados entre 2007 a 2011. O gráfico abaixo (Figura 2) mostra os preços do papel PETR4, ação preferencial da Petrobras, entre os dias 10 e 17/10/2008.

Figura 2: Preços da PETR4 entre os dias 10 e 17 de outubro de 2008.



Fonte: Baseada no histórico de cotações da BM&FBovespa – Elaborada pelos autores - 2012.

No dia 14/10/2008, o jornal O Globo divulgou o boato de que a Petrobras havia encontrado petróleo em um poço. Neste dia, a ação abriu com um preço bem superior ao último do dia anterior. Segundo Kapferer, diante da incerteza e da possibilidade de deixar de obter um ganho financeiro caso a empresa viesse a confirmar a informação depois, investidores com maior apetite ao risco optaram por comprar as ações. A demora da empresa em responder ao boato também colaborou

para que o mesmo criasse grande agitação nas cotações por conta dessa informação. Porém, quando a empresa entregou um comunicado ao mercado no dia 15, esclarecendo que aquela informação não tinha fundamento, houve um forte movimento de venda.

Pretende-se realizar a coleta dos comunicados que tratam de boatos sobre as outras nove empresas com maior volume de negociação no período já assinalado e posteriormente fazer a análise de conteúdo da influência e importância dos boatos na oscilação de preço desses ativos. O estudo do boato no mercado de ações permite enxergá-lo de forma diferente do que é enfatizado pela bolsa de valores e pela mídia. Assim, como muitas vezes o boato nasce do vazio de conhecimento e da assimetria de informação entre os investidores, nota-se que não há uma concorrência perfeita entre os agentes financeiros.

REFERÊNCIAS

ALLPORT, G. W.; POSTMAN, L. An analysis of rumor. **Public Opinion Quarterly**, v.10, n.4, p.501-517, Winter 1946-1947.

BARRETO, A. A. Uma história da ciência da informação. In: TOUTAIN, L. M. B. B. (Org.). **Para entender a ciência da informação**. Salvador: EDUFBA, 2007. p.13-34

CARVALHO, R. B.; MATTOS, F. A. M. Análise mediacional: uma contribuição da ciência da informação para o mercado de capitais. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v.18, n.1, p.133-145, 2008.

CASTELLS, M. **A Sociedade em rede**. 6.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

KAPFERER, J. N. **Boatos: o mais antigo mídia do mundo**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.

_____. **Rumors: Uses, interpretations, and images**. New Brunswick: Transaction Publishers, 1990.

KNAPP, R. A psychology of rumor. **Public Opinion Quarterly**, v.8, n.1, p.22-37, 1944.

LE COADIC, Y. F. **A Ciência da Informação**. 2.ed. Brasília: Brique de Lemos, 2004.

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.

MATSURA, E. **Comprar ou vender?** como investir na bolsa utilizando análise gráfica. 6.ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

MÜLLER, L. H. A. **Mercado exemplar: um estudo antropológico sobre a bolsa de valores**. Porto Alegre: Zouk, 2006.

PETERSON, W. A.; GIST, N. P. Rumor and public opinion. **American Journal of Sociology**, v.57, n.2, p.159-167, 1951.

PRASAD, J. Psychology of rumor: A study relating to the great Indian earthquake of 1934. **British Journal of Psychology**, v.26, n.1, p.1-15, 1935.

NOTAS

¹ “[...] a proposition for belief of topical reference disseminated without official verification”.

² “‘Rumor’, in general usage, refers to an unverified account or explanation of events, circulating from person to person and pertaining to an object, event, or issue of public concern”.

³ “It also makes us hypersensitive to the least indications that reduce the uncertainty of forecasts, even indications that are but tangentially related to the problem. Hence the attention given to rumors that seek to give meaning to the slightest market fluctuations”.

Fábio Marques da Cruz
Doutorando Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação
Universidade Federal da Bahia (UFBA)
E-Mail: fabiomacz@gmail.com
Brasil

Maria Yêda Falcão Soares de Filgueiras Gomes
Professora Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação
Universidade Federal da Bahia (UFBA)
E-Mail: yedafgomes@pesquisador.cnpq.br
Brasil