

Onde há divulgação, há informação: análise das teleconferências realizadas durante a pandemia do Covid-19 pelo Bradesco e Itaú

JOYCE MENEZES DA FONSECA TONIN

Universidade Estadual de Maringá

VAGNER ALVES ARANTES

Universidade Federal de Viçosa

JULYERME MATHEUS TONIN

Universidade Estadual de Maringá

Resumo

Ao analisar o tom das teleconferências sobre o Covid-19 emitidas pelas instituições financeiras brasileiras, o presente estudo pretende contribuir para a análise da narrativa contábil voluntária, especificamente em momentos de incerteza. A amostragem do estudo refere-se as teleconferências dos bancos Bradesco e Itaú, que foram os que realizaram de forma voluntária, teleconferências sobre o tema Covid, entre os meses de março e abril. Em termos metodológicos, utilizou-se a análise textual, com abordagem baseada em dicionário, especificamente a categorização de Loughran e McDonald. Como inovação metodológica criou-se uma categoria adicional de palavras que remete a Covid-19, para relacionar com as demais categorizações do dicionário selecionado. Dentre os principais achados, cabe destacar que as palavras negativas além de superar as positivas, superam o somatório de todas as demais classificações presentes no dicionário, fato que ressalta o tom negativo das teleconferências, para ambos os bancos. Por fim, as nuvens de palavras demonstraram que os termos relacionados a Covid-19 (covid, coronavirus, pandemic e quarantine), que convencionalmente não aparecem na categorização de dicionários de análise textual, possuem potencial de provocar variações de sentimentos em seus participantes.

Palavras-chave: Covid-19, Teleconferências, Instituições Financeiras.

1. Introdução

A gestão de risco é um processo em constante evolução, sendo que a adequada percepção de risco é fundamental para o desempenho das instituições financeiras, principalmente em um cenário de pandemia. As medidas de distanciamento social como quarentena e isolamento domiciliar adotadas para mitigar os efeitos dessa crise sanitária geram tanto o aumento na inadimplência como restrições ao crédito.

Em relação a inadimplência, a Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN) destaca que foram renegociados mais de 6 milhões de contratos entre março e abril de 2020, que podem alcançar R\$ 355 bilhões de saldo devedor (FEBRABAN, 2020). Quanto a restrição de crédito no Brasil, o Banco Central, disponibilizou R\$ 17,5 bilhões em linhas de crédito para instituições financeiras de diferentes portes (Máximo, 2020). O intuito dessas medidas é atender a demanda por concessões de crédito entre contratações, renovações e suspensões das parcelas de financiamentos por pessoa física e jurídica.

O risco decorrente da disseminação do novo coronavírus impacta, por um lado, a população em geral, gerando carência de recursos financeiros e escassez de fontes alternativas de empréstimos e financiamentos. Por outro lado, ao atuar como intermediadoras de crédito, as instituições bancárias absorvem parte do risco. Por sua vez, acionistas, investidores, e demais *stakeholders* também são influenciados por este ambiente hostil devido à possibilidade de queda do retorno ao capital investido ou mesmo pela perda no valor de mercado dessas instituições.

A divulgação voluntária como forma alternativa de comunicação, pode ser um caminho para tentar mitigar os efeitos dessa pandemia. Para Del Gaudio, Megaravalli, Sampagnaro, & Verdoliva (2020) as informações qualitativas podem informar sobre a estabilidade do banco. Segundo Wang e Xing (2020), o acesso a informações pode reduzir os efeitos negativos presentes em ambientes de maior incerteza.

Nas teleconferências, os investidores, analistas financeiros e agências de notícias podem dialogar com os altos executivos sobre os resultados contábeis, estimativas traçadas ou medidas adotadas para o enfrentamento dessas adversidades. Nessa interação, os participantes recorrem a palavras com inclinações positivas ou negativas, que conduzem a sentimentos e interpretações dos participantes dessas reuniões e transmitidas ao mercado financeiro. Segundo Tonin (2018), as teleconferências representam importantes eventos com capacidade de influenciar os preços das ações.

Diante do exposto, questiona-se: qual o tom das teleconferências sobre o Covid-19 emitidas pelas instituições financeiras? A presente pesquisa visa analisar o tom das teleconferências emitidas voluntariamente por Bradesco e Itaú sobre o Covid-19. Dentre as 26 instituições listadas na Brasil Bolsa Balcão (B³), apenas estas entidades adotaram esta forma de divulgação voluntária. A pesquisa contribui com a literatura ao analisar especificadamente a narrativa contábil voluntária, durante a pandemia do Covid-19. Acredita-se que a análise textual da divulgação voluntária, pode detectar o tom e a percepção dos gestores da empresa.

2. A divulgação voluntária das teleconferências

A divulgação voluntária amplia a disponibilidade de informações disponíveis aos stakeholders, afetando o seu processo decisório (Meek, Roberts, & Gray, 1995). O maior volume de informações contábeis pode ratificar ou alterar a opinião de seus usuários (Yamamoto & Salotti, 2006). Esse tipo de divulgação está associado à intenção dos gestores de minimizar assimetrias informacionais, potencializar as informações favoráveis e reter as

negativas (Dye, 2001). Assim, as práticas de divulgação voluntária evidenciam os incentivos dos gestores para exercer esta atividade.

Neste sentido, as teleconferências são mecanismos de divulgação voluntária adotado pelas empresas de capital aberto para comunicar ao mercado os resultados trimestrais e anuais. No entanto, em momentos adversos como a pandemia atual, as empresas podem organizar esses eventos de forma esporádica. Essas reuniões contam com a participação do moderador; do Chief Executive Officer (CEO); do Chief Financial Officer (CFO); do Investor Relations (RI); e os analistas de mercado (Tonin, 2018). Eventualmente, pode-se constatar a presença de jornalistas, na sessão de perguntas e respostas.

3. Procedimentos metodológicos

A pesquisa de teleconferências sobre o Covid-19 foi realizada entre os meses de março e abril, nos sites dos bancos. Como resultado, encontrou-se duas teleconferências, em sua versão em inglês, do Bradesco (13/04/2020) e do Itaú (06/04/2020). Para identificar o tom aplicou-se a análise de conteúdo, com base no dicionário LM (Loughran & McDonald, 2011), e sua categorização: restritivas, interesse, litigiosas, modais, incerteza, positivas e negativas. Segundo Kearney e Liu (2014), o dicionário LM permite maior aderência dos termos ao contexto de finanças. Como ferramenta analítica, utilizou-se o software WordStat® para reconhecer a frequência das palavras de acordo com cada categoria do dicionário. Por conseguinte, procedeu-se a estimação do tom (Equação 1).

$$Tom_{it} = (Positivo_{it} - Negativo_{it}) / (Positivo_{it} + Negativo_{it}) \quad (1)$$

O tom é estimado pela diferença proporcional entre o uso de palavras positivas e negativas (Price, Doran, Peterson, & Bliss, 2012). Na sequência, elaborou-se a nuvem de palavras com os termos identificados pelo dicionário LM, confrontando com uma categoria adicional, que compreende os termos: pandemic, quarantine, coronavirus e Covid-19.

4. Análise dos resultados

Os resultados evidenciam o predomínio de palavras negativas em relação ao de palavras positivas, em ambas teleconferências. Destaca-se que a parcela de palavras negativas, supera a soma de palavras restritivas, de interesse, litigiosas, modais e incerteza, tanto para o Bradesco quanto para o Itaú. Quanto a categorização, a ordem dos resultados de acordo com a frequência de palavras é: i) Bradesco: negativa, positiva e incerteza e ii) Itaú: negativa, incerteza e positiva (Tabela 1).

Tabela 1
Frequência das palavras

Categorias	Bradesco		Itaú		Total	
	N	Fi	N	Fi	N	Fi
Restritivas	23	7%	9	2%	32	4%
Interesse	10	3%	24	6%	34	5%
Litigiosas	23	7%	11	3%	34	5%
Modais	0	0%	3	1%	3	0%
Incerteza	48	14%	78	20%	126	17%
Positiva	63	19%	65	17%	128	18%
Negativa	141	42%	181	47%	322	45%
Covid-19	28	8%	14	4%	42	6%
Total	336	100%	385	100%	721	100%

Nota. N: corresponde a quantidade de palavras encontrada em cada categoria; e Fi: corresponde a frequência das palavras.

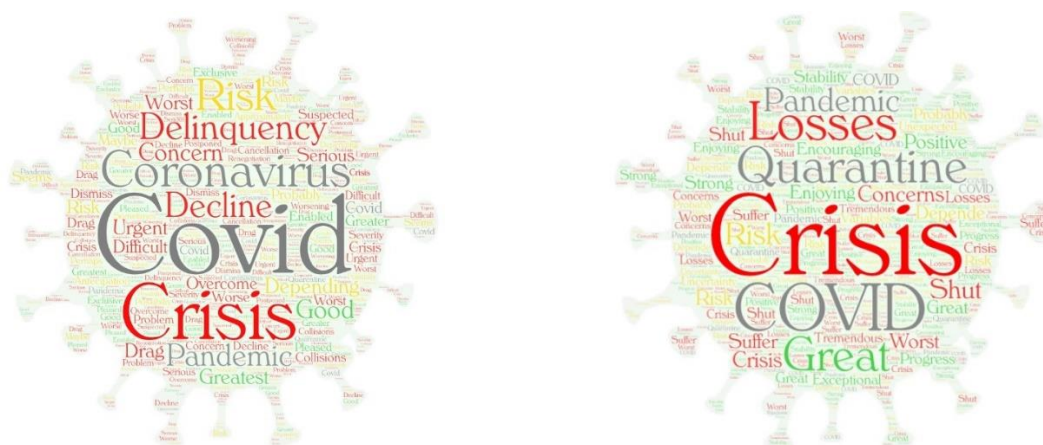
Por sua vez, ao criar uma nova categoria, chamada Covid-19, verifica-se que os participantes da teleconferência do Bradesco realizaram um uso mais intensivo dessas palavras (Tabela 1). A estimativa do tom das teleconferências confirma o predomínio do tom negativo (Tabela 2). Cabe destacar que o tom expresso nas teleconferências de resultados pode impactar no retorno anormal, volume de negócios e nas opiniões de analistas de mercado em mercados distintos, como nos Estados Unidos, Brasil, Taiwan (Doran, Peterson, & Price, 2012; Ferreira, Fiorot, Motoki, & Moreira, 2019; Tonin, 2018).

Tabela 2
Estimativa do tom das teleconferências

	Bradesco	Itaú	Total
Tom	-0,3824	-0,4715	-1,0000

Cabe destacar que as teleconferências do Covid-19, foram transmitidas em período anterior as teleconferências de resultados trimestrais, referentes ao primeiro trimestre de 2020. As teleconferências sobre Covid e resultados trimestrais, foram realizadas em 06 de abril e 05 de maio, no Itaú e 13 de abril e 30 de abril, no Bradesco, respectivamente. Com essa ordem de realização das teleconferência pode-se inferir que a divulgação voluntária funcionou como uma antecipação aos *stakeholders* quanto a redução dos resultados contábeis no primeiro trimestre de 2020. Sendo que, nas divulgações de resultados trimestrais, observou-se redução do lucro contábil decorrente do crescimento das provisões com devedores duvidosos.

A perspectiva analítica da Teoria da Divulgação Voluntária sugere que há incentivos para reportar voluntariamente as boas ou más notícias, sendo que a redução da incerteza ambiental é um fator preponderante nesse processo. Para Dye (2001), os incentivos não se limitam a divulgação de informações que elevam o preço das ações, mas também engloba informações que possam antecipar cenários. Para Meek et al. (1995), essa prática de comunicação voluntária é utilizada para maximizar o valor da empresa, ou mesmo, para reduzir o impacto negativo de eventos futuros e incertos. O argumento anunciado pode ser reforçado pela identificação das nuvens de palavras associadas ao termo Covid durante as teleconferências (Figura 1).



Painel A. Bradesco

Painel B. Itaú

Figura 1. Palavras associadas ao termo Covid-19 nas teleconferências

Nesse contexto, o termo Covid é reportado para caracterizar o impacto na sociedade, por meio das medidas de isolamento social como a *quarentena*; as *crises* econômicas e de saúde pública; na elevação do *risco* de contaminação; e de *perdas* financeiras que afligem as empresas. Nota-se que o Covid remete palavras com tom negativo em ambos relatórios, sem que fosse associado às medidas positivas de combate, ou que estivesse afiliada a alternativas para minimizar o impacto do vírus nas empresas.

5. Conclusões

O tom estimado nas teleconferências foi classificado como negativo em ambos os casos. Dentro da categorização do dicionário LM, a classificação com tom negativo aparece geralmente associada a diálogos em que as palavras “*covid, coronavirus, pandemic e quarantine*” são mencionadas. A classificação do tom da teleconferência baseia-se na frequência de palavras, entretanto, cabe destacar que no banco Brasdeco aparece, por exemplo, o uso repetitivo da palavra “*delinquency*” que pode reforçar o tom negativo dependendo do contexto abordado. Por sua vez, na teleconferência do banco Itaú a palavra com o tom negativo mais utilizada foi “*losses*”.

Nota-se que as teleconferências apresentam-se como ambiente propício de discussão e que as palavras reportadas pelos participantes carregam em si sentimentos e instigam determinados comportamentos. Como limitação desse estudo, destaca-se que a análise textual é realizada em palavras isoladas. Desse modo, termos compostos ou junção de palavras, como por exemplo “isolamento social” ou “crise econômica”, que teriam efeitos no julgamento dos agentes, não são abarcados por essa metodologia. Sugere-se que estudos posteriores analisem o resultado da divulgação obrigatória, comparando os resultados das instituições que realizaram previamente divulgações voluntárias, como é o caso das teleconferências sobre a Covid-19.

Referências

- Del Gaudio, B. L., Megaravalli, A., Sampagnaro, G., & Verdoliva, V. (2020). Mandatory disclosure tone and bank risk-taking: Evidence from Europe. *Economics Letters*, 186, 108531.
- Doran, J. S., Peterson, D. R., & Price, S. M. K. (2012). Earnings Conference Call Content and Stock Price: The Case of REITs. *Journal of Real Estate Finance and Economics*, 45(2), 402–434. <https://doi.org/10.1007/s11146-010-9266-z>
- Dye. (2001). An evaluation of essays on disclosure and the disclosure literature in accounting. *Journal of Accounting and Economics*, 32, 181–235.
- Febraban. (2020). Dados consolidados sobre concessão e renegociação de operações de crédito. Retrieved from <https://portal.febraban.org.br/noticia/3456/pt-br/>
- Ferreira, F. R., Fiorot, D. C., Motoki, F. Y. S., & Moreira, N. C. (2019). Evidenciação voluntária: análise empírica sobre o tom usado em audiokonferências. *RAE Revista de Administração de Empresas*, 59(4), 271–283. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020190405>
- Kearney, C., & Liu, S. (2014). Textual sentiment in finance: A survey of methods and models. *International Review of Financial Analysis*, 33(Cc), 171–185. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2014.02.006>
- Loughran, T., & McDonald, B. (2011). When is a Liability not a Liability? Textual Analysis, Distionaries, and 10-Ks. *Journal of Finance*, 66(1), 35–65. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2010.01625.x>
- Máximo, W. (2020). BC aprova emissão de R\$ 17,5 bilhões de linha para ajudar bancos.

- Retrieved from <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-05/bc-aprova-emissao-de-r-175-bilhoes-em-titulos-para-ajudar-bancos>
- Meek, G. k., Roberts, C. B., & Gray, S. J. (1995). Factors influencing voluntary annual report disclosures by U.S., U.K. and continental european multinational corporations. *Journal of International Business Studies*, 26(3), 14–15.
- Price, S. M., Doran, J. S., Peterson, D. R., & Bliss, B. A. (2012). Earnings conference calls and stock returns: The incremental informativeness of textual tone. *Journal of Banking & Finance*, 36(4), 992–1011. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2011.10.013>
- Tonin, J. M. da F. (2018). *Ensaio sobre o tom transcrito nas teleconferências de resultados no mercado acionário brasileiro*.
- Wang, V., & Xing, B. (2020). *Batting Uncertainty: corporate disclosures of Covid-19 in earnings conference calls and annual reports*. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Yamamoto, M. M., & Salotti, B. M. (2006). *Informação contábil: estudos sobre a sua divulgação no mercado de capitais*. (Atlas, Ed.). São Paulo.