

Disseminação da informação em empresas de capital aberto e os processos de mediação da informação

Elaine Cristina Lopes
Marta Lúgia Pomim Valentim
Oswaldo Francisco de Almeida Júnior

RESUMO

Governança corporativa pode ser entendida como o conjunto de mecanismos de gestão, que através de controles internos e externos visam reduzir a distância entre acionistas minoritários e o poder de controle da empresa. Nesse contexto, a gestão da informação, a mediação da informação e a disseminação da informação se fazem necessárias, visto que o estabelecimento da boa comunicação, rápida e clara, a fim de estabelecer um clima de confiança na relação da empresa com a sociedade, credores, colaboradores e, especialmente, investidores é extremamente importante. No Brasil, o modelo criado pela Bolsa de Valores de São Paulo chamado de 'Novo Mercado', traz em seu escopo regras de conduta adicionais às exigidas pela legislação brasileira e possui como base a equidade no tratamento entre partes, a transparência na disseminação de informações e responsabilidade na prestação de contas. Este artigo apresenta algumas considerações acerca do modelo de gestão da informação, os padrões adicionais de disseminação de informações, bem como o processo de mediação da informação relacionado à governança corporativa nesse ambiente empresarial.

PALAVRAS-CHAVE: Disseminação da informação. Mediação da informação. Processos de mediação. Gestão da informação. Governança corporativa.

1 Gestão da informação e governança corporativa

Na última década observou-se um desenvolvimento considerável do mercado de capitais brasileiro, responsável por abranger todas as operações relativas aos negócios com valores mobiliários no Brasil, mais especificamente compra e venda de ações de empresas. Contudo, existem importantes evidências que relacionam a eficiência do mercado de capitais com a gestão informacional, o que significa que um mercado bem informado e com critérios aplicados à gestão da informação é capaz de propiciar melhores resultados aos indivíduos envolvidos em todos os processos. Isso se aplica às empresas que vendem as ações e, portanto, produzem grande parte das informações que circulam nesse mercado, porquanto os analistas coletam, tratam e disseminam as informações que, por sua vez, chegam até o usuário final, isto é, os investidores que utilizam essas informações e, ao se apropriarem delas, conseguem construir conhecimento para a tomada de decisão.

Mercados de capitais informacionalmente eficientes são capazes de proporcionar economia de tempo e de recursos que seriam gastos na análise de informações, uma vez que estas já estão refletidas nos preços das ações. Desse modo, o mercado que possui eficiência informacional estimula não só a participação do investidor individual que não se especializa na análise de informações, como também o empresariado mais produtivo e a própria atividade econômica (BRITO, 1985).

Espera-se que as empresas de capital aberto sejam capazes de possuir uma estrutura informacional que supra as necessidades dos investidores, considerando que essas empresas possuem obrigações quanto à disseminação regular de informações. Brealey e Myers (1995) destacam que os mercados eficientes são aqueles em que os participantes formam expectativas, baseadas nas informações disponíveis, sobre eventos que possam influenciar os preços do ativo negociado. Isso porque, o preço da ação é um indicador da avaliação que o mercado faz do produto e deve refletir as informações disponíveis sobre o mercado em determinado momento.

Ressalta-se que, na medida em que o mercado de capitais evolui, as tradicionais técnicas de gestão se mostram insuficientes para a análise da condição financeira da empresa, aliada a isso a cultura dos poupadores brasileiros aumenta a necessidade de novos modelos de gestão que ofereçam condições de uma avaliação satisfatória. Para uma empresa se inserir no mercado de capitais é importante que ela não se baseie apenas em suas estratégias competitivas em gestão de marketing ou capacidade produtiva.

A empresa precisa elevar seu patamar em um nível que a gestão da informação defina sua posição competitiva.

Cantidiano (2005, p. 23) esclarece que

Através de um sistema competente de divulgação de informações, além de se impedir a utilização de informação privilegiada, prática nociva à manutenção da credibilidade do mercado, enorme contribuição é dada na busca de um mercado eficiente, em que os preços dos ativos nele transacionados refletem a interpretação, por seus diversos agentes, dos dados disponíveis.

Nesse contexto, em que as empresas buscam formas de aprimorar sua estrutura informacional como base para satisfazer as necessidades dos usuários, surgem os modelos de governança corporativa como importante aliado, considerando que esses modelos possuem como um dos principais pilares norteadores de suas premissas, a transparência na disseminação de informações relevantes.

Governança corporativa pode ser entendida como um conjunto de práticas cujo objetivo primordial é estabelecer regras de conduta que visam à aproximação entre o poder de controle das empresas e os acionistas majoritários. Contudo, essas regras ultrapassam as questões que envolvem direito de propriedade e preservação de capital das partes envolvidas. Ela vai além podendo, quando aplicada de modo eficiente, servir como ferramenta no processo de mediação da informação, considerando que a empresa produz informações relevantes, o modo como o usuário final recupera e se apropria dessas informações, bem como o formato como são disseminadas é um fator que pode resultar na eficiência ou ineficiência informacional.

Contudo, um grande problema enfrentado por usuários dessas informações relevantes é a falta de mecanismos de gestão da informação que sejam capazes de suprir tais necessidades informacionais. Silveira (2008) destaca que um dos pontos principais que nos leva a crer que os modelos de governança corporativa no Brasil ainda se encontram longe da eficiência são a gestão e a transparência nessas empresas. Questões como implantação de técnicas de gestão de risco e monitoramento de informações, maior nível de *disclosure*¹, divulgação clara de informações sobre métricas utilizadas para avaliação de desempenho econômico e divulgação de resultados ainda precisam ser mais bem trabalhados nos processos de gestão das empresas.

A transparência na disseminação de informações relevantes das empresas tem sido colocada como um importante mecanismo interno da governança corporativa. Nesse contexto, a falta de transparência de muitas empresas é constantemente indicada como origem para o mau funcionamento do mercado acionário. A transparência tem papel fundamental no funcionamento do mercado de capitais, sendo essencial para a adequada avaliação

■
¹ *Disclosure* ou transparência na divulgação das informações relevantes das empresas tem sido colocada como um importante mecanismo interno da governança corporativa. A falta de *disclosure* ou transparência de muitas empresas em relação aos acionistas minoritários são constantemente apontadas como uma das origens para o mau funcionamento do mercado acionário. A *disclosure* ou transparência tem papel fundamental no funcionamento do mercado de capitais, sendo essencial para a adequada avaliação das oportunidades de investimentos pelos investidores, na medida em que reduz a insegurança do mesmo no momento em que decide em qual empresa irá investir.

das oportunidades de investimentos pelos investidores, na medida em que reduz a insegurança do investidor no momento em que decide em qual empresa irá investir.

O Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) argumenta:

Mais do que “a obrigação de informar”, a Administração deve cultivar o “desejo de informar”, sabendo que da boa comunicação interna e externa, particularmente quando espontânea, franca e rápida, resulta um clima de confiança, tanto internamente, quanto nas relações da empresa com terceiros. A comunicação não deve restringir-se ao desempenho econômico-financeiro, mas deve contemplar também os demais fatores (inclusive intangíveis) que norteiam a ação empresarial e que conduzem à criação de valor (INSTITUTO..., 2009, p. 9).

Desse modo, destaca-se a importância das empresas de capital aberto realizarem a correta gestão das informações relevantes, porquanto as empresas cujos processos são pautados na gestão da informação, seja através de sistemas informacionais, processos, treinamentos, manuais e políticas, podem obter maior eficiência dos modelos de governança corporativa.

Pode-se argumentar que através do conhecimento e aplicação de modelos efetivos para mapear, prospectar, filtrar, tratar e disponibilizar informações é possível otimizar os fluxos informacionais das empresas, especialmente empresas com nível de governança corporativa, propiciando o uso racional e eficiente das informações relevantes. Davenport e Prusak (1998) destacam que as empresas não devem apenas limitar-se ao investimento em sistemas de informação, mas também devem propiciar aos seus gestores adquirir e manter uma perspectiva holística, de modo que possam assimilar as alterações repentinas que ocorrem no mundo dos negócios, bem como adaptarem-se às distintas realidades sociais.

Para Lopes e Valentim (2008) a gestão da informação no âmbito da governança enfoca os seguintes elementos:

Estrutura interna de gestão de informações que podem envolver: descrição documental sobre as políticas de relacionamento entre conselho/direção/acionistas; elaboração e divulgação de código de ética dos principais executivos; divulgação dos critérios de poder dado aos executivos; criação de comitês de auditoria para acompanhamento das informações geradas e divulgadas; instrumentos de avaliação de desempenho de executivos e conselheiros.

Critérios de disseminação de informações relevantes: implantação de instrumentos e procedimentos de gestão de risco; maior divulgação sobre remuneração de diretores e conselheiros; criação de políticas de divulgação voluntária, adicionais às exigidas legalmente; criação de instrumentos que coibam práticas de uso de informações privilegiadas; criação de mecanismos que possam facilitar o acesso a informações sobre governança corporativa entre os pequenos acionistas; criação de mecanismos para facilitar a participação de acionistas em assembleias, como voto eletrônico; utilização de mecanismos para relacionamento com investidores; criação de modelos de divulgação de informações quanto a estrutura financeira, condições, desempenho e perspectivas para a empresa.

Eficácia do website como suporte das informações divulgadas: utilização de critérios de usabilidade rigorosos para a área de divulgação de informações no website, tais como conteúdo, localização e navegação; utilização de pesquisas para avaliação do conteúdo acessado visando uma melhor gestão desse quesito; disponibilização de profissionais da empresa ligados ao relacionamento com investidores; criação de mecanismos de acesso para compartilhamento de informações entre a empresa e os participantes do mercado; criação de mecanismos tecnológicos cujas linguagens permitam a coleta de informações financeiras.

Desse modo, percebe-se que os modelos de governança corporativa, quando aliados aos processos da gestão da informação, podem apresentar maior capacidade de satisfazer os usuários de informações relevantes. Isso se consideramos que esse tipo de usuário precisa acessar rapidamente as informações, assim como elas devem ser de fácil compreensão e, especialmente, que os mecanismos de acesso e apropriação não sejam limitados. E, de forma que propiciem posteriormente a construção de conhecimento necessário para a tomada de decisão sobre os melhores investimentos.

2 Mediação da informação no âmbito da governança corporativa

A informação é sem dúvida o insumo fundamental para os participantes do mercado, já que é através da avaliação de um conjunto de informações que esses participantes constroem o conhecimento fundamental para suas decisões de investimentos. Contudo, tão importante quanto os formatos e suportes utilizados para a disseminação das informações, reside o fato de que há uma determinada necessidade informacional, seja para propiciar maior clareza, seja para propiciar mais segurança etc. Essa necessidade é prévia, anterior ao contato do sujeito com o espaço que a tentará sanar. Nesse sentido, a informação pode ser considerada como um dos instrumentos que promove a modificação cognitiva dos indivíduos, por isso a forma como estes buscam as informações e interagem com o emissor é tão importante quanto a forma como essas informações são acessadas.

Quando se observa do lado do gerador ou tem-se definições, como a estrutural, que indicam ser a informação o resultado da relação estática entre objetos materiais, independentes da ação dos seres humanos, ou tem-se a definição relacionada somente à mensagem, em que a informação é indicada como símbolo produzido por um gerador para efetivar um processo de transferência. Nestas definições, o receptor da informação está excluído do processo, ou não é necessário para a sua explicação. As definições de informação quando relacionadas ao receptor reforçam a intenção semântica da transferência, adjetivando o conceito com o significado da mensagem, seu uso efetivo e a ação resultante do uso (BARRETO, 1994, p. 1).

Nesse contexto, é importante destacar que as competências cognitivas do receptor são fundamentais para que possa se apropriar da informação e utilizá-la da melhor maneira. Essa condição

deve ser considerada de forma especial no contexto do mercado de capitais, já que os participantes desse ambiente, muito embora tenham objetivos semelhantes, possuem diversidade cultural, social e financeira.

No caso do mercado acionário brasileiro, existem três principais grupos de participantes, quais sejam: investidores institucionais representados em grande parte por fundos de pensão; investidores estrangeiros; e investidores pessoa física. Segundo a BM&FBOVESPA (2010), em 2009 os investidores estrangeiros foram responsáveis por 34,18% dos negócios realizados, enquanto os investidores pessoa física tiveram participação correspondente a 30,54%, e os investidores institucionais foram responsáveis por 25,67% das operações.

Essa diversidade de participantes também culmina na diversidade cognitiva e no poder de acesso. Essas características se referem ao poder aquisitivo de grandes investidores que, em detrimento dos investidores pessoa física, possuem maiores possibilidades de acesso às informações. Esse fato incorre inclusive, no conhecimento diverso sobre os padrões de governança corporativa, já que atualmente existe o desconhecimento por parte dos investidores minoritários quanto a esses conceitos. Por outro lado, na parcela de investidores majoritários esses elementos são considerados no momento em que optam pelas empresas nas quais irão investir. Pequenos investidores não têm acesso às grandes agências de risco, analistas especializados, e são pouco ativos na participação em assembléias e reuniões com as empresas.

Mediante esse contexto diverso retoma-se a idéia de que as empresas de capital aberto precisam observar esse fato, qual seja, o da concepção de elementos relacionados à mediação da informação. No que tange à necessidade e uso da informação, Venâncio e Borges (2006, *apud* CARVALHO; MATTOS, 2008, p. 139) apontam três dimensões a serem consideradas:

Afetiva – estágio inicial, etapa que se refere à busca da informação. Sensações comuns nesta etapa: incerteza, ansiedade, confusão ou mesmo frustração;

Cognitiva – está relacionada ao âmbito dos pensamentos. É o momento de reflexão sobre as informações obtidas e o seu aproveitamento junto ao mapa cognitivo do sujeito;

Física – refere-se às ações tomadas no intuito de gerar alívio ou mesmo na obtenção de confiança.

A mediação da informação está baseada na relação entre informações retiradas do universo informacional e o nível da necessidade informacional, considerando que os investidores necessitam de um conjunto de informações que irão compor seu conhecimento, fato que tornará possível a escolha da melhor alternativa para a tomada de decisão. Mas para que tais informações

sejam de fato apropriadas pelo investidor é necessário que ocorra a mediação (LOPES; VALENTIM, 2008).

No âmbito da Ciência da Informação a mediação é fundamental, visto que analisa um conjunto que contempla toda a ação que possa ser realizada pelo profissional da informação no processo de busca e satisfação de necessidades informacionais.

Mediação da informação é toda ação de interferência – realizada pelo profissional da informação –, direta ou indireta; consciente ou inconsciente; singular ou plural; individual ou coletiva; que propicia a apropriação de informação que satisfaça, plena ou parcialmente, uma necessidade informacional (ALMEIDA JÚNIOR, 2008, p. 46).

Nesse sentido, é importante destacar que a mediação da informação não deve ser vista apenas como um serviço aos usuários da informação, mas também como um processo que envolve o desempenho do profissional da informação concedendo-lhe um papel estratégico nessa relação com os usuários. Para Almeida Júnior (2009, p. 92) “[...] é inconcebível a idéia de trabalhos não voltados para o atendimento de necessidades informacionais.”

É possível considerar que os profissionais dessa área, mais especificamente os responsáveis pela área de Relações com o Investidor (RI) das empresas de capital aberto, atuam como profissionais da informação, podendo ser considerados como agentes mediadores da produção do conhecimento. A mediação nesse contexto está relacionada tanto no que tange a informação registrada e não registrada, quanto a informação como conhecimento, conceitos presentes na visão de Buckland (1991). Vale lembrar que, apesar de bem aceita e ter concepções e idéias interessantes, a proposta de Buckland gera alguns conflitos com conceitos diferenciados de informação, como o aqui defendido. Empregam-se, entre suas idéias, aquelas que contribuem com as propostas levantadas neste trabalho. A mediação da informação registrada está inserida no contexto dos documentos, relatórios financeiros, registros, documentos, análises da empresa, suportes informacionais, sistemas de informações, entre outros. A mediação da informação não registrada pode contemplar as reuniões com analistas e investidores, contatos por telefone (desde que não sejam gravados), assembléias (anteriormente ao registro em atas), encontros com investidores, entre outros. A mediação da informação como conhecimento, está relacionada ao caráter cognitivo, considerando os meios através dos quais as informações foram disponibilizadas, acessadas e utilizadas pelos usuários.

Tem-se então que as informações nesse contexto possuem características diversas e, portanto, são trabalhadas de maneiras distintas visando atender um público cujas características também são distintas. Portanto, para discutir o papel do mediador e do receptor da informação a partir da perspectiva da governança

corporativa de modo que seja possível relacionar a mediação frente a essa diversidade, serão utilizados os conceitos de Almeida Júnior (2009) quanto à distinção entre mediação implícita e explícita.

A primeira, a mediação implícita, ocorre nos espaços dos equipamentos informacionais em que as ações são desenvolvidas sem presença física e imediata dos usuários. Nesses espaços, como já observado, estão a seleção, o armazenamento e o processamento da informação. A mediação explícita, por seu lado, ocorre nos espaços em que a presença do usuário é inevitável, é condição *sine qua non* para sua existência, mesmo que tal presença não seja física, como, por exemplo, nos acessos a distância em que não é solicitada a interferência concreta e presencial do profissional da informação (ALMEIDA JÚNIOR, 2009, p. 92).

A mediação implícita e a explícita fazem parte da mediação da informação e a constituem, existindo, necessariamente, quando esta última se apresenta. São indissolúveis e, mesmo se concretizando diferentemente, são indispensáveis para o processo de mediação da informação. Em qualquer equipamento informacional – tradicionais ou não – os dois segmentos da mediação da informação estão presentes e podem ser observados e analisados.

A interface da empresa com o mercado no processo de mediação da informação ocorre tanto sob a forma implícita, quanto sob a forma explícita. O Quadro 1 destaca algumas mídias comumente utilizadas para a divulgação de informações, seus objetivos e a mediação utilizada.

Quadro 1 - Mecanismos de mediação da informação

MÍDIAS	OBJETIVO	MEDIAÇÃO
<i>Website</i> de relações com investidores	Área específica existente no ambiente <i>Web</i> das empresas de capital aberto cujo objetivo é disponibilizar informações sobre as empresas.	MEDIAÇÃO IMPLÍCITA
Jornais de grande circulação	Publicação de comunicados de informações sobre atos ou fatos relevantes nos jornais de grande circulação, de acordo com o Artigo 3 ^o da Instrução CVM 358 (2002)	
<i>Press releases</i>	Documento contendo informações sobre resultados financeiros e demais informações relevantes. Enviado a CVM, agentes custodiantes, participantes do mercado de capitais, agências de notícias, através de meios eletrônicos e disponibilizados no <i>Website</i> .	
<i>Fact sheet</i>	Publicação trimestral distribuída logo após a divulgação dos resultados do período contendo informações relevantes, apresentação sobre o perfil da empresa, estratégias e perspectivas. Normalmente os <i>Fact Sheets</i> são disponibilizados em eventos para acionistas, investidores e analistas e estão disponíveis na área de RI dos <i>Websites</i> .	
Balço Social	Demonstrativo publicado anualmente, de forma voluntária, reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais e ambientais.	
<i>Guidance</i>	Documento emitido trimestralmente por algumas empresas com foco especial em analistas contendo informações sobre orientação e expectativa de lucros.	
Reuniões com analistas e investidores	Realização de reuniões públicas anuais para divulgação de informações preferencialmente realizadas trimestralmente com a divulgação pública, realizada com antecedência, informando a data, hora e local de tais eventos.	MEDIAÇÃO EXPLÍCITA
Contato por telefone	Algumas empresas disponibilizam os números de telefones da área de RI para que os interessados em obterem informações possam contatá-los.	
<i>Conference Call</i> , teleconferências e <i>webcast</i>	Mídias correspondentes a conferência com investidores e analistas, eventos transmitidos por telefone e eventos transmitidos por vídeo. Geralmente utilizados na transmissão de resultados das empresas. Algumas gravações podem ser disponibilizadas na área de RI dos <i>Websites</i> .	

Fonte: Elaborado pelos autores.

Entre os mecanismos de mediação apresentados, observa-se que tanto os apresentados sob a forma explícita, quanto os apresentados sob a forma implícita, possuem como foco a disponibilização de informações aos usuários. Esses são alguns exemplos mais utilizados pelas empresas com capital aberto, contudo, essas ferramentas não se configuram como suficientes, considerando-se o argumento quanto à realidade cognitiva dos usuários. Nesse sentido, é importante destacar que especialmente a parcela de investidores pessoa física, que representam os pequenos investidores, em geral desconhecem tais mecanismos ou não sabem utilizá-los. Essa realidade indica uma falha nos sistemas de governança utilizados pelas empresas, porquanto excluem

naturalmente determinados usuários que acabam buscando outras fontes de informações, na maioria dos casos, os analistas de corretoras de valores.

Essa condição muitas vezes excludente pode estar relacionada especialmente a dois fatores: a falta de preocupação com a criação do conhecimento em governança corporativa em todos os públicos participantes do mercado, bem como o interesse das empresas direcionado a grandes investidores que já ingressam no mercado com conhecimento prévio adquirido sobre os conceitos de governança corporativa, além de possuírem mais recursos passíveis de serem investidos nas empresas.

Como os pequenos investidores desconhecem os conceitos e, portanto, não utilizam os padrões de governança nas suas decisões de investimentos, e, por outro lado, os grandes investidores já possuem informações sobre o tema, grande parte das empresas não vê a necessidade de criar mecanismos de disseminação dos conceitos quanto a real importância da governança corporativa.

Ressalta-se que as empresas devem compreender que todos os usuários devem fazer parte do processo de gestão da informação. Portanto, os critérios de mediação da informação precisam ser implantados com o objetivo de diminuir os problemas de acesso a informação, especialmente dos pequenos investidores, contribuindo dessa forma com a construção do conhecimento em governança.

A mediação da informação permite e exige concepção de informação que desloque o usuário da categoria de mero receptor, colocando-o como ator central do processo de apropriação. Dessa forma, defendemos que o usuário é quem determina a existência ou não da informação. A informação existe apenas no intervalo entre o contato da pessoa com o suporte e a apropriação da informação. Como premissa, entendemos a informação a partir da modificação, da mudança, da reorganização, da reestruturação, enfim, da transformação do conhecimento (ALMEIDA JÚNIOR, 2009, p. 97).

Nessa perspectiva, é possível afirmar que as empresas de capital aberto, sobretudo as que possuam padrões de governança corporativa, podem encontrar nos conceitos sobre mediação da informação uma forma de reduzir a distância com os investidores, especialmente os pequenos acionistas. Dessa forma, os profissionais da área de RI, mesmo sem ter consciência disso, atuam como profissionais da informação interferindo diretamente no comportamento informacional e na criação de conhecimento dos investidores. Contudo, há que se pensar em formas mais abrangentes que envolvam esse relacionamento entre as partes no processo de disseminação de informações. Independentemente do grau de investimento e capacidade cognitiva, todos processam as informações recebidas para, a partir dos próprios objetivos, tomarem suas decisões de investimentos. Desse modo, o processo de construção de conhecimento desses indivíduos

depende fundamentalmente das ações que as empresas, enquanto emissoras, tomam em relação à informação.

3 Considerações finais

A disseminação de informações quanto à estrutura e às políticas de governança corporativa, em geral, é limitada a estrutura legalmente imposta às empresas. No que tange aos demais padrões de governança e os benefícios que isso pode trazer especialmente aos pequenos acionistas, em geral não são desenvolvidas pelas empresas de capital aberto.

Nas empresas, é fundamental a disseminação de informações para seus investidores tomarem decisões. Assim, a evidenciação clara, objetiva e completa possibilita um maior grau de confiabilidade e segurança ao se decidir por uma alternativa em detrimento de outras. Atualmente, existem várias normatizações (leis, pareceres, instruções) que tornaram a divulgação de várias informações obrigatórias para as empresas de capital aberto. No entanto, há outras informações cuja disseminação é de caráter voluntário e fazem parte de fatores independentes da imposição legal, tais como conscientização da necessidade e respeito a todas as partes interessadas.

O argumento utilizado neste artigo para que haja um maior nível de disseminação de informações, pautado em critérios que independem da obrigatoriedade e a esperada repercussão positiva dessas informações no mercado de valores, contribui para uma melhor avaliação financeira das empresas. Entre outras repercussões positivas, cita-se: maior retorno, menor custo de captação e menor flutuação de preços de mercado.

Nessa perspectiva, defende-se que as empresas devem disseminar de forma igualitária, para todos os acionistas, além dos públicos que possuem interesses nos negócios, informações que abordam tanto os aspectos positivos quanto os negativos, oferecendo aos interessados uma correta compreensão da empresa. Defende-se, ainda, que no ambiente *Web* das empresas, mais especificamente na área de relacionamento com os investidores, as empresas deveriam ampliar os conteúdos disseminados, não se limitando apenas as estruturas e mecanismos legalmente impostos, mas ampliar o caráter informativo dos conceitos da boa governança. Essa ação mediadora traria conseqüências imediatas e positivas aos investidores, visto que propiciaria investimentos mais seguros e em acordo com o que o investidor realmente necessita. Por outro lado, a empresa também seria beneficiada, pois a imagem institucional se fortaleceria junto ao mercado investidor.

Dissemination of information in open capital companies and the process of mediation of information

ABSTRACT

Corporate governance can be understood as management mechanisms that through external and internal controls are going to reduce the distance between minority stakeholders and the control power of the company. In that context, the information management, the information mediation and the information dissemination is very necessary, because the establishment of the good communication, quick, clear and voluntary, in order to establish a confidence climate in the relation of the company with the society, creditors, and collaborators especially with investors. In Brazil, the model created by the stock exchange of São Paulo called of 'new market', brings in his additional conduct rules purpose to them required by the Brazilian legislation and possessed like base the equity in the handling between part, the transparency in the disclosure of information and responsibility in the installment count. This article presents some considerations about the model of information management and accountability based on legal criteria, in additional standards of information disclosure, and the information mediation process relationship the corporate governança in the business environment.

KEYWORDS: Dissemination information. Mediation. Mediation process. Information management. Corporate hovernance.

Difusión de información sobre empresas que cotizan en bolsa y los procesos de mediación de la información

RESUMEN

El gobierno corporativo puede entenderse como un conjunto de mecanismos de gestión que a través de controles internos y externos pueden reducir la disparidad entre los intereses del minoría y poder de control de la empresa. En este contexto, la gestión de la información, la mediación de la información y la difusión de información son necesarias esto porque el establecimiento de una buena comunicación, rápida y clara a fin de establecer un clima de confianza en la relación de la empresa con la sociedad, los acreedores, empleados, y especialmente los inversores, es muy importante. En Brasil, el modelo creado por la Bolsa de Valores de Sao Paulo llama el "Nuevo Mercado" tienes normas de conducta adicionales a las exigidas por la legislación brasileña teniendo como base la equidad de trato entre las partes, la transparencia en la difusión de la información y responsabilidad de la rendición de cuentas. Este artículo presenta algunas consideraciones sobre el modelo de gestión de la información, las normas adicionales de difusión de la información, así como el proceso de mediación de la información relacionadas con lo gobierno corporativo en el entorno empresarial.

PALABRAS CLAVE: Difusión de información. Mediación de la información. Processos de mediación. Gestión de la información. Gobierno corporativo

Referências

- ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. Mediação da informação: ampliando o conceito de disseminação. In: VALENTIM, Marta Lígia Pomim. (Org.). **Gestão da informação e do conhecimento**. São Paulo: Polis: Cultura Acadêmica, 2008. P. 41-54
- _____. Mediação da informação e múltiplas linguagens. **Tendências da pesquisa brasileira em Ciência da Informação**, Brasília, v. 2, n.1, p. 89-103, jan./dez. 2009.
- BARRETO, A. A. A Questão da informação. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 8, n. 4, 1994.
- BM & FBOVESPA. **Balanco anual de operações BM&FBOVESPA 2009**. São Paulo, 2010. Disponível em: <http://www.bmfbovespa.com.br/ptbr/noticias/2009/download/Balanco_anual.pdf>. Acesso em: 06 jan. 2011.
- BREALEY, R. A.; MYERS, S. C. **Princípios de finanças empresariais**. 3.ed. Lisboa: McGraw- Hill, 1995.
- BRITO, N. R. O. **A Eficiência informacional fraca no mercado à vista da BVRJ no período 1980/1984**. Rio de Janeiro: COPPEAD/UFRJ, 1985. (Relatório Técnico n. 78)
- BUCKLAND, M. K. Information as thing. **Journal of the American Society for Information Science (JASIS)**, Washington, v. 42, n. 5, p. 351-360, 1991.
- CANTIDIANO, L. L. Aspectos da Lei Sarbanes-Oxley. **Revista RI**, Rio de Janeiro, n. 88, p. 19-21, jun. 2005.
- 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, jan./abr. 2008.
- DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. **Ecologia da informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação**. São Paulo: Futura, 1998.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. **Código das melhores práticas de governança corporativa**. 4. ed. São Paulo, 2009.
- LOPES, E. C.; VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Mediação da informação no âmbito do mercado de capitais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 13, n. esp., p. 87-106, 2008.
- SILVEIRA, A. M. Desafios da governança: ir além do novo mercado. **Valor Econômico**, São Paulo, p. D2, ago. 2008. Disponível em: <http://www.leitor.com.br/adm/ver_link_ibgc.asp?veiculo=Valor%20Econômico%20-%20São%20Paulo/SP&data=01%20a%2003/08/2008%20&edi=Eu%20e%20Investimentos/Palavra%20do%20Gestor&pag=D2&qtd=1&class=284&img=../clientes/ibgc/g08080144a.jpg>. Acesso em: 20 jan. 2011.

Elaine Cristina Lopes

*Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em
Ciência da Informação da Universidade Estadual
Paulista Campus Marília (UNESP/Marília).*

Marta Lígia Pomim Valentim

*Profª. Dra. Programa de Pós-Graduação em
Ciência da Informação da Universidade Estadual
Paulista Campus Marília (UNESP/Marília).*

**Oswaldo Francisco de Almeida
Júnior**

*Prof. Dr. Programa de Pós-Graduação em Ciência
da Informação da Universidade Estadual Paulista
Campus Marília (UNESP/Marília).*