



## **GERENCIAMENTO DE RESULTADOS E A DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES VOLUNTÁRIAS VIA AUDIOCONFERÊNCIAS**

Mestre/MSc. Danian Gil de Oliveira Andrade [ORCID iD](#), Doutor/Ph.D. Nadia Cardoso Moreira [ORCID iD](#)

Fucape Business School, Vitória, ES, Brazil

**Mestre/MSc. Danian Gil de Oliveira Andrade**

[0009-0003-6227-3944](#)

**Doutor/Ph.D. Nadia Cardoso Moreira**

[0000-0002-9085-6595](#)

### **Resumo/Abstract**

Este estudo visa verificar o efeito do gerenciamento de resultados sobre a probabilidade de as empresas realizarem divulgações voluntárias via audioconferência e sobre a quantidade de informações voluntárias divulgadas. Devido a sua interatividade, a audioconferência é o mecanismo de divulgação voluntária mais utilizado pelas empresas do globo e é dividida em seções de apresentação e perguntas e respostas. Ao gerenciar os resultados, os gestores tendem a não divulgar certas informações buscando preservar sua credibilidade profissional. Sendo assim, a interatividade da audioconferência propicia a verificação do efeito da discricionariedade do gestor sobre a divulgação voluntária de informações. Os achados evidenciam que o gerenciamento de resultados diminui a probabilidade de as empresas realizarem audioconferências, diminui a quantidade de informações da seção de apresentação e diminui a quantidade de informações da seção de perguntas e respostas. Estes resultados implicam que práticas discricionárias influenciam negativamente o disclosure voluntário.

### **Modalidade/Type**

Artigo Científico / Scientific Paper

### **Área Temática/Research Area**

Contabilidade Financeira e Finanças (CFF) / Financial Accounting and Finance



## GERENCIAMENTO DE RESULTADOS E A DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES VOLUNTÁRIAS VIA AUDIOCONFERÊNCIAS

### RESUMO

Este estudo visa verificar o efeito do gerenciamento de resultados sobre a probabilidade de as empresas realizarem divulgações voluntárias via audioconferência e sobre a quantidade de informações voluntárias divulgadas. Devido a sua interatividade, a audioconferência é o mecanismo de divulgação voluntária mais utilizado pelas empresas do globo e é dividida em seções de apresentação e perguntas e respostas. Ao gerenciar os resultados, os gestores tendem a não divulgar certas informações buscando preservar sua credibilidade profissional. Sendo assim, a interatividade da audioconferência propicia a verificação do efeito da discricionariedade do gestor sobre a divulgação voluntária de informações. Os achados evidenciam que o gerenciamento de resultados diminui a probabilidade de as empresas realizarem audioconferências, diminui a quantidade de informações da seção de apresentação e diminui a quantidade de informações da seção de perguntas e respostas. Estes resultados implicam que práticas discricionárias influenciam negativamente o *disclosure* voluntário.

**Palavras-chave:** divulgação voluntária; conference call; audioconferência; gerenciamento de resultados.

### 1. INTRODUÇÃO

A presente pesquisa objetiva verificar qual o efeito do gerenciamento de resultados sobre a probabilidade das empresas brasileiras, não financeiras e listadas na B3, de realizarem divulgações voluntárias de informações via audioconferência. Busca-se verificar também, qual a relação entre gerenciamento de resultados e a quantidade de informações divulgadas durante as audioconferências.

Há décadas a audioconferência vem se tornando o mecanismo de divulgação voluntária mais praticado pelas empresas e de maior interesse, tanto para os usuários das informações quanto para as próprias firmas de todo o globo (Matsumoto et al., 2011). A audioconferência é um canal de comunicação empresarial extremamente importante e relevante (Allee & Deangelis, 2015) por se tratar de um meio de divulgação falado, o que proporciona melhor compreensão aos investidores e analistas sobre os resultados divulgados (Moreira et al., 2016) e, conseqüentemente, eleva o valor informativo das instruções do gestor (Matsumoto et al., 2011).

O crescente interesse econômico e acadêmico a respeito da audioconferência (Firk et al., 2020; Fu et al., 2021) advém da sua natureza incomum e interativa. Além de se tratar de um meio de divulgação falado, a audioconferência ainda conta com uma seção específica para que os participantes realizem perguntas e questionamentos a respeito dos dados divulgados, oferecendo assim, um meio direto de interação entre os usuários das informações e as firmas.

Pesquisas anteriores buscaram analisar e identificar qual o efeito do gerenciamento de resultados sobre a qualidade das divulgações voluntárias (vide Burgstahler & Dichev, 2001; Cassell et al., 2015; Jo & Kim, 2007; Karajeh, 2020; Katmon & Farooque, 2017; Kraft et al., 2014; Lo et al., 2017). Burgstahler e Dichev (2001), por exemplo, demonstram que os gestores que gerenciam os resultados do período com a finalidade de não divulgar pequenos prejuízos buscarão ofuscar, ou até mesmo não divulgar, alguns detalhes específicos com a intenção de preservar sua credibilidade e confiança diante dos *stakeholders*, afetando assim a quantidade de informações divulgadas.



Katmon e Farooque, (2017) citam que o gerenciamento de resultados distorce a utilidade da informação contábil e oferece uma falsa visão sobre a performance real da empresa, fazendo com que os analistas e investidores tomem decisões erradas e Cassel et al. (2015), apontam que o gerenciamento de resultados é maior em companhias com menores níveis de transparência.

A literatura brasileira que trata sobre divulgação de informações voluntárias não é extensa. Angonese, Sanches e Bezerra (2004) realizaram um estudo onde foram analisadas somente 128 empresas brasileiras de capital aberto e identificaram que fatores como tamanho da empresa, tamanho da firma de auditoria e nível de governança corporativa afetam o volume de informações voluntárias disseminadas especificamente na internet. Souza et al. (2008), realizaram um estudo documental de natureza descritiva em 107 empresas especificamente da região sul do Brasil com o intuito de identificar quais foram as informações voluntárias mais divulgadas no ano de 2006.

Ainda que os estudos supracitados tratem sobre divulgação voluntária de informações e gerenciamento de resultados, as amostras trabalhadas eram compostas ou por empresas internacionais ou por um número reduzido das empresas brasileiras listadas em bolsa.

Diante disso, avaliar e compreender como o comportamento da gerência, bem como a participação dos analistas, afeta a quantidade de informações entregues (e obtidas) durante a audioconferência, enriquece o entendimento deste mecanismo cada vez mais praticado, proporcionando condições para que decisões embasadas nas divulgações via audioconferência, sejam tomadas com mais segurança.

Buscando obter um entendimento mais claro a respeito do comportamento do gestor e como os resultados e a participação dos analistas afetam a divulgação de suas decisões e estratégias, esta pesquisa busca determinar se o nível de gerenciamento de resultados das empresas tem relação com a probabilidade da divulgação de informações voluntária via audioconferência; e, além disso, se possui relação sobre a quantidade de informações divulgadas.

Para a realização desta pesquisa, foram coletadas manualmente as informações sobre as audioconferências diretamente dos sites de Relacionamento com o Investidor (RI) das empresas brasileiras não financeiras listadas na B3 de 2010 a 2020. Os dados financeiros e contábeis foram obtidos da base de dados ComDinheiro©.

Com a finalidade de estimar o nível de gerenciamento de resultados das empresas foi utilizado o modelo de Kothari et al. (2005). Para estimar a relação entre o nível de gerenciamento de resultados e a probabilidade da divulgação voluntária via audioconferência foi utilizado o modelo probit estimado por Máxima Verossimilhança. E, para estimar a relação entre o nível de gerenciamento de resultados e quantidade de informação divulgada durante as audioconferências, foram utilizados modelos de Efeitos Fixos para dados em painel, onde a quantidade de informação divulgada foi medida por meio do logaritmo natural da quantidade de palavras das transcrições da audioconferências (Matsumoto et al., 2011; Moreira et al., 2016)

Nem todos os resultados encontrados se mantiveram dentro do esperado. Inicialmente foi observado que o gerenciamento de resultados diminui a probabilidade de as empresas realizarem divulgações voluntárias via audioconferência. Tratando da quantidade informacional, os resultados apontam que o gerenciamento de resultados aumenta a quantidade de informações entregues pelos gestores na seção de apresentação e diminui a quantidade de informações divulgadas na seção de perguntas e respostas.

O estudo proposto espera contribuir com a expansão do arcabouço literário de algumas maneiras. Primeiramente, trata-se de uma pesquisa relacionada a fatores que influenciam a quantidade informacional das audioconferências de empresas brasileiras, tema ainda embrionário no Brasil. Aliado a isto, este estudo busca promover maior clareza quanto ao



comportamento da gestão da firma no momento da divulgação por meio de mecanismos voluntários, propiciando assim, elementos para que os investidores e analistas tomem suas decisões de forma mais segura e fundamentada. Por fim, o trabalho busca agregar as discussões acadêmicas envolvidas pela literatura de divulgação voluntária, no tocante a relação entre o gerenciamento de resultados e sua relação com a quantidade de informações divulgadas pela firma.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1. DIVULGAÇÃO VOLUNTÁRIA DE INFORMAÇÕES E AUDIOCONFERÊNCIA

A divulgação voluntária de informações contábeis, financeiras e estratégicas tem se tornado objeto de desejo por analistas, investidores e pesquisadores, especialmente após as crises econômicas mundiais (Karajeh, 2020). Este desejo não se encontra apenas no conteúdo informacional, mas também na possibilidade de os usuários das informações observarem e analisarem o comportamento adotado pela gerência da firma (Li, 2012; Lo et al., 2017) e ajustarem suas análises, previsões e estratégias de acordo com os dados divulgados.

A literatura aponta que a realização de divulgações voluntárias proporciona a empresa benefícios como: redução da assimetria de informações (Brown et al., 2019; Katmon & Farooque, 2017; Moreira et al., 2016), evidenciação das habilidades do gestor em antecipar as mudanças no ambiente econômico (Trueman, 1986), ajuste das expectativas dos investidores quanto a gerência (Ajinkya & Gift, 1984) e atração de capital (Kasznik & Lev, 1995; Skinner, 1994). Karajeh (2020), adiciona ao rol de benefícios o aumento na transparência, na responsabilização da gerência pela condução dos negócios e na confiança dos *stakeholders*.

Contudo, por investidores e analistas tomarem suas decisões levando em consideração o que é divulgado (Allee & Deangelis, 2015), gestores também utilizam as divulgações voluntárias de forma estratégica, com a intenção de influenciar o entendimento destes usuários a respeito do valor da firma (Lo et al., 2017). Somado a isto, estudos demonstram que benefícios como bônus, compensações e a diminuição do risco para os investidores, e conseqüentemente a redução dos custos de obtenção de capital, são fatores que influenciam positivamente a quantidade de divulgações voluntárias realizadas pelos gestores (Karajeh, 2020).

Conseqüência da modernização dos meios de comunicação e relacionamento, há décadas a audioconferência tem se tornado o canal de divulgação voluntária de informações mais utilizado e praticado pelas empresas (Bushee et al., 2004; Moreira et al., 2016). O crescente interesse comercial e acadêmico (Firk et al., 2020) relacionado a audioconferência se dá, sobretudo, pois se trata de uma plataforma de comunicação falada e direta entre gestores, analistas e investidores (Firk et al., 2020; Fu et al., 2021).

Diferentemente de divulgações escritas, as audioconferências são mais interativas e espontâneas e permitem que os gestores divulguem as informações de forma flexível (Fu et al., 2021). Moreira et. al. (2016) definem audioconferência como um mecanismo de divulgação incomum, haja vista sua divisão em duas seções: de apresentação, momento em que o gestor expõe verbalmente a sua visão sobre os resultados da empresa e demais informações pertinentes, e seção de perguntas e respostas, momento onde os participantes podem questionar o gestor a respeito de informações não divulgadas ou pontos que não foram bem apresentados.

Pesquisas anteriores sugerem que a informatividade da audioconferência é atribuída a sua natureza interativa (Lee, 2016). Dada sua estrutura, as divulgações em audioconferência podem focar em pontos de maior interesse aos participantes (Lee, 2016) e estudos também apontam que as instruções faladas dos gestores possuem maior valor informativo (Matsumoto et al., 2011).



Por utilizar suas próprias palavras, os gerentes ocasionalmente dão pistas sutis sobre más notícias que ainda não gostariam de divulgar e que impactarão negativamente tanto o preço das ações, quanto sua reputação (Lee, 2016). Fu, Wu e Zhang (2021) esclarecem que quando estas pistas tratam sobre o estilo de gerenciamento e práticas do gestor, estas oferecem um cenário apropriado para estudos sobre o seu comportamento.

Sendo assim, influenciar a natureza interativa da audioconferência se torna particularmente interessante para firmas que possuem notícias negativas (Lee, 2016). A literatura aponta que atitudes como: convidar somente analistas favoráveis, não responder certas perguntas (Lee, 2016) e realizar audioconferências mais curtas e menos informativas para o mercado (Fu et al., 2021), são alguns dos comportamentos adotados que visam enviesar a espontaneidade da conferência.

Por outro lado, o tamanho (Kasznik, 1999; Kraft et al., 2014; Tardin & de Oliveira, 2022; Trueman, 1986), a idade (Cassel et al., 2015) e o grau de imobilização (Tardin & de Oliveira, 2022) são fatores que influenciam a probabilidade de as empresas realizarem divulgações voluntárias via audioconferência.

## **2.2. GERENCIAMENTO DE RESULTADOS**

Gerenciamento de resultados se trata da atitude do gestor em estruturar transações que alterem os resultados financeiros divulgados com o intuito de maquiagem das partes interessadas (investidores, analistas etc), a performance que porventura tenha sido abaixo (ou acima) do esperado (Healy & Wahlen, 1999). Em outras palavras, o gerenciamento de resultados é a adoção de medidas contábeis discricionárias com o objetivo de ajustar resultados que não atingiram (ou ultrapassaram) as metas previstas (Lo et al., 2017).

O gerenciamento de resultados a fim de ludibriar os analistas sobre a baixa performance não só compromete a qualidade das divulgações da firma (Al-Shaer & Zaman, 2021), como também influencia resultados contratuais dependentes dos números contábeis (Healy & Wahlen, 1999). Sua adoção fica evidente quando é verificada uma baixa frequência de ajustes diminutivos ou uma alta frequência de ajustes aumentativos no faturamento (Burgstahler & Dichev, 1997).

As tentativas de gerenciamento de resultados frequentemente envolvem as contas contábeis de reservas (Cassell et al., 2015). Pesquisas anteriores demonstram que mecanismos como aquisição de ações (Collins et al., 2017), cotas em tesouraria (Collins et al., 2017), distribuição de dividendos (Collins et al., 2017), reclassificação de ganhos e perdas (Katmon & Farooque, 2017), mudanças na política de depreciação (Healy & Wahlen, 1999; Katmon & Farooque, 2017) e contas como estoques (Healy & Wahlen, 1999), compras (Healy & Wahlen, 1999), pesquisa e desenvolvimento (Healy & Wahlen, 1999), propaganda (Healy & Wahlen, 1999) e manutenção (Healy & Wahlen, 1999) são alguns dos meios mais utilizados para gerenciar os resultados da empresa.

Os incentivos para engajar no gerenciamento de resultados são derivados da própria assimetria de informações, haja vista que, pelo fato dos agentes internos serem conhecedores da verdadeira performance econômica da firma, estes têm condições de ajustarem os resultados de acordo com seu interesse (Katmon & Farooque, 2017). Estudos demonstram que atingir metas de bônus e compensações (Katmon & Farooque, 2017; Lo et al., 2017), evitar a perda de reputação (Kasznik, 1999; Katmon & Farooque, 2017), maximizar o lucro por ação (Healy & Wahlen, 1999; Katmon & Farooque, 2017) e o interesse em vender suas cotas (Kraft et al., 2014) são as situações mais comuns que induzem os administradores a gerenciarem de seus resultados.



Todavia, as consequências das manipulações informacionais são refletidas especialmente nas divulgações voluntárias de informações, já que o gerenciamento de resultados desestimula a sua realização (Jo & Kim, 2007). Devido ao fato de os gerentes serem os responsáveis por decidir quais notícias serão divulgadas, estes têm o poder de excluir certos elementos da narrativa (Allee & Deangelis, 2015), pois, justificar pequenos prejuízos e as práticas discricionárias adotadas, pode afetar negativamente sua credibilidade (Burgstahler & Dichev, 1997).

Aliado a isto, existem estudos que apresentam evidências de que práticas discricionárias também afetam a quantidade de divulgações voluntárias. Os resultados de Karajeh (2019) demonstram que firmas com menores índices de gerenciamento de resultados são mais propensas a realizarem mais divulgações.

Portanto, espera-se que empresas com maiores níveis de gerenciamento de resultados sejam menos suscetíveis a divulgarem informações voluntárias por meio de audioconferências, sendo assim, a primeira hipótese desta pesquisa é:

**H1:** O gerenciamento de resultados está negativamente associado à probabilidade de a empresa divulgar informações voluntária via audioconferências.

Ao gerenciar os resultados a fim de atingir a performance prevista, os gestores também tendem a realizar divulgações mais complexas de serem compreendidas (Allee & Deangelis, 2015; Lo et al., 2017). Os resultados do trabalho de Katmon e Farooque (2017) demonstram uma relação negativa e significativa entre gerenciamento de resultados e qualidade de divulgação e, Cassel et al. (2015) encontraram evidências de que firmas que não oferecem divulgações claras e transparentes apresentam maior índice de gerenciamento de resultados. Desta forma, a segunda hipótese a ser investigada é:

**H2a:** O gerenciamento de resultados está negativamente associado a quantidade de informações divulgadas durante a seção de apresentação da audioconferência.

Matsumoto et al. (2011) identificaram que, por ser mais oneroso determinar quais informações devem ser divulgadas aos analistas, os gestores limitam suas divulgações durante a sessão de apresentação e optam por aguardar as perguntas dos analistas durante a segunda parte da audioconferência. Devido a isto, espera-se que as empresas realizem divulgações mais sucintas e menos detalhadas durante a apresentação o que, conseqüentemente, eleva a quantidade de questionamentos realizados pelos participantes durante a seção de perguntas e respostas, haja vista o interesse destes participantes na obtenção de informações mais claras, relevantes e seguras. Sendo assim, a terceira hipótese proposta por esta pesquisa é:

**H2b:** O gerenciamento de resultados está positivamente associado a quantidade de informações divulgadas durante a seção de perguntas e respostas da audioconferência.

### 3. METODOLOGIA DA PESQUISA

#### 3.1. AMOSTRA

Para a realização da análise, foram coletados da base ComDinheiro© dados contábeis trimestrais de 2010 a 2020 de todas as empresas brasileiras não financeiras listadas junto a BM&F Bovespa. A construção da amostra se deu a partir do ano de 2010 devido a adoção obrigatória das IFRS (*International Financial Reporting Standards*).



Tratando sobre as audioconferências, os dados foram coletados manualmente dos sites de relacionamento com o investidor de cada empresa brasileiras não financeiras listadas na B3. Em cada site, foi verificado se a empresa divulgou audioconferências ou não, de 2010 a 2020. Caso tenha realizado foi verificado se a empresa disponibilizou para download o áudio e/ou a transcrição da audioconferência; em seguida, foram medidas a quantidade de palavras das transcrições (por seção), e a duração dos áudios (por seção).

A tabela número 1 a seguir apresenta as etapas de tratamento da amostra:

**TABELA 1: TRATAMENTO DA AMOSTRA**

	Nº de Obs. Resultantes	Nº de Obs. Perdidas
Observações das empresas na base ComDinheiro® (2009-2020) exceto empresas financeiras	19.055	
(-) Exclusão das observações referentes ao ano de 2009	17.659	-1.396
(-) Exclusão das observações com informações faltantes das variáveis para a estimação do modelo de gerenciamento de resultados (equação 1)	7.911	-9748
(-) Exclusão dos setores e anos com menos de 10 observações para estimação do modelo de gerenciamento de resultados	7.837	-74
<b>Amostra Geral (2010-2020)</b>	<b>7.837</b>	
	Nº de Obs. Resultantes	Nº de Obs. Perdidas
(-) Exclusão das observações faltantes das variáveis necessárias para estimação do primeiro modelo (equação 2)	7.837	-279
<b>1ª Sub Amostra (2010-2020)</b>	<b>7.558</b>	
	Nº de Obs. Resultantes	Nº de Obs. Perdidas
(-) Exclusão das observações com informações faltantes das variáveis necessárias para estimação dos modelos 2 e 3 (Eq. 3 e Eq. 4)	7.837	-6047
<b>2ª Sub Amostra (2010-2020)</b>	<b>1.790</b>	

Fonte: Elaborada pelo autor

Após a estimação do gerenciamento de resultados, a amostra foi separada em duas subamostras: 1ª com todas as empresas, e a 2ª somente com observações empresa/ano que divulgaram audioconferências. Para a primeira amostra, foram removidas todas as observações com informações faltantes das variáveis necessárias para estimação do primeiro modelo (equação (2)) (279 observações a menos) e as variáveis contínuas foram winsorizadas a 1%, gerando a Base 1, com 7.558 observações de 2010 a 2020.

Para a segunda amostra, somente com observações empresa/ano que divulgaram audioconferências, foram removidas todas as observações com informações faltantes das variáveis necessárias para estimação dos modelos 2 e 3 (equação (3) e equação (4)) (6.047 observações a menos) e as variáveis contínuas foram winsorizadas a 1%, gerando a Base 2, com 1.790 observações de 2010 a 2020.

### 3.2. GERENCIAMENTO DE RESULTADOS

A mensuração do gerenciamento de resultados seguiu o raciocínio proposto por Kothari et al. (2005) pois, conforme demonstrado pelos autores, medidas de *accruals* discricionários relacionados ao desempenho da firma resultam em inferências mais aperfeiçoadas e confiáveis. Sendo assim, para estimar o nível de gerenciamento de resultados das empresas da amostra, será utilizado o seguinte modelo (1) proposto por Kothari et al. (2005):



$$TA_{it} = \theta_0 + \theta_1 \frac{1}{A_{it-1}} + \theta_2 \frac{(\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it})}{A_{it-1}} + \theta_3 \frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} + \theta_4 ROA_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Nestes moldes,  $TA_{it}$  corresponde ao accrual total da empresa  $i$  no período  $t$  e é calculada mediante a diferença entre o lucro líquido e o fluxo de caixa das operações.  $A_{it-1}$  corresponde ao ativo total da empresa  $i$  no período anterior  $t - 1$ .  $\Delta REV_{it}$  é a variação das receitas brutas da empresa  $i$  no período  $t$  e  $\Delta REC_{it}$  é a variação das contas a receber da empresa  $i$  no período  $t$ .  $PPE_{it}$  corresponde à soma dos ativos imobilizados e intangíveis da empresa  $i$  no período  $t$  e, finalmente,  $ROA_{it}$  trata-se do retorno sobre o ativo da empresa  $i$  no período  $t$  e é calculada mediante divisão do lucro líquido pelo ativo total da respectiva empresa, no período anterior.

O gerenciamento de resultados será capturado pelo resíduo ( $\varepsilon_{it}$ ) do modelo (1) para cada ano e empresa da amostra e seus resultados irão nutrir a variável independente  $|GR|_{it}$  dos modelos propostos por este trabalho.

### 3.3. MODELOS

Buscando identificar qual a associação do gerenciamento de resultados com a probabilidade de a empresa divulgar informações voluntárias via audioconferência (H1), foi estimado o modelo de regressão probabilístico apresentado na equação (2), estimado utilizando o Método de Máxima-Verossimilhança com erros robustos:

$$\Pr(CC_{it} = 1) = G(\beta_0 + \beta_1 |GR|_{it} + \sum \beta_k \text{Controles}_{it} + \varepsilon_{it}) \quad (2)$$

Onde  $CC_{it}$  é uma variável *dummy*, sendo igual a 1 se a empresa  $i$  divulgou informações de forma voluntária via audioconferências no trimestre  $t$ , 0 caso contrário. De acordo com a hipótese (H1), espera-se que o coeficiente  $\beta_1$  da equação (2) seja negativo, indicando que quanto maior o nível de gerenciamento de resultados menor é a probabilidade de a empresa divulgar informações de forma voluntária via audioconferências.

Com a finalidade de mensurar a relação entre a quantidade de informações entregues durante a seção de apresentação da audioconferência e o gerenciamento de resultados (H2a), foi utilizado o modelo de regressão linear múltipla apresentado na equação (3), estimado com o modelo de Efeito Fixos com erros robustos, incluindo controles de efeitos fixos temporais de ano e trimestre:

$$\text{Apresentação}_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 |GR|_{it} + \sum \alpha_k \text{Controles}_{it} + v_{it} \quad (3)$$

Onde, a variável dependente,  $\text{Apresentação}_{it}$  é a quantidade de informação divulgada pela empresa  $i$  no trimestre  $t$ , na primeira parte da audioconferência, que é a apresentação. A quantidade de informações divulgada na apresentação da audioconferência foi medida de duas formas: (i) o logaritmo natural da quantidade de palavras extraídas da transcrição da apresentação da audioconferência, (ii) o logaritmo natural da quantidade de minutos que durou da apresentação.

De acordo com a hipótese (H2a), espera-se que o coeficiente  $\alpha_1$  da equação (3) seja negativo, indicando que quanto maior o nível de gerenciamento de resultados menor é a quantidade de informações divulgadas durante a apresentação da audioconferência.



Com a finalidade de mensurar a relação entre a quantidade de informações entregues durante a seção de perguntas e respostas da audioconferência e o gerenciamento de resultados (H2b), foi utilizado o modelo de regressão linear múltipla apresentado na equação (4), estimado por MQO (mínimos quadrados ordinários) incluindo controle de efeito fixo por ano, trimestre e setor, com erros robustos à heterocedasticidade.

$$Perguntas\&Respostas_{it} = \theta_0 + \theta_1|GR|_{it} + \sum\theta_kControles_{it} + u_{it} \quad (4)$$

Onde a variável dependente, *Perguntas&Respostas<sub>it</sub>*, corresponde a quantidade de informação divulgada pela empresa *i* no trimestre *t*, na segunda parte da audioconferência, que é a parte de perguntas e respostas. A quantidade de informações divulgada na parte de perguntas e respostas foi medida de duas formas: (i) o logaritmo natural da quantidade de palavras extraídas da transcrição da parte de perguntas e respostas da audioconferência, (ii) o logaritmo natural da quantidade de minutos que durou a parte de perguntas e respostas da audioconferência.

De acordo com a hipótese (H2b), espera-se que o coeficiente  $\theta_1$  da equação (4) seja estatisticamente positivo, indicando que quanto maior o nível de gerenciamento de resultados maior seja a quantidade de questionamentos na parte de perguntas e respostas da audioconferência, assim mais informações serão divulgadas na segunda parte da audioconferência.

### 3.4. VARIÁVEIS DE CONTROLE

Trueman (1986) e Kasznik (1999) apontam que o tamanho da empresa influi na quantidade de informações divulgadas, Tardin e de Oliveira (2022) indicam que empresas maiores se preocupam mais com sua reputação em casos onde o gerenciamento de resultados é detectado e, pelo comportamento dos gestores quanto as divulgações voluntárias ter relação com o tamanho da empresa (Kraft et al., 2014), as variáveis (TAMANHO) correspondente ao logaritmo natural do total de ativos da empresa.

Cassel, Myers e Seidel (2015) indagam que fatores como a idade da empresa e o crescimento das vendas são características que também influenciam os *accruals* discricionários. Portanto, também, foram adicionadas as variáveis (IDADE), calculada pela diferença do ano corrente e o ano de fundação da empresa, e (CRESCVENDAS) calculada via a variação percentual da receita de vendas do trimestre corrente com relação ao trimestre anterior. Já a alavancagem financeira, razão entre o passivo não circulante e o ativo total, será capturada pela variável (ALAVAN) (Fu et al., 2021).

Devido ao fato de a depreciação ser uma despesa discricionária, empresas com ativos imobilizados mais significantes tendem a adotar taxas diferentes de depreciação (Tardin & De Oliveira, 2022) afetando assim, os níveis de gerenciamento de resultados. Para tanto, a variável (INDIMOB) visa capturar o grau de imobilização, medido pela razão entre o ativo imobilizado do trimestre corrente e o ativo total do trimestre anterior.

Como as divulgações realizadas nos segundos e terceiros trimestres tendem a ser mais informativas ao mercado (Matsumoto et al., 2011), serão acrescentadas também as variáveis *dummy* (TRI2), (TRI3) e (TRI4) que adotarão valor igual à 1 para audioconferências realizadas nos segundos, terceiros e/ou quartos trimestres, respectivamente, e 0 caso contrário.

Bloomfield (2008), Lo et al. (2017) e Matsumoto et al. (2011) argumentam que o prejuízo no trimestre também é fator influente sobre a quantidade de informações divulgadas, desta forma, os trimestres onde foram apurados prejuízos serão controlados pela variável



*dummy* (PREJTRIM) que adotará o valor igual à 1 se o lucro líquido da empresa foi negativo (prejuízo) no trimestre, e 0 caso contrário. E o percentual de trimestres com prejuízos será controlado pela variável (%PREJu4), que é medida pelo percentual dos últimos quatro trimestres, incluindo o trimestre corrente, que a empresa obteve um lucro líquido negativo (prejuízo).

É conveniente ressaltar que as variáveis de controle serão utilizadas para todos os modelos, haja vista a similaridade na essência do cálculo, pois, os fatores que se alteram são somente a seção da audioconferência que está sendo analisada e a interpretação dos resultados obtidos.

A tabela 2 a seguir demonstra todas as variáveis que serão utilizadas neste trabalho bem como sua descrição e fundamentação:

**TABELA 2: LISTA DE VARIÁVEIS**

Variáveis	Descrição	Fundamentação
$\overline{AA}_{it t-1}$	Accrual total da empresa <i>i</i> no período <i>t</i>	Kothari et al., (2005)
$\Delta REV_{it}$	Ativo total da empresa <i>i</i> no período anterior <i>t-1</i>	Kothari et al., (2005)
$\Delta REC_{it}$	Variação das receitas brutas da empresa <i>i</i> no período <i>t</i>	Kothari et al., (2005)
$PPE_{it}$	Variação das contas a receber da empresa <i>i</i> no período <i>t</i>	Kothari et al., (2005)
$ROA_{it}$	Soma dos ativos imobilizados e intangíveis da empresa <i>i</i> no período <i>t</i>	Kothari et al., (2005)
$CC_{it}$	Retorno sobre ativo da empresa <i>i</i> no período <i>t</i>	Kothari et al., (2005)
$Apresentação_{it}$	Dummy sendo igual a 1 se houve divulgação e 0 caso contrário	Do Autor
$Perguntas\&Respostas_{it}$	Quantidade de informação divulgada pela empresa <i>i</i> no trimestre <i>t</i> durante a seção de apresentação da audioconferência	Do Autor
$TAMANHO$	Quantidade de informação divulgada pela empresa <i>i</i> no trimestre <i>t</i> durante a seção de perguntas e respostas da audioconferência	Do Autor
$IDADE$	Logaritmo natural do total de ativos da empresa	Kaszniak, (1999); Kraft et al., (2014); Tardin e de Oliveira, (2022); Trueman, (1986)
$CRESCVENDAS$	Diferença entre o ano corrente (2023) e o ano de fundação da empresa	Cassel, Myers e Seidel (2015)
$ALAVAN$	Variação percentual da receita de vendas do trimestre corrente em relação ao trimestre anterior	Moreira et al., (2016)
$INDIMOB$	Razão entre o passivo não circulante e o ativo total	Fu et al., 2021
$TRI2, TRI3 e TRI4$	Razão entre o ativo imobilizado do trimestre corrente e o ativo total do trimestre anterior	Tardin e de Oliveira (2022)
$PREJTRIM$	Dummies que adotarão valor igual a 1 para audioconferências realizadas nos segundos, terceiros e/ou quartos trimestres, respectivamente, e 0 caso contrário	Matsumoto et al., (2011)
$\%PREJu4$	Dummy que adotará valor igual a 1 se o lucro líquido da empresa foi negativo no trimestre e 0 caso contrário	Bloomfield (2008); Lo et al., (2017); Matsumoto et al., (2011)
	Percentual dos últimos quatro trimestres, incluindo o trimestre corrente, que a empresa obteve lucro líquido negativo	Bloomfield (2008); Lo et al., (2017); Matsumoto et al., (2011)

Fonte: Elaborada pelo Autor.



#### 4. ANÁLISE DOS DADOS

##### 4.1. ESTATÍSTICA DESCRITIVA

A descrição da amostra se dá a partir da base de dados mais completa e exibe dados das empresas que realizaram e das que não realizaram audioconferências. Na Tabela 3, é exposta a quantidade de audioconferências realizadas por setor e por ano, entre os anos de 2010 e 2020.

**TABELA 3: AUDIOCONFERÊNCIAS REALIZADAS POR SETOR E POR ANO**

Setor	Audioconferências	Ano	Empresas	
			Não Realizaram	Realizaram
Bens Industriais	919	2010	173	234
Comunicações	24	2011	235	350
Consumo Cíclico	1594	2012	262	384
Consumo Não Cíclico	367	2013	230	407
Materiais Básicos	488	2014	234	422
Petróleo, Gás e Biocombustíveis	240	2015	246	434
Saúde	296	2016	254	439
Tecnologia da Informação	117	2017	260	453
Utilidade Pública	636	2018	258	483
		2019	294	488
		2020	262	587
<b>Total</b>	<b>4681</b>	<b>Total</b>	<b>2708</b>	<b>4681</b>

Fonte: Elaborada pelo Autor.

A partir da Tabela 3, nota-se que o setor de consumo cíclico apresenta o maior número de audioconferências realizadas (1.594 – Mil quinhentas e noventa e quatro) e o setor de comunicações o menor, com apenas 24 chamadas.

Nota-se também que a quantidade de audioconferências realizadas pelas empresas dentre os anos de 2010 e 2020. Verifica-se um aumento anual gradativo; e que, de 2019 para 2020, 99 empresas adotaram a realização de audioconferências.

**TABELA 4: AUDIOCONFERÊNCIAS POR SETOR E TRIMESTRE**

<b>Bens Industriais</b>				<b>1º Trimestre</b>			
	N	Média	Desvio Padrão		N	Média	Desvio Padrão
Apresentação - Transcrição	432	2.198,5	948,5	Apresentação - Transcrição	477	2626,7	1361,1
Apresentação - Áudio	759	1.166,7	549,0	Apresentação - Áudio	930	1267,2	607,5
Perguntas e Respostas - Transcrição	421	2.699,2	1.454,5	Perguntas e Respostas - Transcrição	477	3390,7	2052,0
Perguntas e Respostas - Áudio	755	1.233,9	750,1	Perguntas e Respostas - Áudio	929	1372,7	885,0
<b>Comunicações</b>				<b>2º Trimestre</b>			
Apresentação - Transcrição	4	5.597,0	2.013,8	Apresentação - Transcrição	515	2714,1	1336,3
Apresentação - Áudio	13	2.210,9	647,7	Apresentação - Áudio	1017	1351,9	661,4
Perguntas e Respostas - Transcrição	4	3.951,0	1.773,4	Perguntas e Respostas - Transcrição	511	3507,2	2170,2
Perguntas e Respostas - Áudio	13	1.463,3	918,3	Perguntas e Respostas - Áudio	1015	1433,8	916,8
<b>Consumo Cíclico</b>				<b>3º Trimestre</b>			
Apresentação - Transcrição	624	2.640,0	1.332,6	Apresentação - Transcrição	522	2839,6	1629,9
Apresentação - Áudio	1396	1.248,7	602,1	Apresentação - Áudio	1029	1382,1	764,1
Perguntas e Respostas - Transcrição	624	3.348,6	1.937,5	Perguntas e Respostas - Transcrição	517	3375,3	1990,8
Perguntas e Respostas - Áudio	1401	1.289,2	818,8	Perguntas e Respostas - Áudio	1026	1403,7	873,5
<b>Consumo não Cíclico</b>				<b>4º Trimestre</b>			
Apresentação - Transcrição	162	3.720,5	1.886,2	Apresentação - Transcrição	502	3003,6	1427,0



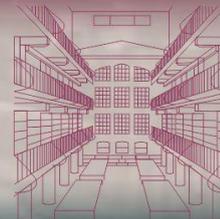
Apresentação - Áudio	302	1.855,7	992,0	Apresentação - Áudio	1021	1489,2	733,2
Perguntas e Respostas - Transcrição	166	4.638,6	2.072,0	Perguntas e Respostas - Transcrição	503	3469,9	2034,8
Perguntas e Respostas - Áudio	303	1.844,1	906,0	Perguntas e Respostas - Áudio	1027	1419,4	868,7
<b>Materiais Básicos</b>							
Apresentação - Transcrição	121	3.269,2	1.605,2				
Apresentação - Audio	397	1.385,0	695,1				
Perguntas e Respostas - Transcrição	121	4.471,9	2.534,3				
Perguntas e Respostas - Áudio	397	1.902,4	929,2				
<b>Petróleo, Gás e Biocombustíveis</b>							
Apresentação - Transcrição	165	3.326,7	1.375,5				
Apresentação - Audio	194	1.564,7	687,2				
Perguntas e Respostas - Transcrição	164	5.198,7	2.302,9				
Perguntas e Respostas - Áudio	193	2.277,8	1.062,8				
<b>Saúde</b>							
Apresentação - Transcrição	247	2.521,1	1.396,0				
Apresentação - Audio	272	1.318,8	606,3				
Perguntas e Respostas - Transcrição	247	3.653,6	1.876,0				
Perguntas e Respostas - Áudio	272	1.645,6	907,8				
<b>Tecnologia da Informação</b>							
Apresentação - Transcrição	104	2.553,4	795,8				
Apresentação - Audio	101	1.347,4	471,6				
Perguntas e Respostas - Transcrição	104	2.254,3	1.767,8				
Perguntas e Respostas - Áudio	101	895,9	702,7				
<b>Utilidade Pública</b>							
Apresentação - Transcrição	157	3.731,5	1.651,6				
Apresentação - Audio	563	1.651,9	772,5				
Perguntas e Respostas - Transcrição	157	2.277,8	1.355,7				
Perguntas e Respostas - Áudio	562	1.032,1	627,1				

\*Apresentação - Transcrição corresponde a dados coletados a partir das transcrições da seção de apresentação, Apresentação - Áudio corresponde a dados coletados a partir dos áudios da seção de apresentação, Perguntas e Respostas - Transcrição corresponde a dados coletados a partir das transcrições da seção de perguntas e respostas e, Perguntas e Respostas - Áudio corresponde a dados coletados a partir dos áudios da seção de perguntas e respostas.

Fonte: Elaborada pelo Autor.

A tabela 4 demonstra os setores que mais realizam audioconferências e qual a quantidade de palavras e duração média de cada seção, bem como a evolução da duração das audioconferências no decorrer do ano. Nesta amostra, destacam-se o setor de comunicações por realizar poucas, porém longas audioconferências, e o setor de consumo cíclico como o segmento que mais realizou audioconferências durante o período analisado.

Observa-se também que, em média, as audioconferências realizadas nos terceiros e quarto trimestres tendem a ser mais longas devido ao fato das seções de apresentação e perguntas e respostas possuírem um maior contingente de informações faladas.



**TABELA 5: ESTATÍSTICA DESCRITIVA DAS VARIÁVEIS GERAIS E ESPECÍFICAS**

	N	Min	p25	Média	Mediana	Desvio Padrão	p75	Max
GR	7558	-4.817,2	-72,6	39,2	18,7	878,8	148,8	3.816,2
GR	7558	1,0	37,9	415,6	110,7	911,1	341,5	6.012,7
CRESCVENDAS	7558	-0,9	-0,1	0,1	.027	0,4	0,1	2,0
TAMANHO	7558	4,1	6,8	8,0	8,0	1,7	9,2	12,5
%PREJu4	7558	0,0	0,0	0,3	0,3	0,4	0,5	1,0
PREJTRIM	7558	0,0	0,0	0,3	0,0	0,5	1,0	1,0
INDIMOB	7558	0,0	0,1	0,3	0,2	0,2	0,4	0,8
ALAVAN	7558	0,0	0,2	0,4	0,3	0,2	0,5	1,6
IDADE	7558	4,0	17,0	43,1	41,0	28,3	63,0	120,0
Apresentação (i)	1790	6,7	7,6	7,9	7,9	0,5	8,2	8,9
Apresentação (ii)	1790	6,1	6,8	7,1	7,1	0,4	7,4	8,2
Perguntas&Respostas (i)	1790	4,4	7,6	7,9	8,1	0,8	8,5	9,1
Perguntas&Respostas (ii)	1790	4,2	6,9	7,2	7,3	0,8	7,7	8,3

\*A tabela 5 apresenta a estatística descritiva das variáveis gerais e específicas dos modelos, calculadas utilizando dados de todas as empresas da amostra (as que realizaram e as que não realizaram audiokonferências), e contém: número de observações, valores mínimos, primeiro quartil, médias, medianas, desvios padrões, terceiro quartil e valores máximos. Todas as variáveis foram winsorizadas a 1% e GR corresponde aos accruals anormais, |GR| corresponde aos accruals anormais absolutos, CRESCVENDAS corresponde à variação das vendas trimestrais, TAMANHO corresponde ao logaritmo natural do valor de mercado, %PREJu4 corresponde ao percentual de trimestres com prejuízos, PREJTRIM corresponde a quantidade de trimestres com prejuízo, INDIMOB corresponde ao índice de imobilização do ativo, ALAVAN corresponde ao índice de alavancagem e IDADE corresponde a idade das empresas analisadas, Apresentação (i) corresponde ao logaritmo natural da quantidade de palavras extraídas da transcrição da seção de apresentação, Apresentação (ii) corresponde ao logaritmo natural da duração em minutos do áudio da seção de apresentação, Perguntas&Respostas (i) corresponde ao logaritmo natural da quantidade de palavras extraídas da transcrição da seção de perguntas e respostas e Perguntas&Respostas (ii) corresponde ao logaritmo natural da duração em minutos do áudio da seção de perguntas e respostas.

Fonte: Elaborada pelo Autor.

A Tabela 5 apresenta a estatística descritiva das variáveis gerais e específicas dos modelos e demonstra o número de observações, valores mínimos, primeiro quartil, médias, medianas, desvios padrões, terceiro quartil e valores máximos.

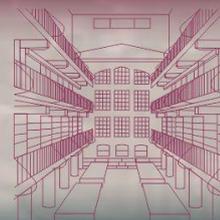
Estes dados evidenciam que as transcrições das seções de apresentação e perguntas e respostas possuem, em média, a mesma quantidade de palavras (7,9), todavia, a duração do áudio em minutos da seção de perguntas e respostas tende a ser, em média, pouco mais longa do que a duração em minutos da seção de apresentação.

Nota-se que o índice médio de gerenciamento de resultados foi equivalente a 39,2 e o índice médio de gerenciamento de resultado absoluto atingiu 415,6 pontos. Também se destacam as variáveis TAMANHO, com índice médio equivalente a 8,0 e IDADE, demonstrando que as empresas da amostra têm, em média, 43 anos de idade.

#### 4.2. RESULTADOS DOS MODELOS

A Tabela 7 contém os resultados obtidos através da estimação do modelo de regressão probabilística proposta pelo modelo na equação (2) bem como os resultados encontrados para os testes da seção de apresentação (modelo 2, equação 3) e seção de perguntas e respostas (modelo 3, equação 4).

**TABELA 7: RESULTADOS DO MODELO 1 (EQUAÇÃO 2), MODELO 2 (EQUAÇÃO 3) E MODELO 3 (EQUAÇÃO 4)**



Variáveis	Modelo 1 (Equação 2)		Modelo 2 (Equação 3)		Modelo 3 (Equação 4)	
	Audioconferência	Efeito Marginal	Apresentação (i)	Apresentação (ii)	Perguntas&Respostas (i)	Perguntas&Respostas (ii)
GR	-4.95e-05** (-2,1)		1,02E-05 (-1,52)	8,45E-06* (1,73)	-1,74E-05*** (-2,66)	-1,11E-05 (-1,51)
2º Quintil		0,074				
3º Quintil		0,077				
4º Quintil		0,110				
5º Quintil		0,024				
CRESCVENDAS	-0.108* (-1,9)	-0,030	-0,0027 (-0,08)	0,0021 (0,06)	-0,02619 (-0,40)	-0,01830 (-0,33)
TAMANHO	0.496*** (-36,6)	0,127	0,0888 (1,45)	0,0894 (1,52)	0,6196*** (7,77)	0,5696*** (7,97)
%PREJu4	-0.114 (-1,4)	-0,026	-0,0849 (-1,34)	-0,0800 (-1,24)	-0,16040 (-1,28)	-0,03540 (-0,31)
PREJTRIM	-0.0615 (-1,0)	-0,015	0,0306 (1,10)	0,0308 (1,14)	0,00923 (0,20)	-0,01990 (-0,50)
INDIMOB	-0.777*** (-8,5)	-0,184	-0,5230 (-1,29)	-0,5470 (-1,46)	0,15570 (0,41)	0,16990 (0,53)
ALAVAN	-1.161*** (-11,4)	-0,275	0,0111 (0,07)	0,0791 (0,52)	0,07460 (0,21)	0,11260 (0,33)
IDADE	-0.0137*** (-19,4)	-0,003	0,0345 (1,50)	0,0306 (1,52)	-0,00512 (-0,67)	-0,00560 (-0,73)
2º Trimestre			0,0441*** (3,34)	0,0414*** (3,50)	0,0622* (1,85)	0,0840*** (2,97)
3º Trimestre			0,0429** (2,51)	0,0353** (2,07)	0,02740 (0,81)	0,02790 (0,93)
4º Trimestre			0,1263*** (7,71)	0,1121*** (6,46)	0,01570 (0,54)	0,01760 (0,57)
Constante	-2.249*** (-20,3)		6,2617*** (7,63)	5,6925*** (7,29)	2,9585*** (4,74)	2,5799*** (4,40)
Efeito Fixo de Ano			SIM	SIM	SIM	SIM
Observações	7.389		1759	1759	1759	1759
VIF Médio			4,06	4,06	4,06	4,06
R-Quadrado			0,1040	0,1060	0,135	0,146

Estatística t entre parênteses

\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

**\*Apresentação (i): Resultados gerados a partir da utilização do logaritmo natural da quantidade de palavras da transcrição da seção de apresentação. Apresentação (ii): Resultados gerados a partir da utilização do logaritmo natural da quantidade de minutos do áudio da seção de apresentação.\*\*Perguntas&Respostas (i): Resultados gerados a partir da utilização do logaritmo natural da quantidade de palavras da transcrição da seção de perguntas e respostas. Perguntas&Respostas (ii): Resultados gerados a**

Fonte: Elaborada pelo Autor.

A partir da tabela 7, nota-se que o coeficiente da variável |GR| é estatisticamente significativo à 5% (P-Valor<5%) e negativo, indicando uma relação negativa entre o nível de gerenciamento de resultados e a probabilidade das empresas em realizarem divulgações voluntárias via audioconferências.

Estes resultados se encontram dentro do esperado pois, como o gerenciamento de resultados é fator desestimulante sobre a divulgação voluntária (Jo & Kim, 2007; Karajeh,



2020), não é de se estranhar a relação negativa das práticas discricionárias do gestor – também - sobre a probabilidade da divulgação voluntária especificamente via audioconferência. Em síntese, quanto maior o nível de gerenciamento de resultados das companhias, menor a probabilidade de divulgarem informações voluntárias via audioconferências, validando, portanto, a hipótese **H1** proposta por este trabalho.

Já o tamanho da empresa apresenta outro tipo de relação. A literatura aponta que empresas maiores são mais propensas a realizarem divulgações haja vista a preocupação com sua reputação (Kasznik, 1999; Kraft et al., 2014; Tardin & De Oliveira, 2022; Trueman, 1986) e, com base nos resultados obtidos, observa-se que o tamanho da empresa tem relação positiva e significativa a 1% sobre a probabilidade em realizar audioconferências para divulgar suas informações voluntárias, demonstrando, assim, que empresas maiores tem mais probabilidade de realizarem audioconferências.

Cassel, Myers e Seidel (2015) indagam a respeito da relação da idade das empresas sobre accruals discricionários e propensão a divulgação de informações. A princípio, esperava-se que companhias mais antigas fossem mais propensas a realizarem divulgações voluntárias, todavia, os resultados capturaram uma relação negativa e significativa a 1% (P-Valor<1%) da variável IDADE, indicando que a idade das empresas se relaciona negativamente com a probabilidade de realizarem divulgações voluntárias via audioconferência.

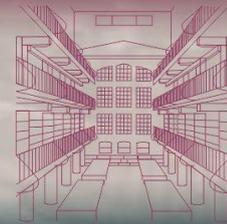
Os resultados da variável INDIMOB se mantiveram dentro do esperado e indicam que é menos provável que empresas com maiores índices de imobilização do ativo realizem divulgações via audioconferência. Como um imobilizado extenso demanda tratamentos contábeis diferentes, especialmente relacionados a depreciação dos ativos (Tardin & De Oliveira, 2022) e como esses tratamentos deverão ser apresentados e explanados aos *stakeholders*, é compreensível a relação negativa desta métrica sobre a probabilidade de divulgação.

A tabela 7 também demonstra os resultados estimados para a relação do gerenciamento de resultados sobre a quantidade de informações entregues durante a seção de apresentação da audioconferência (modelo 2, equação 3). Com base nestes achados, nota-se que o nível de gerenciamento de resultados não possui relação estatisticamente significativa com a quantidade de palavras da transcrição da seção de apresentação da audioconferência (P-Valor>10%). Concomitantemente, os resultados também indicam que o gerenciamento de resultados possui relação positiva e significativa a 10% (P-Valor<10%), sobre a duração do áudio da seção de apresentação da audioconferência. Diante disto, não é possível confirmar a hipótese **H2a** proposta.

Evidências literárias apontam que gestores preferem limitar a quantidade de informações da apresentação e aguardar as perguntas dos analistas (Matsumoto et al., 2011) pois, assim, serão reveladas apenas as informações de interesse dos participantes. Todavia, os dados apurados indicam o oposto e apontam a relação positiva e significativa do gerenciamento de resultados sobre a duração em minutos do áudio da seção de apresentação

Adicionalmente, os resultados corroboram com a ideia de que as audioconferências do quarto trimestre tendem a ser mais informativas aos participantes (Matsumoto et. al., 2011), haja vista a relação positiva e significativa dos trimestres (destaque para o quarto trimestre) sobre a quantidade de informações entregues durante a seção de apresentação da audioconferência.

O teste proposto pelo modelo 3, equação 4, deste trabalho visa examinar a relação entre gerenciamento de resultados e a quantidade de informações entregues durante a seção de perguntas e respostas da audioconferência. Os resultados foram estimados e também são demonstrados na Tabela 6.



Com base nos resultados encontrados, é possível inferir que o gerenciamento de resultados possui relação negativa e significativa a 1% sobre a quantidade de palavras da transcrição da seção de perguntas e respostas. Já para o áudio não se verifica uma relação estatisticamente significativa.

Embora o grau da relação do nível de gerenciamento de resultados e o conteúdo informacional das transcrições seja mínimo, os resultados capturam uma diminuição na quantidade de informações entregues durante a seção de perguntas e respostas na presença de um maior nível de gerenciamento de resultados. Estes resultados vão de encontro aos resultados esperados, contrariando a expectativa de que, quanto maior o gerenciamento de resultados, maior a quantidade de informações solicitadas pelos participantes da conferência (Matsumoto et al., 2011) não sendo possível, portanto, validar a hipótese **H2b** proposta por este estudo.

Diferentemente dos resultados obtidos pelo modelo 3, nos resultados do modelo 4 não é possível notar a relação dos trimestres sobre a quantidade de informações da seção de perguntas e respostas. Nesta análise, somente o segundo trimestre demonstrou relação positiva e significativa a 10%, indicando que a seção de perguntas e respostas das audioconferências realizadas no segundo trimestre tendem a gerar áudios mais longos.

Somado a isto, a variável TAMANHO apresentou coeficientes positivos e significantes a 1% (P-Valor<1%), indicando que o tamanho da firma afeta positivamente a quantidade de palavras da transcrição e a duração em minutos da seção de perguntas e respostas. Estes achados são coniventes com pesquisas anteriores (Kaszniak, 1999; Kraft et al., 2014; Tardin & De Oliveira, 2022; Trueman, 1986) que demonstraram a preocupação das grandes empresas a respeito das suas divulgações na presença do gerenciamento de resultados.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo analisar qual a relação entre o nível de gerenciamento de resultados e a probabilidade de a empresa divulgar informações voluntárias via audioconferência e a quantidade de informações divulgadas pelas empresas brasileiras, não financeiras, listadas junto a B3, via audioconferência. As seções da audioconferência, apresentação e perguntas e respostas, foram analisadas separadamente com o intuito de verificar como as estratégias de gerenciamento afetam a quantidade de informações divulgadas em cada seção. A amostra foi composta por dados financeiros das referidas empresas de 2010 a 2020 e extraídos da base ComDinheiro©.

Nem todos resultados obtidos se comportaram da forma esperada. Para o teste de probabilidade (modelo 1, equação 2) inicialmente esperava-se que o gerenciamento de resultados fosse fator desestimulante para com a realização de audioconferências. Os achados demonstram que, sob as condições dos testes realizados, empresas que possuem maiores índices de gerenciamento de resultados são menos prováveis de realizarem audioconferências.

Para a segunda análise esperava-se que o gerenciamento de resultados tivesse efeito negativo sobre a quantidade de informações divulgadas durante a seção de apresentação da audioconferência. Todavia, os resultados obtidos apontaram uma relação contrária a esperada, indicando que, na prática, o gerenciamento de resultados tende a aumentar a quantidade de informações faladas durante a seção de apresentação da audioconferência.

Já para o terceiro teste, esperava-se que a adoção de manobras de gerenciamento de resultados tornasse a seção de perguntas e respostas mais rica em quantidade informacional, haja vista a demanda de maiores explicações pelos analistas e demais participantes. Contudo, os resultados encontrados demonstram justamente o contrário, indicando que, na realidade, o gerenciamento de resultados tende a diminuir a quantidade de informações entregues nesta seção.

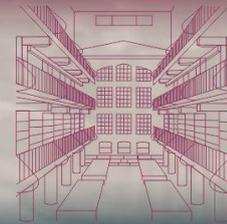


Uma justificativa plausível para os resultados não terem sido de acordo com o esperado se encontra no filtro da contagem de palavras das transcrições e na quantidade de minutos dos áudios. Tendo em mente a interatividade e espontaneidade da audioconferência, é natural que nem todas as palavras presentes nas transcrições, nem todo o tempo do áudio, sejam de fato informações úteis aos usuários. Neste sentido, um diálogo não tão pertinente à audioconferência pode ser capturado pela transcrição e, também, pelo áudio, elevando assim a quantidade total de palavras, e duração, das seções sem que sejam necessariamente informações úteis e relevantes.

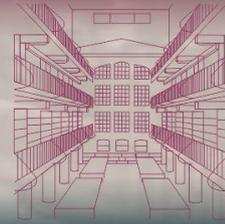
Esta pesquisa buscou ampliar o leque de análises sobre audioconferências e enriquecer ainda mais o arcabouço literário contábil. Para futuras pesquisas relacionadas a este tema, será de extrema valia a utilização de um maior contingente de observações válidas, a aplicação do estudo em outras jurisdições e mercados financeiros e a adoção de um “filtro de informatividade” para as palavras presentes na transcrição e para a duração em minutos de cada seção.

## REFERÊNCIAS

- Ajinkya, B. B., Gift, M. J. (1984). Corporate Managers' Earnings Forecasts and Symmetrical Adjustments of Market Expectations. *Journal of Accounting Research*, v. 22, n. 2, p. 425–444. <https://doi.org/10.2307/2490657>
- Allee, K. D., & Deangelis, M. D. (2015). the structure of voluntary disclosure narratives: Evidence from tone dispersion. *Journal of Accounting Research*, 53(2), 241–274. <https://doi.org/10.1111/1475-679X.12072>
- Al-Shaer, H., & Zaman, M. (2021). Audit committee disclosure tone and earnings management. *Journal of Applied Accounting Research*, 22(5), 780–799. <https://doi.org/10.1108/JAAR-12-2020-0243>
- Angonese, R.; Sanches, J. R.; Bezerra, F. A.; (2014). Determinantes da divulgação de informações voluntárias por meio da internet. *ConTexto, Porto Alegre*, v. 14, n. 26, p. 19–31.
- Bloomfield, R. (2008). Discussion of “Annual report readability, current earnings, and earnings persistence.” *Journal of Accounting and Economics*, 45(2-3), 248–252. doi:10.1016/j.jacceco.2008.04.002
- Brown, S., Hillegeist, S. A., & Lo, K. (2004). Conference calls and information asymmetry. *Journal of Accounting and Economics*, 37(3), 343–366. doi:10.1016/j.jacceco.2004.02.001
- Burgstahler, D.; Dichev, I. (1997). Earnings management to avoid earnings decreases and losses. *Journal of accounting and economics*, Elsevier, v. 24, n. 1, p. 99–126.
- Bushee, B. J., Matsumoto, D. A., & Miller, G. S. (2004). Managerial and Investor Responses to Disclosure Regulation: The Case of Reg FD and Conference Calls. *The Accounting Review*, 79(3), 617–643. doi:10.2308/accr.2004.79.3.617
- Cassell, C. A., Myers, L. A., & Seidel, T. A. (2015). Disclosure transparency about activity in valuation allowance and reserve accounts and accruals-based earnings management. *Accounting, Organizations and Society*, 46, 23–38. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2015.03.004>
- Collins, D. W., Pungaliya, R. S., & Vijh, A. M. (2017) The effects of firm growth and model specification choices on tests of earning management in quarterly settings. *The Accounting Review*, V. 92, n. 2, p. 69 – 100.
- Firk, S., Hennig, J. C., & Wolff, M. (2020). Can the Balanced Scorecard Help in Designing Conference Calls? The Effect of Balanced Information Composition on the Cost of Capital.



- European Accounting Review, 29(1), 115–146.  
<https://doi.org/10.1080/09638180.2019.1709523>
- Fu, X., Wu, X., & Zhang, Z. (2021). The Information Role of Earnings Conference Call Tone: Evidence from Stock Price Crash Risk. *Journal of Business Ethics*, 173(3), 643–660.  
<https://doi.org/10.1007/s10551-019-04326-1>
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A Review of the Earnings Management Literature and Its. *Accounting Horizons*, 13(4), pp.365-383.  
<http://www.aaajournals.org/doi/abs/10.2308/acch.1999.13.4.365>
- Jo, K.; Kim, Y. (2007). Disclosure frequency and earnings management. *Journal of Financial Economics*, v. 84, p. 561–590.
- Karajeh, A. I. S. (2020). Voluntary disclosure and earnings quality: evidence from ownership concentration environment. *Management Research Review*, 43(1), 35–55.  
<https://doi.org/10.1108/MRR-11-2018-0447>
- Kasznik, R., & Lev, B. (1995). To Warn or Not to Warn: Management Disclosures in the Face of an Earnings Surprise. *The Accounting Review*, 70(1), 113–134.  
<http://www.jstor.org/stable/248391>
- Katmon, N., & Farooque, O. Al. (2017). Exploring the Impact of Internal Corporate Governance on the Relation Between Disclosure Quality and Earnings Management in the UK Listed Companies. *Journal of Business Ethics*, 142(2), 345–367.  
<https://doi.org/10.1007/s10551-015-2752-8>
- Kothari, S. P., Leone, A. J., & Wasley, C. E. (2005). Performance matched discretionary accrual measures. *Journal of Accounting and Economics*, 39(1), 163–197.  
<https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2004.11.002>
- Kraft, A., Lee, B. S., & Lopatta, K. (2014). Management earnings forecasts, insider trading, and information asymmetry. *Journal of Corporate Finance*, 26, 96–123.  
<https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2014.03.002>
- Lee, J. (2016). Can investors detect managers’ lack of spontaneity? Adherence to predetermined scripts during earnings conference calls. *Accounting Review*, 91(1), 229–250.  
<https://doi.org/10.2308/accr-51135>
- Li, F. (2012). Discussion of Analyzing Speech to Detect Financial Misreporting. *Journal of Accounting Research*, 50(2), 393–400. <https://doi.org/10.1111/j.1475-679X.2012.00451.x>
- Lo, K., Ramos, F., & Rogo, R. (2017). Earnings management and annual report readability. *Journal of Accounting and Economics*, 63(1), 1–25.  
<https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2016.09.002>
- Matsumoto, D.; Pronk, M.; Roelofsen, E. (2011). What makes conference calls useful? the information content of managers’ presentations and analysts’ discussion sessions. *The Accounting Review*, American Accounting Association, v. 86, n. 4, p. 1383–1414.
- Moreira, N. C., Ramos, F., Rogo, J. K., & Rogo, R. (2016). Conference Calls: Uma análise empírica do conteúdo informacional e do tipo de notícia divulgada. *Brazilian Business Review*, v. 13, n. 6, p. 304 – 329. DOI: <http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2016.13.6.6>
- Skinner, D. J. (1994). Why Firms Voluntarily Disclose Bad News. *Journal of Accounting Research*, 32(1), 38–60. <https://doi.org/10.2307/2491386>
- Souza, M. A.; Cruz, A. P. C.; Machado, D. G.; Mendes, R. C.; (2008). Evidenciação voluntária de informações contábeis por companhias abertas do sul brasileiro. *Revista Universo Contábil*. v. 4, n. 4, p. 39-56.
- Tardin, N., & De Oliveira, W. L. (2022). Empresas Gerenciam Lucros Tributáveis E Contábeis Simultaneamente Em Tempos De Crise? *Advances in Scientific and Applied Accounting*. <https://doi.org/10.14392/asaa.2021140307>



Trueman, B. (1986). Why do managers voluntarily release earnings forecasts? *Journal of Accounting and Economics*, 8(1), 53–71. doi:10.1016/0165-4101(86)90010-8