



Relação entre a preocupação com a carreira do principal executivo de uma empresa brasileira e a divulgação de informações voluntárias

Mariana Aras Gama
Universidade Federal da Bahia
aras.contabil@gmail.com

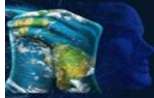
Antonio Gualberto Pereira
Mestre em Ciências Contábeis
Universidade Federal da Bahia
antoniopereira@ufba.br

Resumo

A divulgação voluntária é uma ferramenta utilizada pelos gestores que pode auxiliar a minimizar a assimetria informacional entre os gerentes e os investidores. Esta pesquisa tem como objetivo analisar a possível relação entre a preocupação com a carreira do principal executivo de uma empresa brasileira e a realização de divulgação de informações voluntárias. Trata-se de uma revisão sistemática da literatura, que está em consonância com a recomendação *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*. A estratégia de busca foi realizada nas bases de dados Portal Periódico da CAPES, a EBSCOhost, a Science Direct e a Spell, sendo aplicado o filtro dos últimos cinco anos. Foi utilizado o método de Análise de Bardin. Foram selecionados cinco artigos. No que tange as literaturas encontradas, emergiu uma categoria: Inovações gerencias. Os resultados desta revisão sistemática permitiram identificar uma possível associação entre a preocupação com a carreira dos principais executivos e a prática da divulgação voluntária de informações nas organizações. Observou-se que os executivos que demonstram interesse na permanência e ascensão na carreira tendem a adotar comportamentos proativos, como a transparência e o compartilhamento estratégico de informações, como forma de legitimar sua liderança e reforçar sua reputação diante dos *stakeholders*. Portanto, conclui-se que a preocupação com a carreira influencia, ainda que de forma indireta, a disposição dos executivos em adotar práticas de divulgação voluntária. Essa relação deve ser mais bem explorada por estudos empíricos que possam mensurar o impacto dessas práticas na construção da imagem profissional e na performance organizacional.

Linha temática: Contabilidade, Desenvolvimento e Sustentabilidade

Palavras-Chave: Empresa; Carreira; Divulgações voluntárias; Principal executivo.



1. Introdução

A divulgação voluntária é uma ferramenta utilizada pelos gestores que pode auxiliar a minimizar a assimetria informacional entre os gerentes e os investidores (Fama, 1980; Noe, 1999). Os estudos de Verrecchia (1999), demonstram que uma das consequências da divulgação voluntária é o valor agregado às ações principalmente por meio do comportamento dos preços de equilíbrio dos ativos e do volume de negócios. Por isso, considera-se que a divulgação voluntária pode ser uma ferramenta de grande relevância para a credibilidade da empresa no mercado.

Há diversas motivações para a realização das divulgações voluntárias que podem estar relacionados às características da própria empresa ou aos mecanismos de governança. Neste sentido, os estudos de Bamber et al. (2010) encontraram evidências que estilo pessoal do principal executivo desempenha um papel significativo na explicação de diferenças na divulgação financeira corporativa voluntária. Esta tendência havia sido estudada por Fama (1980), quando revelou que o mercado de trabalho poderia funcionar como um incentivador para o gestor agir de forma correta dentro da empresa devido às preocupações com a carreira

Portanto, pode haver diversos incentivos que afetam as decisões dos gestores em realizar divulgação de informações voluntárias, como a preocupação com a carreira do CEO, pois elas podem revelar eficácia gerencial, aumentando assim o valor dos gestores no mercado de trabalho (Barth, 2003). Neste interim, alguns estudos revelam que a preocupação com a carreira é mais forte para os trabalhadores longe da aposentadoria (Gibbons & Murphy, 1992), enquanto Davidson et al. (2007) revelaram que executivos no início da carreira, podem ter maiores preocupações com sua reputação dentro de suas empresas e no mercado de trabalho externo e isso os motiva a atender aos interesses dos acionistas.

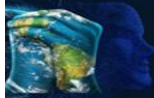
Nesse íterim, este estudo pretende examinar se a divulgação de informação voluntária é uma ferramenta utilizada por CEOs no início de carreira como forma de sinalizar o mercado a sua competência gerencial, sendo assim, uma forma de preocupação com a carreira, garantia de reputação no mercado de trabalho e preocupação com ganhos atuais e futuros, uma vez que muitas vezes o sucesso do CEO está associado ao sucesso da empresa.

Dessa forma, as descobertas nesta linha de pesquisa dão suporte ao impacto do que as características individuais dos gerentes geram em certas decisões corporativas e desempenho. Neste sentido, esta pesquisa tem como objetivo analisar a possível relação entre a preocupação com a carreira do principal executivo de uma empresa brasileira e a realização de divulgação de informações voluntárias.

2. Revisão da Literatura

2.2 As motivações para a divulgação voluntária

À luz da Teoria da Agência e da Teoria dos contratos, a assimetria informacional entre principal e agente pode facilitar o comportamento oportunista dos gerentes desencadeando conflitos de interesse (Watts & Zimmerman, 1978; Fama, 1980; Noe, 1999). No entanto, uma ferramenta para reduzir a assimetria de informações é a divulgação de informações voluntária (Verrecchia, 1999). Ainda de acordo com Verrecchia (1999), a divulgação voluntária permite que informações de privilégio interno sejam divulgadas aos investidores, e como consequência, reduz a assimetria de informações e agrega valor às ações principalmente por meio do comportamento dos preços de equilíbrio dos ativos e do volume de negócios.



A divulgação voluntária de informações contábeis desenvolve um papel importante na reputação das empresas no mercado, especialmente no que tange à minimização do risco de informação proporcionando maior confiança aos investidores e possibilitando um estreitamento na relação de credibilidade das empresas com os agentes. A literatura prevê que as políticas de divulgação voluntária são parte integrante do processo de relatório de lucros, ainda mais quando associados ao caráter social e institucional da Contabilidade (Graham et al., 2005).

Neste sentido, a qualidade quanto à precisão e à confiabilidade das informações divulgadas é de especial interesse para os investidores, haja vista que a expectativa é de que quanto maior a qualidade da divulgação menor a assimetria de informação. No desenho de pesquisa do estudo de Healy et al. (1999), por exemplo, as empresas da amostra mostraram uma melhoria significativa no desempenho das ações no ano do aumento da divulgação e no ano seguinte.

Nesta mesma linha de estudos que tratam sobre a preocupação das empresas à luz da Teoria da Legitimidade, um estudo realizado por Moreira (2015) em empresas de setores distintos sediadas na cidade de Salvador-BA, encontrou como resultados indicativos de que os principais fatores que impactam a evidenciação voluntária de informações socioambientais são os ganhos de imagem, transparência e uma boa reputação.

A divulgação voluntária pode ser estudada por três categorias de acordo com a sua taxonomia, sendo a primeira que estuda os efeitos exógenos da divulgação, a segunda estuda os efeitos discricionários dos gerentes sobre a divulgação, e a terceira estuda a escolha de divulgação incondicional baseada em eficiência (Verrecchia, 1999).

No modelo de pesquisa de Ajinkya e Gift (1984), os pesquisadores consideraram que as forças institucionais relevantes são explicitamente admitidas como restrições que moldam o ambiente no qual as divulgações voluntárias são realizadas.

Muitos estudos investigaram associações entre características corporativas e divulgações. Neste sentido, Ahmed e Courtis (1999) realizaram uma meta-análise em 29 estudos anteriores, que confirmaram relações significativas e positivas entre os níveis de divulgação e o tamanho da empresa, status de listagem e alavancagem.

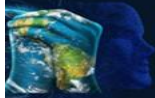
Estudos como o de Samaha et al. (2015) mostram que o tamanho do conselho pode desempenhar um papel importante na promoção da transparência corporativa. No entanto, Noe (1999) considera que a intenção entre as decisões de transações internas dos gerentes e as atividades de divulgação voluntária é mais complexa do que se pensava anteriormente.

As motivações para a divulgação voluntária podem estar relacionadas a incentivos explícitos, como operações de mercado e características da empresa, ou incentivos implícitos, como contratos de incentivo, custos de agência, sinalização do talento gerencial.

O CEO tem um conhecimento superior das informações privadas da empresa que tratam das vantagens competitivas e de suas condições internas (Samaha et al., 2015). Este é o motivo que incorre o problema de agência. Logo, para entender por que as organizações fazem as coisas que fazem, ou por que agem da maneira que fazem, deve-se considerar os preconceitos e as disposições de seus atores mais poderosos, ou seja, os seus principais executivos (Hambrick, 2007).

O estudo de Bamber et al. (2010), após controlar os determinantes econômicos conhecidos da divulgação e os efeitos específicos da empresa, investigou se os altos executivos desempenham um papel incremental significativo na explicação da variação transversal nas escolhas de divulgação voluntária corporativa. Este estudo encontrou evidências que estilo pessoal dos altos executivos desempenha o papel esperado no problema de pesquisa sobre as divulgações voluntárias de suas empresas.

Gibbons e Murphy (1992) através da relação entre a remuneração do presidente executivo e o desempenho do mercado de ações, encontraram evidências que o contrato de remuneração ótimo otimiza os incentivos totais: a combinação dos incentivos implícitos de preocupações com a carreira e os incentivos explícitos do contrato de remuneração. Portanto, os geren-



tes respondem racionalmente tanto ao ambiente econômico da empresa, quanto aos mecanismos de monitoramento e incentivos contratuais da empresa.

Sendo assim, existem diversos fatores que podem influenciar as decisões dos gestores, tanto do ponto de vista exógeno, como do ponto de vista endógeno (Gibbons & Murphy, 1992; Fama, 1980). Tratando especificamente de fatores endógenos, os processos psicológicos e sociais pelos quais perfis executivos são convertidos em escolhas estratégicas ainda permanecem em grande parte um mistério, é o que Hambrick (2007) chama de caixa preta. Portanto, os estudos realizados por pesquisadores nesta área utilizam as informações sobre as origens funcionais dos executivos, estabilidade na indústria e na empresa, credenciais educacionais e afiliações para desenvolver previsões de ações estratégicas, para alcançar os objetivos propostos.

Dentre as motivações implícitas para a divulgação de informações voluntárias, a remuneração baseada em ações motiva os administradores a aumentarem a divulgação pública de suas informações privadas. Assim, a remuneração baseada em ações ajuda a alinhar os interesses dos funcionários e acionistas – minimizando o problema de agência (Nagar, 1999).

Pode haver outros incentivos que afetam as decisões dos gestores em realizar divulgação de informações voluntárias, como a disposição de divulgar boas notícias se elas revelarem eficácia gerencial, aumentando assim o valor dos gestores no mercado de trabalho (Barth, 2003).

As associações plausíveis entre as características demográficas dos gerentes e seus estilos de divulgação, também estão relacionadas à teoria dos escalões superiores, de Hambrick (2007). Esta teoria sugere que as características demográficas observáveis das experiências dos gerentes refletem as experiências formativas essenciais que estão associadas aos estilos e valores cognitivos únicos dos gerentes, e, por sua vez, afetam suas escolhas.

2.3 Preocupação com a carreira do CEO

Fama (1980) discutiu as preocupações com a carreira argumentando que os contratos de incentivo não são necessários porque os gerentes são disciplinados por meio do mercado de trabalho gerencial. Assim, o mercado de trabalho pode funcionar como um incentivador para o gestor agir de forma correta dentro da empresa.

Incentivos implícitos devem ser mais fortes para os trabalhadores longe da aposentadoria porque as preocupações com a carreira são mais fortes (Gibbons & Murphy, 1992). Isso porque, quando as pessoas estão perto da aposentadoria, podem não se preocupar muito com o desempenho de longo prazo da organização. Em vez disso, eles podem estar mais preocupados com o curto prazo, dando origem ao problema do horizonte (Davidson et al., 2007). Embora alguns estudos encontraram suporte para o argumento teórico do desejo dos CEOs de preservar seu legado de sucesso e proteger suas perspectivas de emprego (Cho & Kim, 2017; Kang, 2015).

Fama (1980) argumenta que o mercado de trabalho externo avaliará as habilidades dos gerentes, e as consequências serão observadas no pagamento no cargo existente ou o pagamento em cargos subsequentes.

Nos primeiros anos da vida profissional dos executivos, as preocupações com a carreira dentro de suas empresas e no mercado de trabalho externo podem orientar o seu comportamento e motivar os administradores a atenderem aos interesses dos acionistas. Conforme um executivo se aproxima da aposentadoria, as preocupações com a carreira podem se tornar menos importantes (Davidson et al., 2007).

Os CEOs podem tentar promover a sua capacidade gerencial por meio da responsabilidade social da empresa. Neste contexto surge a hipótese de sinalização de talento gerencial, onde os CEOs fornecerão os sinais mais positivos para o mercado de trabalho gerencial (Fama,



1980). Dessa forma, a reputação do CEO no mercado de trabalho pode estar relacionada à credibilidade/desempenho da empresa, e a divulgação voluntária é uma forma de sinalização para o mercado.

Nagar (1999) realizou um estudo com o objetivo de evidenciar que as preocupações dos gerentes com a avaliação de desempenho podem afetar suas decisões discricionárias de divulgação. O principal resultado deste estudo é que, mesmo com expectativas racionais, a incerteza sobre sua avaliação de desempenho pode impedir o gerente de divulgar. Uma vez que, embora o gestor tenha informações privadas sobre a empresa, ele não está totalmente informado sobre as crenças dos investidores e seus mecanismos de avaliação.

A assimetria informacional decorrente do conflito de interesse entre os agentes pode motivar os CEOs ao gerenciamento de resultados, com a finalidade de atingir objetivos próprios. No entanto, aqueles que planejam continuar como CEOs terão menos probabilidade de gerenciar resultados (Davidson et al., 2007) uma vez que ações de um indivíduo são influenciadas por questões de carreira (Gibbons & Murphy, 1992).

Os estudos de Consoni et al. (2017), mostram como resultado principal que a divulgação voluntária e o gerenciamento de resultados não são simultaneamente determinados ou associados. Neste sentido, dois fatores provavelmente tornam a divulgação voluntária confiável, mesmo quando há conflitos de agência – sendo eles: reputação da administração e custos de litígio (Healy et al., 1999).

As preocupações com a carreira surgem com frequência: ocorrem sempre que o mercado de trabalho (interno ou externo) usa a produção atual de um trabalhador para atualizar sua crença sobre a capacidade do trabalhador e, a seguir, baseia os salários futuros nessas crenças atualizadas. Gibbons e Murphy (1992). Nagar (1999) acrescentam que as preocupações dos gerentes com a avaliação de desempenho podem afetar suas decisões discricionárias de divulgação.

3. Materiais e Métodos

3.1 Tipo de pesquisa

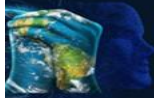
Trata-se de uma revisão sistemática da literatura para estudar a possível relação entre a preocupação com a carreira do principal executivo de uma empresa e a realização de divulgação de informações voluntárias. Este estudo está em consonância com a recomendação *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA).

3.2 Fontes de informação e estratégias de busca

Inicialmente, procede-se à definição do tema e à escolha das questões que orientaram a condução da revisão sistemática. O tema delimitado para o presente estudo foi a possível relação entre a preocupação com a carreira do principal executivo de uma empresa e a realização de divulgação de informações voluntárias.

Assim, a partir da identificação do problema, utilizou-se a estratégia PICO para auxiliar na elaboração da pergunta norteadora da pesquisa, sendo este um acrônimo das palavras em inglês: **P**atient (paciente), **I**ntervention (intervenção), **C**omparison/Context (comparação ou contexto), e **O**utcomes (desfecho). Aplicando essa abordagem, chegou-se aos seguintes elementos: **P**: principal executivo de uma empresa; **I**: preocupação com a carreira; **C**: empresas; **O**: divulgação de informações voluntárias.

Para realização da revisão sistemática, foram definidas quatro bases de dados: Portal Periódico da CAPES, a EBSCOhost, a Science Direct e a Spell. Como critério de inclusão, foi



delineados os artigos científicos revisados por pares, publicados nos últimos cinco anos no cenário brasileiro, publicados em português, inglês e espanhol. Foram excluídos os artigos que não tratassem da temática abordada e os que se caracterizavam como revisão.

No que tange a estratégia de busca, foram utilizadas as palavras chaves que “preocupação com a carreira”, “*CEO career concerns*”, “teoria da sinalização” e “divulgações voluntárias”. Estes termos foram utilizados nos três idiomas supracitados.

3.3 Coleta de dados

A seleção dos estudos foi conduzida com base na questão norteadora e nos critérios de inclusão previamente estabelecidos, sendo aplicado o filtro temporal dos últimos cinco anos, compreendendo o período de 2020 a 2025. Utilizando o gerenciador de referências Medley, foram identificadas e excluídas 127 duplicatas. Em seguida, procedeu-se à leitura dos títulos e resumos, o que resultou na exclusão de 257 publicações. Após essa triagem, 120 artigos foram submetidos à leitura na íntegra, culminando em uma amostra final composta por 05 estudos.

Quadro 1

Processo de seleção. Salvador, Bahia, 2025

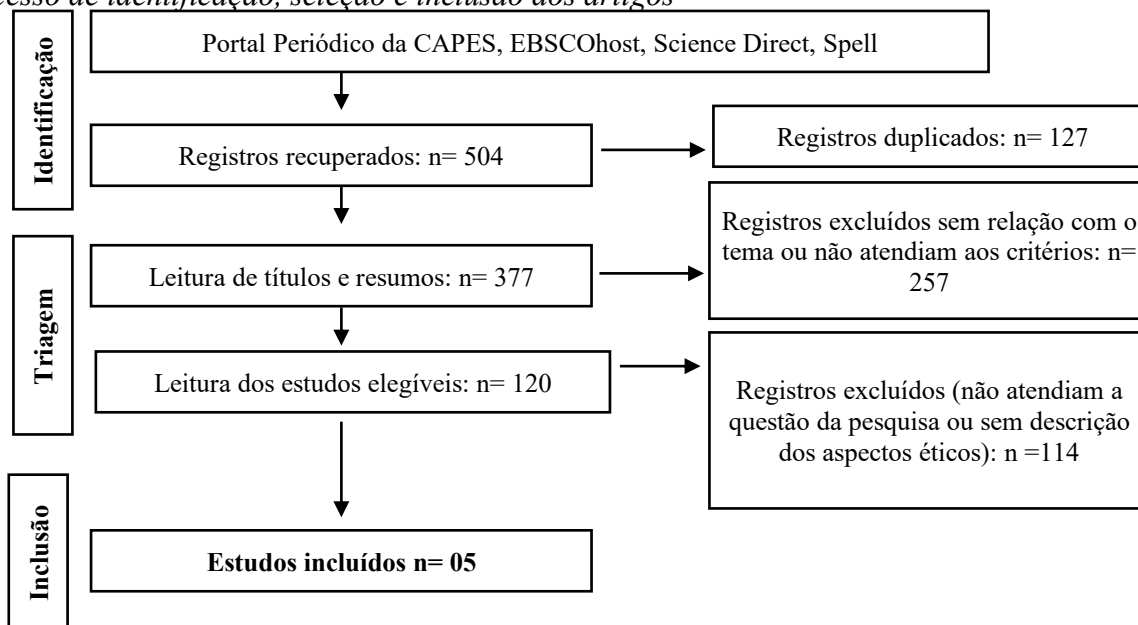
FONTES DE INFORMAÇÃO	DE	ARTIGOS ENCONTRADOS	ARTIGOS SELECIONADOS
Portal Periódico da CAPES		257	03
EBSCOhost		108	01
Science Direct		100	01
Spell		39	00
TOTAL		504	05

Fonte: Dados da pesquisa.

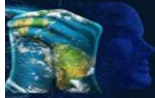
O processo de seleção está detalhado na Figura 1. Todos os 05 artigos incluídos na etapa de leitura completa atenderam aos critérios de elegibilidade definidos na metodologia deste trabalho.

Figura 1

Processo de identificação, seleção e inclusão dos artigos



Fonte: Dados da pesquisa.



3.4 Análise dos dados

Com o intuito de entender a evolução do estudo sobre a preocupação com a carreira do CEO e os efeitos disto nas suas decisões, os resultados obtidos foram analisados de acordo com a Análise de Conteúdo proposta por Laurence Bardin, que é uma metodologia que permite realizar uma compreensão mais estruturada e analítica das informações adquiridas.

Segundo o processo de Análise de Conteúdo, este deve ocorrer em três etapas, que são: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados. A pré-análise é a fase preparatória, na qual a pesquisadora escolhe o material a ser analisado, define os critérios de categorização e estabelece um plano de análise. A segunda etapa concerne na exploração do material, sendo os dados organizados e codificados conforme as categorias previamente definidas. Na última etapa, o tratamento dos resultados e a interpretação são realizados para transformar os dados analisados em informações significativas (Bardin, 2021).

4. Resultados

Esta revisão sistemática da literatura permitiu identificar possível relação entre a preocupação com a carreira do principal executivo de uma empresa e a realização de divulgação de informações voluntárias.

No que tange as literaturas encontradas, emergiu uma categoria: Inovações gerenciais. A síntese dos artigos utilizados e os principais resultados encontrados estão dispostos no quadro abaixo.

Quadro 2

Artigos selecionados. Salvador, Bahia, 2025

Nº	Título	Primeiro Autor	Periódico/Ano	Objetivo	Principais resultados
1	Trabalho gerencial: contradições e expectativas no discurso de gerentes	Melo, M. C. O. L.	Revista Pensamento Contemporâneo em Administração/2022	Contribuir com o debate sobre trabalho gerencial ao reunir constructos relativos às contradições vivenciadas e expectativas, na perspectiva de gerentes de organizações, em Belo Horizonte/MG	As expectativas estão relacionadas às estratégias para a carreira gerencial e desejo de permanecer atuando como gerente, apesar dos desafios e adversidades da função
2	Identidade Profissional e Tendências da Função Gerencial pela Perspectiva de Gerentes Intermediários	Melo, M. C. O. L.	Revista Ciências Administrativas/2024	Analisar a construção da identidade profissional e suas tendências à inovação gerencial a partir do sentimento percebido de gerentes de nível médio	A identidade dos gerentes é construída e reconstruída por meio de um processo constante, sem evidências de regras definidas. A inovação gerencial está relacionada à mudança na maneira como os gerentes fazem o que fazem ou à mudança de suas práticas tradicionais de gestão. O sentimento percebido pelos entrevistados expressa que a função gerencial está passando por mudanças significativas e, essas mudanças, indicam que a forma tradicional de

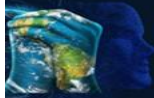


					gestão, praticada até então e retratada em teorias, cede lugar a uma forma de gestão consultiva, situacional ou comportamental.
3	Identidade, inovação gerencial e sentimento profissional: conversando com gerentes	Melo, M. C. O. L.	XLVI Encontro da ANPAD - EnANPAD /2022	Pesquisar a construção da identidade profissional de gerentes e suas perspectivas face a inovação gerencial	Refere-se às inovações gerenciais que tendem a reduzir numericamente, ser extinta ou ocorrer mudanças significativas indicando que a forma de gerenciamento tradicional retratada nas teorias, ceda espaço para uma forma de gerência consultiva, situacional ou comportamental
4	A importância em desenvolver gestores para melhor performance organizacional em empresas hoteleiras	Almeida, A. J. M.	LIBERTAS: Revista de Ciências Sociais Aplicadas/2022	Explicar a importância do desenvolvimento dos gestores para uma melhor performance organizacional em empresas do ramo de hotelaria em Belo Horizonte e Região Metropolitana	Mostrou-se relevante para reforçar a importância em preparar gestores para que saibam lidar com as contingências internas e externas da organização
5	Percepção de gestores e soft skills: relevância, competências valorizadas, lacunas e sugestões	Santana, L.	Bioethics Archives, Management and Health/ 2021	Analisar, a partir da percepção de gestores de Cajazeiras-PB, a relevância das Soft Skills, bem como as mais requeridas para atender ao perfil esperado pela gestão, as lacunas e as sugestões	O mercado profissional espera de um gestor a capacidade de conhecimento pessoal e a habilidade da inteligência emocional

Fonte: Dados da pesquisa.

A análise dos estudos incluídos nesta revisão sistemática evidencia uma relação relevante entre a preocupação com a carreira dos gestores e a forma como estes se posicionam diante das práticas organizacionais, incluindo a divulgação de informações voluntárias. Observa-se que o trabalho gerencial é permeado por contradições e expectativas, como destacado por Melo (2022), que apontou o desejo de permanência na carreira gerencial, mesmo frente aos desafios. Esse desejo pode ser interpretado como uma motivação intrínseca que impulsiona os gestores a adotar estratégias que reforcem sua imagem e desempenho, como a transparência organizacional.

Essa perspectiva se fortalece quando se considera o processo de construção da identidade profissional dos gerentes, discutido por Melo (2024), que revelou a fluidez da identidade e a transição de uma gestão tradicional para abordagens mais situacionais e consultivas. Tal transformação sugere que, à medida que os executivos buscam adaptar-se às novas demandas do mercado e às expectativas da sociedade, a divulgação de informações voluntárias torna-se uma ferramenta estratégica de visibilidade e diferenciação. Essa prática pode, portanto, estar diretamente relacionada ao desejo de consolidação de uma reputação sólida, o que, por sua vez, favorece a trajetória de carreira dos executivos.



A tendência de inovação gerencial identificada em outro estudo de Melo (2022) também aponta para um movimento de ruptura com modelos tradicionais de liderança. A adesão a uma gestão mais comportamental e contextual reforça a necessidade de os líderes comunicarem suas práticas de forma proativa, evidenciando seu alinhamento com valores contemporâneos de governança, como responsabilidade socioambiental e ética. Neste sentido, a divulgação voluntária surge como um reflexo da preocupação com a própria carreira, pois permite sinalizar aos *stakeholders* a competência, modernidade e comprometimento do gestor com a sustentabilidade organizacional.

Nesse ínterim, o estudo de Almeida (2022) contribui ao destacar a importância da formação contínua dos gestores para o alcance de uma performance organizacional superior. A preparação adequada favorece não apenas a eficácia na condução da organização, mas também o desenvolvimento de competências relacionadas à comunicação estratégica e gestão da imagem profissional. Gestores mais bem preparados tendem a compreender o valor da divulgação voluntária de informações como instrumento de legitimação e valorização de sua atuação, o que reforça a hipótese de que a preocupação com a carreira estimula essa prática.

Por fim, a pesquisa de Santana (2021) ressalta o papel das *soft skills* na atuação dos gestores, evidenciando a valorização da inteligência emocional e do autoconhecimento. Tais competências, ao serem reconhecidas como diferenciais competitivos no mercado, aproximam-se da ideia de que o executivo moderno está atento à construção de sua marca pessoal. A divulgação voluntária de informações, nesse contexto, pode ser uma manifestação concreta dessa preocupação, uma vez que permite demonstrar proatividade, responsabilidade e alinhamento com as expectativas sociais e organizacionais.

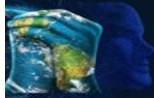
Em conjunto, os estudos analisados indicam que há indícios de uma conexão entre a preocupação com a carreira dos principais executivos e a adoção de estratégias de comunicação voluntária. Essa relação parece mediada por fatores como a identidade profissional, a inovação gerencial, o desenvolvimento de competências e a valorização das habilidades interpessoais. Dessa forma, a divulgação de informações voluntárias pode ser compreendida não apenas como uma ferramenta de transparência organizacional, mas também como uma tática pessoal de ascensão e preservação da carreira dos gestores.

5. Conclusão

Os resultados desta revisão sistemática permitiram identificar uma possível associação entre a preocupação com a carreira dos principais executivos e a prática da divulgação voluntária de informações nas organizações. Os estudos analisados revelam que a atuação gerencial contemporânea é marcada por transformações significativas na identidade profissional, exigências por inovação comportamental e necessidade de adaptação às novas expectativas do mercado. Nesse contexto, a divulgação voluntária emerge como uma estratégia não apenas institucional, mas também individual, voltada à construção e valorização da imagem profissional dos gestores.

Observou-se que os executivos que demonstram interesse na permanência e ascensão na carreira tendem a adotar comportamentos proativos, como a transparência e o compartilhamento estratégico de informações, como forma de legitimar sua liderança e reforçar sua reputação diante dos *stakeholders*. Além disso, competências como inteligência emocional, autoconhecimento e capacidade de adaptação foram reconhecidas como habilidades essenciais para uma gestão eficaz e moderna, fortalecendo o argumento de que a comunicação voluntária pode funcionar como um diferencial competitivo associado à trajetória profissional do gestor.

Portanto, conclui-se que a preocupação com a carreira influencia, ainda que de forma indireta, a disposição dos executivos em adotar práticas de divulgação voluntária. Essa relação



deve ser mais bem explorada por estudos empíricos que possam mensurar o impacto dessas práticas na construção da imagem profissional e na performance organizacional. Ademais, destaca-se a relevância de políticas organizacionais que estimulem o desenvolvimento contínuo dos gestores, capacitando-os a alinhar seus interesses pessoais às demandas estratégicas da organização por meio de uma comunicação transparente, ética e responsável.

Referências

- Ahmed, K., & Courtis, J. K. (1999). Associations between corporate characteristics and disclosure levels in annual reports: a meta-analysis. *The British Accounting Review*, 31(1), 35-61.
- Ajinkya, B. B., & Gift, M. J. (1984). Corporate managers' earnings forecasts and symmetrical adjustments of market expectations. *Journal of Accounting Research*, 22(2), 425-444.
- Almeida, J. M., Oliveira, K. M. S., Lopes, R. G. R., Braga, J. O., & Silva, L. C. D. (2022). A importância em desenvolver gestores para melhor performance organizacional em empresas hoteleiras. *Libertas: Revista de Ciências Sociais Aplicadas*, 12(2). <https://www.periodicos.famig.edu.br/index.php/libertas/article/view/277>
- Alqatamin, R. M., Aribi, Z. A., & Arun, T. (2017). The effect of the CEO's characteristics on EM: evidence from Jordan. *International Journal of Accounting & Information Management*, 25(3), 356-375. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-05-2016-0056>
- Baginski, S. P., & Hassell, J. M. (1997). Determinants of management forecast precision. *The Accounting Review*, 72(2), 303-312.
- Bamber, L. S., Jiang, J., & Wang, I. Y. (2010). What's my style? The influence of top managers on voluntary corporate financial disclosure. *The Accounting Review*, 85(4), 1131-1162.
- Barth, M. E. (2003). Discussion of "Compensation policy and discretionary disclosure". *Journal of Accounting and Economics*, 34(1-3), 311-318.
- Bertrand, M., & Schoar, A. (2003). Managing with style: the effect of managers on firm policies. *The Quarterly Journal of Economics*, 118(4), 1169-1208.
- Cho, S. Y., & Kim, S. K. (2017). Horizon problem and firm innovation: the influence of CEO career horizon, exploitation and exploration on breakthrough innovations. *Research Policy*, 46(10), 1801-1809.
- Consoni, S., & Colauto, R. D. (2016). Voluntary disclosure in the context of convergence with International Accounting Standards in Brazil. *Review of Business Management*, 18(62), 658-677.
- Consoni, S., Colauto, R. D., & Franco de Lima, G. A. S. (2017). A divulgação voluntária e o gerenciamento de resultados contábeis: evidências no mercado de capitais brasileiro. *Revista Contabilidade & Finanças*, 28(74), 249-263.
- Damak-Ayadi, S., & Klibi, E. (2015). Impact of executives' profile on the extent of voluntary financial disclosure: the case of Tunisian companies. *Accounting and Management Information Systems*, 14(4), 655-684.
- Davidson, W. N., Jiraporn, P., Kim, Y. S., & Nemeč, C. (2007). The influence of executive age, career horizon and incentives on pre-turnover earnings management. *Journal of*



- Management & Governance*, 11(1), 45-60.
- Fama, E. F. (1980). Agency problems and the theory of the firm. *Journal of Political Economy*, 88(2), 288-307.
- Ge, W., Matsumoto, D., & Zhang, J. L. (2011). Do CFOs have style? An empirical investigation of the effect of individual CFOs on accounting practices. *Contemporary Accounting Research*, 28(4), 1141-1179.
- Gibbons, R., & Murphy, K. J. (1992). Optimal incentive contracts in the presence of career concerns: theory and evidence. *Journal of Political Economy*, 100(3), 468-505.
- Graham, J. R., Harvey, C. R., & Rajgopal, S. (2005). The economic implications of corporate financial reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40(1-3), 3-73.
- Hambrick, D. C. (2007). Upper echelons theory: an update. *Academy of Management Review*, 32(2), 334-343.
- Healy, P. M., Hutton, A. P., & Palepu, K. G. (1999). Stock performance and intermediation changes surrounding sustained increases in disclosure. *Contemporary Accounting Research*, 16(3), 485-520.
- Kang, J. (2015). Labor market evaluation versus legacy conservation: what factors determine retiring CEOs' decisions about long-term investment? *Strategic Management Journal*, 37(2), 389-405.
- Luana de Santana, & Sousa, M. N. A. (2021). Percepção de gestores e soft skills: relevância, competências valorizadas, lacunas e sugestões. *Bioethics Archives, Management and Health*, 1(1). <https://doi.org/10.61223/biamah.v1i1.4>
- Melo, M. C. O. L., Faria, V. S. P., & Magri Lopes, A. L. (2022). Identidade, inovação gerencial e sentimento profissional: conversando com gerentes. *XLVI Encontro da ANPAD – EnANPAD 2022 Online*, 21-23 de setembro de 2022. <https://anpad.com.br/uploads/articles/120/approved/0f089a3bcf38d052f7882d12b3923a82.pdf>
- Melo, M. C. O. L., Magri Lopes, A. L., & Santos, V. P. F. (2022). Trabalho gerencial: contradições e expectativas no discurso de gerentes *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 16(4), 2022, 123-140. <https://doi.org/10.12712/rpca.v16i4.55798>
- Melo, M. C. O. L., Santos, V. P. F., & Magri Lopes, A. L. (2024). Identidade Profissional e Tendências da Função Gerencial pela Perspectiva de Gerentes Intermediários. *Revista ciências administrativas*, 30, 1. <https://doi.org/10.5020/2318-0722.2024.30.e14479>
- Moreira, N. B. (2013). Políticas de evidenciação da responsabilidade social corporativa: um estudo de seus determinantes na Região Metropolitana de Salvador (*Dissertação de Mestrado*). Universidade Federal da Bahia.
- Nagar, V. (1999). The role of the manager's human capital in discretionary disclosure. *Journal of Accounting Research*, 37, 167-181.
- Noe, C. F. (1999). Voluntary disclosures and insider transactions. *Journal of Accounting and Economics*, 27(3), 305-326.
- Park, S. Y., & Yoo, K. H. (2016). CEO career concerns and voluntary disclosure. *The Journal of Applied Business Research*, 32(5), 1603-1628.
- Samaha, K., Khlif, H., & Hussainey, K. (2015). The impact of board and audit committee



characteristics on voluntary disclosure: a meta-analysis. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 24, 13-28.

Verrecchia, R. E. (2001). Essays on disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 32(1-3), 97-180.