

# Opinião: CVM pretende controlar atuação dos influencers

13/11/2020

Se antes bastava um "esta é a minha opinião" ou "não estou recomendando" para escancarar o espaço virtual a todo tipo de aproveitadores, ao que parece, o aumento nas notícias de golpes fez com que a CVM demonstrasse sua preocupação com o tema, ensejando a publicação do Ofício-Circular nº 13/2020 que presta *"esclarecimentos sobre a atividade profissional de analista de valores mobiliários nos termos da Instrução CVM nº 598/18"* [1].



Busca-se por meio de tal "alerta" não só lembrar

quais são as atividades privativas de analista de valores mobiliários (conceito disposto no §1º do artigo 1º da ICVM 598 [2]), bem como estabelecer quando outras atividades podem vir a invadir tal competência.

Percebe-se tal aspecto na análise do item 3, em que se grifa o termo *"em caráter profissional"*, que pode ser aferido, principalmente, por meio de habitualidade, benefícios (remunerações ou vantagens), cobranças de mensalidades ou anuidades e, ainda, receitas indiretas (recebidas em função do acesso de terceiros).

Nos itens 4, 5 e 6 se informa que *"manifestações nas redes sociais ou por qualquer outro meio, ainda que contenham opinião sobre valores mobiliários, mas que não evidenciem o exercício desse ofício de forma profissional, não exigem prévio credenciamento na forma da ICVM 598"*, mas, em contraposição, se esclarece que os famosos *disclamers* serão analisados *cum granus salis*, dentro do contexto e comparativamente com a linguagem utilizada. Não mais adiantará avisar "isto não é uma recomendação" e, durante a fala, utilizar linguagem apelativa, influenciadora e, até mesmo, desonesta.

Se o item 7 estabelece que o uso das redes sociais — ainda que em caráter não profissional — para obter vantagens mediante criação de condições artificiais de demanda, oferta ou preço de valores mobiliários, manipulação de preços, realização de operações fraudulentas ou viabilização de práticas não equitativa pode configurar crime contra o mercado de capitais, nos

termos do artigo 27-C da Lei nº 6.385/76.

Importante, para essa linha de atuação, a iniciativa de que sejam esclarecidas as normas aplicáveis ao tema, delimitando-se os ambientes de atuação para cada agente, sem o estabelecimento de entraves desproporcionais para qualquer atividade. Cada um desses profissionais, consoante os objetivos e as características de sua atuação, deve atender às regras regulatórias estabelecidas pela CVM, sejam analistas de valores mobiliários, consultores, administradores de carteiras ou, simplesmente, *influencers*, nos termos do ato em discussão.

A atuação dos *influencers*, devidamente organizada, contribui para o fluxo de informações e para o acesso ao mercado de capitais. Entretanto, maus agentes, que, diga-se de passagem, correspondem à indiscutível minoria, têm a capacidade de trazer impactos extremamente desfavoráveis, funcionando em sentido contrário e criando obstáculos para o acesso ao mercado.

O item 8, por sua vez, alerta que o uso (das redes) para fins educacionais, embora não sujeito a controle da CVM, pode ser levado ao conhecimento do Ministério Público se houver indícios de publicidade enganosa (v.g. falsos êxitos em operações mobiliárias).

Destaca-se, dessa forma, o posicionamento educacional e informativo por parte da CVM, ofertando ferramentas para que o mercado de capitais possa se manter em evolução, com os investidores tendo acesso a mecanismos e informações completas, podendo se precaver contra maus agentes de mercado e, por consequência, enaltecendo-se o trabalho dos bons *influencers*, em prol da maior transparência e higidez do setor.

Louvável, então, a publicação do Ofício-Circular nº 13/2020, pois, como mostram as estatísticas, o número de novos investidores na bolsa de valores cresce exponencialmente, principalmente entre os mais jovens, e esse público que consome muita informação das redes sociais se revela como presa fácil para "comunicadores astutos" travestidos de "experts bem-sucedidos".

*P.S.: "Digital influencer é um perfil famoso em redes sociais, que estabeleceu credibilidade em um nicho de mercado específico e, por ter acesso a um grande público nessas plataformas, possui a capacidade de influenciar outros usuários, ditar tendências, comportamentos e opiniões, podendo monetizar essa influência em ganhos financeiros".*

[1] Importante registrar a iniciativa da CVM de informar e "educar" o mercado e seus investidores sobre o tema, mediante a edição de ofício-circular, que consistem, como dispõe a autarquia em "*orientações da CVM aos regulados (participantes do mercado) sobre determinados normativos a serem cumpridos pelos mesmos. Os ofícios circulares são emitidos pelas áreas técnicas da CVM*" (disponível em: <http://www.cvm.gov.br/>. Acesso em 12 de nov. de 2020). Sendo assim, não houve a criação de novas normas sobre o tema, mas sim o esclarecimento sobre como esses agentes devem atuar.



[2] *"Artigo 1º — Analista de valores mobiliários é a pessoa natural ou jurídica que, em caráter profissional, elabora relatórios de análise destinados à publicação, divulgação ou distribuição a terceiros, ainda que restrita a clientes. § 1º. Para os fins da presente instrução, a expressão "relatório de análise" significa quaisquer textos, relatórios de acompanhamento, estudos ou análises sobre valores mobiliários específicos ou sobre emissores de valores mobiliários determinados que possam auxiliar ou influenciar investidores no processo de tomada de decisão de investimento".*

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2020-nov-13/opiniao-cvm-pretende-controlar-atuacao-influencers/>