

Pesquisa apresentada no material destaca que cerca de 75% das pessoas iniciaram seus investimentos com base em informações de YouTube e influenciadores

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) publica hoje, 19/4/2022, o **estudo sobre influenciadores digitais e o mercado de capitais**, que busca investigar a possível regulamentação da relação comercial entre tais influenciadores e participantes do mercado de valores mobiliários regulados pela CVM.

A importância deste material se deve diante da crescente representação das redes sociais como fonte de informações sobre economia e investimentos, do número de investidores que começaram a investir de forma mais ativa em valores mobiliários e de influenciadores financeiros.

O trabalho também destaca as discussões que estão sendo realizadas com a ANBIMA e a BSM, a fim de alinhar as iniciativas que serão tomadas no âmbito da autorregulação.

"O tema é relevante e requer atenção no âmbito da regulação e da autorregulação, por conta do avanço e crescimento do número de influenciadores digitais no mercado. Parte importante desse grupo tem relação contratual com participantes regulados pela CVM e o investidor muitas vezes não sabe isso. Esse estudo, somada às discussões junto aos autorreguladores, é um esforço da CVM para ampliar a transparência ao público investidor e reduzir a assimetria informacional ao se consumir conteúdo produzido em parceria com participantes regulados." - Bruno Luna, Chefe da ASA/CVM

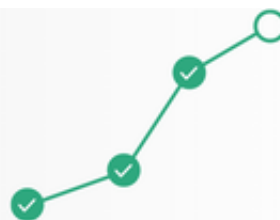
O estudo foi realizado pela Assessoria de Análise Econômica e Gestão de Riscos (ASA) da Autarquia, a partir da metodologia de Análise de Impacto Regulatório (AIR).

Influenciadores no mercado de capitais

[Pesquisa recente da B3](#) mostrou que **cerca de 75% das pessoas iniciaram seus investimentos com base em informações de canais do YouTube e influenciadores**. O número é significativo e mostra como opiniões expressas nas mídias sociais podem afetar as decisões individuais de negociação dos investidores.

"Reconhecemos a importância dos influenciadores digitais no trabalho de educação financeira. Eles têm papel fundamental e os números comprovam isso. Nosso foco é oferecer a transparência necessária para que o investidor possa tomar sua decisão da forma mais segura e consciente possível", explica Bruna Luna.

Evolução do número de investidores na B3



Onde você aprendeu a investir?



Fonte: A Descoberta da Bolsa pelo Investidor Brasileiro - B3

Foco na transparência

José Antônio de Souza, analista na ASA/CVM, explica que **o objetivo não é regular a atuação dos influenciadores, mas estender a eles as obrigações exigidas aos regulados da CVM.** "Todo participante autorizado pela Autarquia a atuar no mercado de capitais deve cumprir as normas do regulador. Isso é primordial para o bom funcionamento e a integridade do setor. A

mesma conduta também deve ocorrer para os contratados pelos regulados. Então, a proposta é demonstrar que a transparência com o investidor deve se estender aos influenciadores e às plataformas de investimento contratadas por regulados da CVM", explicou o analista.

Bruno Luna reforça que a **recomendação principal do estudo é o estabelecimento de regra para que o influenciador contratado por um regulado da CVM divulgue esse vínculo contratual quando oferecer conteúdo patrocinado a respeito de valores mobiliários.** *"É preciso ficar claro que o influenciador está sendo remunerado para dar aquela opinião. O foco não é entrar em questões operacionais, que poderão ser melhor descritas por meio da autorregulação. O objetivo é informar o público investidor de que aquela orientação, informação ou opinião está sendo emitida por conta de um contrato entre o influenciador e um regulado da CVM. Transparência ao investidor faz parte da boa conduta no mercado de capitais e deve ser zelada e praticada por todos que atuam nele", destacou o Chefe da ASA/CVM.*

Benefícios esperados com a recomendação regulamentária do estudo: maior hígidez do mercado de capitais, mitigação de potenciais conflito de interesses, maior segurança jurídica, prevenção de riscos financeiros e maior credibilidade aos participantes envolvidos.

Processo de normatização

O tema está pautado para consulta pública na [Agenda Regulatória de 2023 da CVM](#).

Para o estudo, foram mapeadas iniciativas dos reguladores de outras jurisdições relevantes, tais como: Estados Unidos, Reino Unido, Austrália, Holanda e Europa, além das recomendações da IOSCO (Organização Internacional de Valores Mobiliários). Em todos eles, o influenciador digital não passou a ser um participante e a IOSCO destaca que a responsabilidade deve estar sobre o regulado.

A recomendação da ASA na AIR está em linha com o que já é feito, em especial, nos Estados Unidos, em que esse tipo de ação já é muito disseminada, prezando pela transparência das informações.

No caso da CVM, o assunto ainda vai passar pelo processo normativo, com abertura de audiência pública e, posteriormente, edição de norma.

"O estudo é importante para ampliar o debate sobre o tema e abrir mais um canal de diálogo junto à CVM. Além disso, serve de alerta aos investidores e influenciadores a respeito da prática abordada no trabalho e a visão da área técnica da CVM." - Bruno Luna, Chefe da ASA/CVM

Atuação de influenciadores digitais vêm sendo acompanhada pela CVM em diferentes frentes

A CVM está atenta ao assunto e, em dezembro/22, incluiu em seu [Plano Bienal de Supervisão Baseada em Risco 2023-2024](#) uma **supervisão temática de influenciadores digitais**. O objetivo é possibilitar análise multifacetada e abrangente de riscos mapeados, que, nesse caso, é decorrente do crescente uso das redes sociais por investidores e do impacto em tomadas de decisão de investimentos.

Vera Lúcia Simões é Superintendente de Supervisão de Riscos Estratégicos (SSR) da CVM, área técnica que está à frente da Supervisão Temática de influenciadores digitais. Segundo ela, a SSR tem se aprofundado no assunto e dialogado, de maneira transversal, com as demais áreas da CVM envolvidas com o tema. *"É um trabalho de médio e longo prazo. Estamos com a oportunidade de avaliar a melhor forma de supervisionar esses mercados e nossa expectativa é entregar ao final do biênio relatório sobre essa esfera"*, ressalta Vera.

De acordo com dados divulgados pela [ANBIMA](#), o número de influenciadores que falam de investimentos nas redes sociais mais que dobrou em 2022, passando de 255 no primeiro semestre para 515 no segundo. Para acompanhar este avanço, as áreas técnicas da CVM têm trabalhado no mapeamento desses influenciadores, bem como nas variações atípicas em negociações feitas no mercado por algum desses perfis.

Guilherme Azevedo da Silva, Gerente de Supervisão de Riscos Estratégicos 1 (GSR-1/ SSR), informou que a área tem atuado neste âmbito juntamente com a Gerência de Acompanhamento de Mercado 1 (GMA-1), da Superintendência de Relações com o Mercado e Intermediários (SMI), e a BSM na análise de operações envolvendo influenciadores digitais em casos de oscilações atípicas de preços de ativos. *"A SMI recebe as informações, faz filtragem adicional e nos encaminha, para verificarmos se o influenciador fez alguma postagem sobre o ativo em redes sociais ou fóruns, se recomendou o ativo e qual foi o alcance da postagem, por exemplo"*, explica Guilherme.

Segundo o Gerente, esses são alguns dos parâmetros utilizados na análise da área, que, com base nos dados, elabora parecer a ser avaliado pelos membros de um comitê destinado a decidir sobre a necessidade de aprofundamento da investigação. Para auxiliar neste processo, a Gerência de Inteligência em Supervisão de Riscos Estratégicos (GRID/SSR) adaptou a [ferramenta Insiders, que originalmente tem o objetivo de auxiliar no processo de identificação, triagem e investigação de casos de insider trading](#). *"A proposta é utilizá-la para verificar se determinada negociação, realizada por um influenciador, foi atípica ou não, com base em seu histórico, sendo mais um norteador para a análise"*, destaca Guilherme.

"A SSR é uma superintendência transversal e por isso acabou assumindo a supervisão temática. Em conjunto com as demais áreas técnicas, tem trabalhado na identificação de outros influenciadores que não estejam mapeados pela B3, para melhorar cada vez mais os filtros e refinar as análises. A CVM está sendo precursora nesse trabalho de mapeamento." - Vera Lúcia Simões, Superintendente da SSR.

Saiba mais

Acesse o Estudo CVM [Influenciadores digitais e o mercado de capitais - Uma análise do custo-benefício da edição de regramento para a ampliar a transparência da relação comercial entre tais influenciadores e participantes do mercado de valores mobiliários](#).

Fonte: CVM, em 19.04.2023