

Por Jorge Wahl

O CODIM (Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado) divulgou na semana passada o **Pronunciamento de Orientação sobre Segmentação da Comunicação com o Público do Mercado de Capitais**. O documento é o 21º de uma série e, entre as principais recomendações feitas às empresas, está o de adequar a comunicação aos seus diversos públicos estratégicos, como os investidores institucionais.

Diz o pronunciamento que tal segmentação da comunicação com o público do mercado de capitais refere-se à prática de utilizar abordagens e formas distintas de comunicação, sem alterar o conteúdo da informação divulgada, seja ela obrigatória ou não. Isso, para atingir diferentes públicos estratégicos da companhia, respeitando sempre a equidade, consistência, simultaneidade e os canais de comunicação oficiais da companhia.

A companhia deve considerar que existem diversos públicos interessados nas informações, com níveis de conhecimento diferenciado, requerendo, dessa forma, uma comunicação segmentada para melhor atender as pertinentes expectativas em relação às informações divulgadas. E, ao segmentar, a empresa também deve avaliar a possível existência de investidores qualificados ou não em sua base acionária, conforme definição na regulamentação específica emitida pela CVM. Pode ser necessário considerar, também, a segmentação dentro do próprio grupo de investidores, em função de níveis diferenciados existentes.

Fonte: [Diário dos Fundos de Pensão](#), em 23.01.2017.