

À

**Superintendência de Desenvolvimento de Mercado**

**COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS - CVM**

Endereço eletrônico: [conpublicasdm0423@cvm.gov.br](mailto:conpublicasdm0423@cvm.gov.br)

**Referente: contribuição ao edital de Consulta Pública SDM nº 04/23.**

Ilmos. Senhores,

O **CONAR – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária**, entidade privada, sem fins lucrativos, fundada e integrada pelas associações representativas do mercado das comunicações: ABA - Associação Brasileira de Anunciantes, ABAP - Associação Brasileira de Agências de Publicidade, ABERT - Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV, ANER - Associação Nacional de Editoras de Revistas, ANJ - Associação Nacional de Jornais, Central de Outdoor e IAB - Interactive Advertising Bureau Brasil, contando também com a adesão de outras entidades representativas de setores da publicidade, bem como de empresas Anunciantes, Agências de Publicidade, Meios de Comunicação e demais empresas do ecossistema das comunicações comerciais, e que tem por escopo a defesa da publicidade ética e responsável, vem, respeitosamente, apresentar a sua breve contribuição à consulta pública em epígrafe.

O CONAR saúda a iniciativa dessa ilustre Comissão de Valores Mobiliários (CVM), de acompanhamento das atividades de influenciadores relacionada à divulgação de produtos e serviços financeiros, tendo verificado a convergência com o escopo desta entidade de autorregulação da publicidade, no que tange aos tópicos inseridos no texto sob consulta relacionados à publicidade responsável, com informação verdadeira e completa, apoiando a decisão informada do consumidor.

Neste sentido, gostaríamos de ressaltar o trabalho que vem sendo realizado no âmbito do CONAR, a partir do reconhecimento do elevado impacto da publicidade por influenciadores nas decisões tomadas por consumidores e nas estratégias e marketing dos anunciantes. Após uma série de casos analisados no Conselho de Ética do CONAR, foi elaborado e lançado, em dezembro de 2020, o [Guia de Publicidade por Influenciadores Digitais](#), que também teve como base o estudo do quadro regulatório internacional na matéria<sup>1</sup>. O referido texto esclarece os princípios mais relevantes para a publicidade por influenciadores, em destaque a transparência acerca da natureza comercial e a veracidade sobre os atributos e características da oferta divulgada.

A implementação das regras de autorregulação, o exame dos problemas emergentes e da regulamentação interacional comparada são permanentes, realizados no âmbito do CONAR por seu [Conselho de Ética](#), a partir de queixas de consumidores, bem como pelo [Grupo de Trabalhos Digital](#), que se dedica às novas estratégias de implementação e atualização constante.

É possível detectar, como componente essencial das abordagens regulatórias atuais, a cooperação e união de esforços com entidades setoriais e de autorregulamentação. Neste sentido, a Comissão Europeia lançou, no ano passado, o seu Centro Jurídico para Influenciadores ([Influencer Legal Hub](#)), reconhecendo a relevância do trabalho conjunto das autoridades regulatórias com as entidades de autorregulação<sup>2</sup>. Tais cooperações foram celebradas em diversos países<sup>3</sup> e vem

---

<sup>1</sup> Base de dados de quadros de autorregulação da publicidade por Influenciadores em: <https://icas.global/advertising-self-regulation/influencer-guidelines/>, disponibilizada pelo ICAS – International Council for Ad Self-Regulation (instância a qual o CONAR é integrante e membro fundador). Vide também o documento da EASA – European Advertising Standards Alliance: [Best Practice Recommendation on Influencer Marketing Guidance](#). (última atualização em 2023). Acessos em fevereiro.2024.

<sup>2</sup> Vide os documentos: “Resumo jurídico n.º 4: Como a legislação europeia do consumidor interage com a legislação relativa aos meios de comunicação social e a autorregulação” (outubro.2023), disponíveis em <https://youtu.be/Bn9kPI6eMpY> e [https://commission.europa.eu/document/download/e074f64c-0a8f-4300-8779-0eed3739399c\\_en?filename=Legal%20brief%204.pdf](https://commission.europa.eu/document/download/e074f64c-0a8f-4300-8779-0eed3739399c_en?filename=Legal%20brief%204.pdf) (acesso em fevereiro 2024).


<sup>3</sup> Vide as iniciativas conjuntas:

- na Espanha, entre a entidade de autorregulação da Publicidade – [Autocontrol](#): Circular 2/2020, da Comissão Nacional do Mercado de Valores Mobiliários, sobre publicidade de produtos e serviços de investimento, e Protocolo Geral de Colaboração para o Combate à Fraude Financeira, assinado no âmbito do Plano de Ação contra a Fraude Financeira (PAFF) entre o Ministério da Economia e da Transformação Digital (Tesouro, DGS, SEDI) , a Comissão Nacional do Mercado de Valores, o Banco de Espanha , o Secretário de Estado da Segurança , Procuradoria-Geral do Estado, e entidades incluindo a AUTOCONTROL (abril de 2022), disponíveis em: <https://www.autocontrol.es/autocontrol/colaboracion-con-la-administracion/>
- Na França: entre a Autoridade dos Mercados Financeiros (Autorité des Marchés Financiers - AMF) e a Autoridade de Regulação da Publicidade Profissional (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité - ARPP), disponível em <https://www.arpp.org/actualite/amf-arpp-lancent-certificat-influence-responsable-finance/>; e

contribuindo com os objetivos de melhoria e conformidade da publicidade por Influenciadores.

Gostaríamos, assim, de colocar este Conselho Nacional de Autorregulamentação da Publicidade - CONAR à disposição dessa d. Autarquia no sentido da citada cooperação, que pode incluir a partilha da *expertise* e demais ações que considerarem cabíveis, e pode contribuir também com os importantes trabalhos que vem sendo realizados pela autorregulamentação do setor pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais - ANBIMA.

Sendo o que no momento cumpria, e nos mantendo à disposição de Vossas Senhorias, reiteramos nossos protestos de elevado respeito e consideração.



**SERGIO POMPILIO**  
Presidente do CONAR