

São Paulo/SP, 01 de março de 2024.

À

**COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS**

Rua Sete de Setembro, 111

Centro, Rio de Janeiro/RJ

CEP 20.050-901

Att.: Ilustríssimo Senhor Superintendente de Desenvolvimento de Mercado  
conpublicasdm0423@cvm.gov.br

**Ref.: Edital de Consulta Pública SDM N° 04/23**

**Ilustríssimo Senhor Superintendente,**

A Magalhães & Zettel Sociedade de Advogados (“MZADV”), com base no Edital de Consulta Pública SDM n° 04/2023 (“Edital de Audiência Pública”), e de acordo com as orientações ali incorporadas, vem, respeitosamente, apresentar à esta D. Comissão de Valores Mobiliários (“CVM”) nossas sugestões relacionadas às opções regulatórias sobre as repercussões da atuação dos influenciadores digitais no mercado de capitais e eventuais aprimoramentos normativos (“Minuta”).

Inicialmente, é necessário saudar esta D. CVM pela iniciativa de fomentar e promover um sólido e construtivo ambiente de discussões e aprimoramentos com o mercado. Esta Minuta visa oferecer, à luz da “Análise de Impacto Regulatório: Influenciadores Digitais e o Mercado de Capitais Brasileiro” produzida pela Assessoria de Análise Econômica e Gestão de Riscos (ASA) desta CVM, sugestões sobre alguns dos questionamentos de relevância sistêmica apresentados no Edital de Audiência Pública, que abordam as repercussões da ascensão dos influenciadores digitais como agentes de informação e persuasão na sociedade em geral e no mercado de capitais.

Para uma melhor visualização dos comentários e sugestões, a presente Minuta está seccionada conforme as respostas aos questionamentos realizados no Edital de Audiência Pública.

**1. “(a) quais elementos, sobretudo entre aqueles abaixo indicados, mas não se limitando a eles, deveriam ser obrigatoriamente observados pelos contratantes e previstos como normas de conduta na regulamentação a ser editada pela CVM?”**

Dentre os pontos levantados pela CVM como elementos a serem observados pelos contratantes e previstos em normas, a identificação e verificação do indivíduo e/ou da instituição que realizaram a divulgação do conteúdo é um dos pontos mais sensíveis da possível regulamentação. A fidúcia aplicada aos agentes de mercado é ponto fulcral, seja para pessoas físicas ou jurídicas. A identificação, sem a utilização de subterfúgios como apelidos, nomes numéricos ou termos de uso amplo ou jocoso, pode instigar os contratantes à prática de atos em pleno conflito de interesse do influenciador digital.

Mesmo a utilização de nome ou denominação social em atividades recentes em redes sociais foi utilizada por indivíduos para a prática de manipulação do mercado de ações, levando centenas de investidores

a realizarem a aquisição de ações de uma companhia aberta em litígio societário. O influenciador atingiu um patamar de valor das ações que lhe garantiu um retorno vultoso ao realizar a venda delas, ou seja, praticou de fato a manipulação do mercado.

Apesar de o mercado de balcão organizado ser altamente regulado tanto pela CVM quanto por agentes autorreguladores, sendo possível identificar o indivíduo que realizou a prática delituosa, o dano já está causado, bem como o prejuízo a centenas de investidores. Isso não se limita a prejuízos financeiros, que podem ser superados face à oscilação normal de ações negociadas em balcão organizado, mas também a um prejuízo de credibilidade sistêmica.

Portanto, a identificação dos influenciadores digitais torna-se fundamental. Sugere-se, para tanto, a criação de um sistema de credenciamento de influenciadores, os quais deverão incluir:

- (i) Identificação completa do influenciador, incluindo pseudônimos e páginas comerciais;
- (ii) Divulgação de potenciais conflitos de interesses;
- (iii) Inclusão de dados e estatísticas; e
- (iv) A área de atuação e a forma de divulgação dos materiais publicados.

Visa-se com essas medidas a criação de um selo de autorregulação ou regulação visando incluir uma gama de influenciadores em uma camada de fiscalização, trazendo maior segurança aos investidores, sem tolher a dinâmica do mercado e das redes sociais. Os participantes desse sistema devem realizar suas atividades com o mínimo de fidúcia para com os investidores.

Essa plataforma não visaria uma fiscalização ativa da CVM e/ou de entidade de autorregulação, mas possibilitaria a identificação do influenciador no caso de uma infração, sendo a realização de uma regulação passiva.

Em resumo, a regulamentação dos influenciadores digitais no mercado financeiro se mostra essencial para proteger a integridade e a transparência das operações. A criação de um sistema de credenciamento, com a devida identificação e divulgação de informações relevantes, é um passo crucial nesse sentido. A implementação dessas medidas não apenas protege os investidores de práticas fraudulentas, mas também fortalece a confiança no mercado como um todo. É fundamental que os influenciadores atuem com responsabilidade e transparência, colaborando para um ambiente financeiro mais seguro e ético.

\*\*\*\*\*    \*\*\*\*\*    \*\*\*\*\*    \*\*\*\*\*    \*\*\*\*\*

Sendo o que havia para o momento, reiteram-se os votos de elevada estima e consideração e coloca-se à disposição para prestar quaisquer esclarecimentos adicionais que eventualmente se façam necessários.

Atenciosamente,

**THOMAS GIBELLO GATTI MAGALHÃES**

████████████████████

**ANDRÉ DÁGOLA BROSTOLINE**

████████████████████