

Tá na rede: manual ANBIMA de melhores práticas para finfluencers



Olá!

Se ajudar as pessoas a cuidar do próprio dinheiro e a se planejar financeiramente para realizar sonhos faz parte do seu trabalho, você está no lugar certo!

Seja bem-vindo(a), finfluencer! É assim que chamamos quem se dedica a divulgar conteúdos sobre finanças e investimentos nas redes sociais.

Aqui juntamos informações relevantes para publicações de temas que são úteis para o seu trabalho. Ah, por ser um assunto dinâmico, esse conteúdo pode (e deve) ser atualizado sempre.

Antes de mais nada, vamos nos apresentar: nós somos a ANBIMA, uma associação que representa os mercados financeiro e de capitais. Nossa missão é apoiar o desenvolvimento desses setores e isso passa pela educação dos investidores. E você tem um papel fundamental nessa jornada!

Afinal, você contribui para a democratização das informações sobre finanças falando sobre o que interessa a todos os perfis de investidores, desde os iniciantes até os experts, além de atuar como ponte entre instituições financeiras e investidores, fazendo publicidade e até analisando e recomendando produtos de investimento.

Mais do que ninguém você sabe que seus seguidores estão em busca de informação de qualidade para tomarem boas decisões financeiras. Quanto mais bem informados, mais tendem a poupar e a escolher as melhores opções. Isso é bom para todos os envolvidos e para a nossa economia.

Sabendo do papel fundamental que você tem no mercado, em 2020 começamos a acompanhar, 24 por 7, tudo que é publicado sobre finanças e investimentos nas redes sociais. Para isso, dispomos de robôs e inteligência artificial para aprimorar constantemente esse monitoramento.



O compilado com os achados desse mapeamento deu origem ao **Finfluence – Quem fala de investimentos nas redes sociais**, nosso relatório semestral sobre as atividades dos influenciadores de finanças. Hoje ele já serve como referência e fonte de consulta para os departamentos de marketing das empresas avaliarem e decidirem a alocação de recursos em mídia e parcerias.

Em 2021, firmamos um convênio com a CVM (Comissão de Valores Mobiliários) para compartilhar o nosso monitoramento de influenciadores. A partir daí, iniciamos um movimento de aproximação com os finfluencers. Já promovemos uma dezena de reuniões, que proporcionou uma rica troca de experiências e nos possibilitou ouvir as dores de profissionais que, como você, atuam nas redes sociais.

Um primeiro movimento foi a criação das regras para contratação de finfluencers. Centenas de empresas ligadas à ANBIMA precisam respeitá-las. Isso tende a levar a uma melhora do conteúdo ofertado pelos finfluencers a seus seguidores, uma vez que as empresas só podem fazer parcerias e contratar campanhas que seguem as melhores práticas de publicidade.

Um segundo movimento é a criação deste documento, que é complementar às nossas regras e atende à demanda dos próprios finfluencers por mais clareza sobre as normas do nosso setor. Mas os influenciadores não são os únicos: nossos associados também sentiram a necessidade de um conteúdo como este, que possibilita que finfluencers tenham acesso às regras de publicidade de forma mais didática, facilitando, assim, o trabalho das áreas de marketing de escolher, avaliar e monitorar o trabalho daqueles que vierem a contratar.

Influenciar as pessoas pelas redes sociais é uma tarefa que vem acompanhada de responsabilidades — ainda mais quando o assunto é dinheiro. Esperamos que este material ajude você nesta jornada.

Esta página está dividida por temas:



BOAS PRÁTICAS que se aplicam à produção e à publicidade de conteúdo sobre investimentos



EDUCAÇÃO CONTINUADA do finfluencer, com cursos e certificações



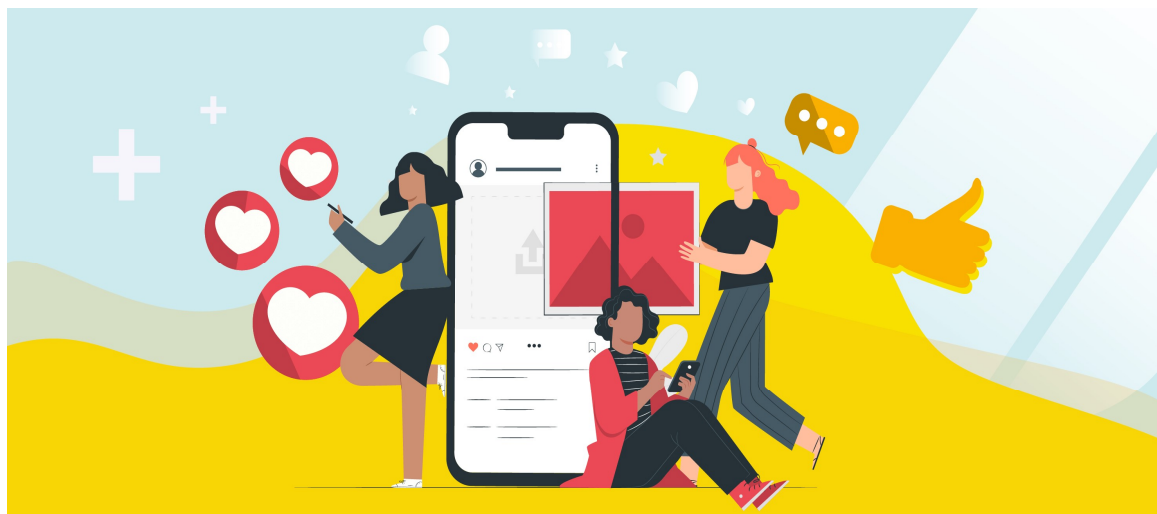
ÉTICA para quem fala sobre finanças pessoais e investimentos



MAPA DE FONTES confiáveis de informação sobre o mercado



LINKS ÚTEIS com as regras que as instituições financeiras devem cumprir na contratação de finfluencers



Como influenciador de finanças, você trata de algo muito delicado para seus seguidores: dinheiro. Seu trabalho pode ser importante para muitas pessoas realizarem sonhos e projetos de vida. Já percebeu o tamanho da sua responsabilidade?

Empresas do mercado financeiro que podem contratar seus serviços – como bancos, corretoras, gestoras e distribuidoras – têm que seguir uma série de regras da ANBIMA para fechar parcerias com finfluencers. Elas vão desde a sinalização da publicidade pelo influenciador até o monitoramento da conduta dele. Caso um finfluencer cometa uma infração a essas normas, quem o contratou poderá ser investigado e punido.

Vínculos com instituições do mercado devem ser divulgados por influenciadores sempre que houver conflito de interesses ou obrigação em contrato ou em normas da regulação ou da autorregulação. Esse ponto é muito importante para garantir a transparência na atividade publicitária.

Essas exigências não foram criadas para dificultar a sua vida nem para limitar sua liberdade de expressão: elas existem há bastante tempo para balizar as divulgações das instituições do mercado sobre produtos e serviços da indústria de investimentos. Os finfluencers, como importantes players dessa cadeia, também devem observar essas boas práticas. Afinal, elas contribuem para um mercado saudável e ajudam a preservar os interesses dos investidores. [Confira a seguir as regras vigentes.](#)

Análise e recomendação de ativos

Você só pode analisar ativos ou empresas nas redes sociais se for um analista profissional de valores mobiliários credenciado CNPI credenciado pela APIMEC – atividade regulada pela [Resolução CVM 20](#). **Mas como saber se você se encaixa nela?**

É só seguir essas [pistas](#) que a própria CVM dá para indicar quando é preciso ter credenciamento:

- Se a análise resulta em **benefício ou remuneração** pela oferta de recomendações, como assinaturas ou taxas de adesão;
- Se há cobrança de **mensalidades ou anuidades**;
- Se as publicações são **frequentes e realizadas de forma habitual**.



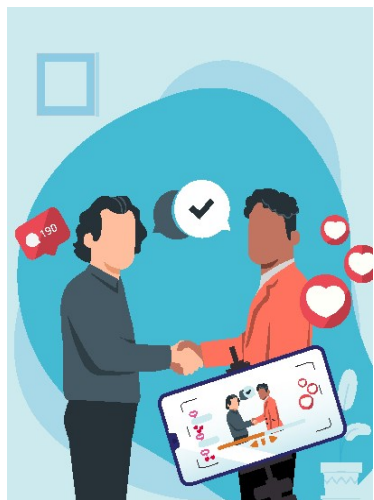
Às vezes, alguns influenciadores avisam na postagem que determinada análise/recomendação se baseia exclusivamente em opiniões pessoais. **Esse disclaimer não é suficiente para a CVM descaracterizar a postagem como atividade profissional de recomendação de investimento, caso ela se encaixe nos elementos descritos acima.**

Mesmo com o registro da atividade na CVM, você precisa seguir algumas regrinhas quando divulgar um produto, que detalhamos na próxima seção.

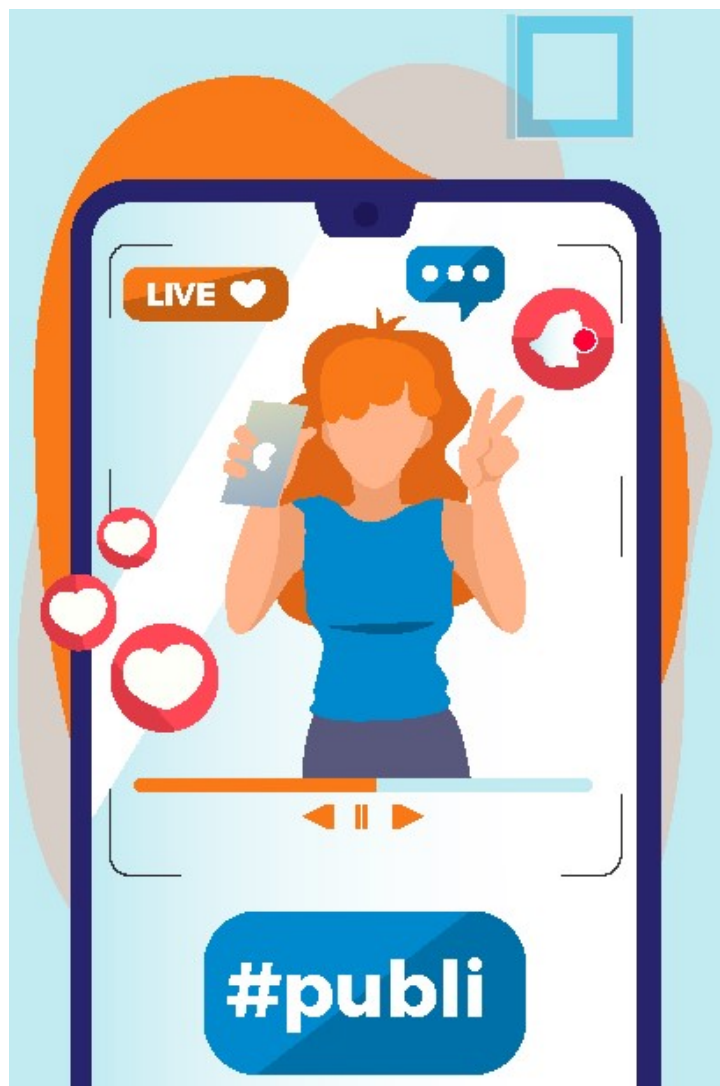
O regulador está de olho também na **linguagem**. Se você produzir um conteúdo com uma linguagem apelativa, a CVM pode entender que você está tentando convencer e induzir os investidores. Essas são atividades que só podem ser exercidas por profissionais credenciados, que devem seguir regras e estão sujeitos a penalidades em caso de infração.

Divulgação de produtos de investimento

Assim como as instituições do mercado de capitais, recomendamos que você siga **normas da regulação e da autorregulação para publicidade de produtos de investimento**. Confira as regras:



- Divulgue apenas materiais publicitários fornecidos pela empresa que contratou você.
- Use uma linguagem clara, objetiva e acessível. Tenha cuidado com chamadas exageradas e apelativas. Os conteúdos não podem induzir o investidor ao erro.
- Embora aspectos como roteiro da inserção e texto da postagem possam ter a participação do influenciador para imprimir a sua marca pessoal no trabalho, informações técnicas do produto devem ser produzidas exclusivamente pela empresa que contratou você.
- Você precisa seguir algumas regrinhas quando divulgar um produto, como informar a carência para resgate, o nome do emissor ou dos principais prestadores de serviço (como administrador e gestor de um fundo); a tributação; o objetivo ou estratégia do investimento; e os principais riscos. Se a recomendação estiver ligada a uma parceria com algum distribuidor é preciso mostrar a informação de risco atribuída pelo distribuidor e o perfil de investidor mais recomendado (você encontra isso na política de suitability do distribuidor).
- As informações divulgadas precisam ser verdadeiras, completas e consistentes. Elas devem estar alinhadas com o que está nos documentos do produto que está sendo divulgado (no caso de um fundo, por exemplo, esse material seria o regulamento). Aliás, nossa recomendação é que você disponibilize os links para os materiais técnicos, feitos pela instituição que contratou você, de todos os produtos.



- As informações devem ser suficientes para que o investidor possa tomar uma decisão de investimento fundamentada.
- A publicidade de produto não pode ter promessas de rentabilidade ou oferta de garantia de resultados futuros.
- Quando você comparar dois produtos de investimento, sempre faça com produtos de mesma natureza. Não se compara, por exemplo, fundos de ações com fundos de renda fixa. Os dados devem ser de fácil comparação, destacando as características dos produtos, como objetivos, carência, taxas, tributação, riscos e períodos considerados. Para as simulações, vale a mesma coisa! Mas deixe bem claro que se trata de uma simulação e informe que os resultados reais podem ser diferentes. Ah, nunca misture dados de rentabilidade ou séries históricas reais com simulações.
- Ainda sobre comparações: você pode usar indicadores econômicos como parâmetro, mas sempre avise que se trata de uma referência. Não se pode comparar diretamente a rentabilidade de um produto com um indicador, caso esse mesmo indicador não esteja nos documentos oficiais do produto.
- Quando divulgar a rentabilidade de algum produto, deixe claro se no valor estão descontados os impostos ou não.



- Falando de rentabilidade de fundos, use sempre os dados do mês anterior, o acumulado do ano, inclua anos anteriores e períodos de 12 meses, contados até o mês anterior à divulgação. Caso mencione rentabilidade de fundos novos (criados há menos de 12 meses), informe a rentabilidade do mês anterior, o acumulado do ano e o acumulado desde a criação do fundo até o mês anterior da divulgação. Para fundos criados há mais de 11 meses, recomendamos a divulgação, em conjunto, do mês anterior, do acumulado do ano e a de 12 meses. A rentabilidade deve ser acompanhada de comparação com metas, rentabilidade-alvo, benchmarks ou parâmetros de performance que estão no regulamento do fundo.
- Você pode fazer referência a premiações, rankings, títulos, análises ou relatórios que qualifiquem um produto ou a instituição que o vende, mas deve usar sempre as qualificações fornecidas por fontes públicas independentes. Ah, e só vale divulgar a mais recente e que esteja dentro de um período mínimo de 12 meses.
- Os conteúdos também não podem promover certos produtos de investimento ou distribuidores em prejuízo de seus concorrentes.

Publicidade

Como finfluencer, é bem provável que você já tenha feito — ou que em algum momento vá fazer — conteúdos ligados a marcas. Isso pode ser caracterizado como publicidade, e por isso é legal você conhecer algumas regras desse mercado.

Segundo a ANBIMA, é classificada como publicidade a divulgação de materiais sobre produtos de investimento ou atividade de distribuição por qualquer meio de comunicação disponível, destinado a investidores ou potenciais investidores com o objetivo de estratégia comercial e mercadológica. Nessa relação, o anunciante (ou a agência que representa esse anunciante) tem controle editorial sobre a postagem. Ou seja, o anunciante interfere na linha e no conteúdo da publicação.

No caso de finanças e investimentos, é particularmente importante que os conteúdos de marcas sejam identificados como publicidade — você pode usar hashtags como #Publi, #Publicidade, #ParceriaPaga, #PubliPost. Se você tiver alguma parceria com uma instituição ligada à ANBIMA e não sinalizar isso, ela pode até ser penalizada.

Aliás, falando em parceria, temos algumas regras para o contrato entre influenciadores e empresas que comercializam produtos. Ele deve ser formalizado por escrito, seguindo as [normas da ANBIMA](#). O contrato fixa os limites da sua atuação publicitária e deve conter os seguintes itens:

- Descrição detalhada do escopo, dos produtos e atividades que farão parte da publicidade, dos meios autorizados para divulgação, além do período de vigência do contrato;
- Se o influenciador desempenhará atividade regulada, como análise de valores mobiliários;
- Obrigação de boa-fé, transparência e diligência pelo influenciador no exercício das ações publicitárias, evitando conflitos de interesse e concorrência desleal;
- Número de inserções que serão feitas pelo influenciador (e a frequência, se for o caso), além da remuneração, ainda que não haja ganhos financeiros;
- Obrigação de explicitar o caráter publicitário de suas ações e identificar a instituição contratante;
- Procedimento que será adotado pelos distribuidores para monitorar o finfluencer.

Outro cuidado importante: é sempre bom estar atento para seu conteúdo não parecer propaganda enganosa. O [CDC](#) (Código de Defesa do Consumidor) define propaganda enganosa como aquela que induz a erro o consumidor (no caso do finfluencer, o investidor), por apresentar informações total ou parcialmente falsas ou por omitir uma informação importante.

Manipulação de Mercado



A [Resolução CVM 62](#) trata das práticas de criação de condições artificiais de demanda, oferta ou preço de valores mobiliários, manipulação de preço, realização de operações fraudulentas e uso de práticas não equitativas.

A formação de preços no mercado de capitais depende das expectativas dos participantes sobre cada ativo e do comportamento da economia nacional e global. A publicidade feita por influenciadores pode induzir investidores a expectativas equivocadas sobre determinado produto, fazendo com que as negociações de determinado ativo desviem de sua rota natural.

Os problemas, no entanto, não se limitam a isso. A formação de preços artificiais pode ser aproveitada pelo influenciador para favorecer a estratégia da sua carteira.

Alcançar um número grande de investidores dá ao influenciador a capacidade de interferir na formação de preços dos ativos, o que pode ser usado em benefício dele mesmo ou de pessoas e instituições relacionadas a ele.

Em caso de suspeita de condutas como essas, a CVM deve abrir um processo de investigação e comunicar o Ministério Público, dado que se trata não apenas de conduta vedada pela regulação, mas também de crime contra o mercado de capitais.

Lembre-se de que o regulador monitora os movimentos de mercado e as publicações nas redes sociais em busca de indícios dessa prática irregular.

Veja o [alerta](#) da CVM.

[#ficaadica](#)

Regrinhas de bolso para você ter uma relação transparente com seus seguidores. Nunca deixe de informar:

- Se você tem registros na CVM ou certificações de entidades autorreguladoras
- Se você tem vínculo profissional com alguma instituição financeira
- Se alguma instituição financeira patrocina seu conteúdo
- Se os ativos que você está analisando fazem parte da sua carteira
- Se os ativos que você está abordando são oferecidos por alguma instituição com a qual você tem vínculos diretos ou indiretos

EDUCAÇÃO CONTINUADA

Até aqui discutimos as boas práticas e das regras para a produção de conteúdos sobre finanças e investimentos. Mas todo finfluencer quer transmitir confiança e credibilidade. Esses dois assuntos combinam com conhecimento e educação continuada, nosso ponto agora.

Quando o assunto é dinheiro, as pessoas querem informação completa, correta e confiável, certo?

O finfluencer hoje precisa se capacitar para atender às demandas de seus seguidores e para acompanhar as muitas tendências de mercado. Para isso, você pode escolher um ou mais caminhos diferentes para complementar seus conhecimentos.

Vamos falar um pouco sobre eles.



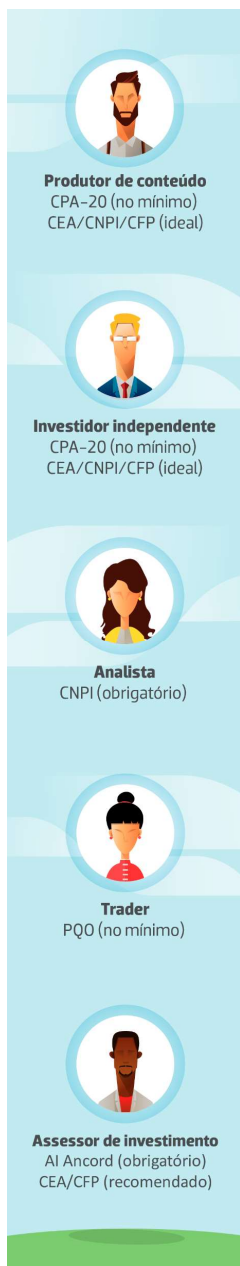
Certificações

As certificações atestam a qualificação de vários tipos de profissionais que atuam no mercado de capitais. Elas são diferentes e mais ou menos complexas a depender da atividade que será exercida. Por exemplo, o que se exige de um analista de investimentos (que, como já vimos, é regulado pela CVM) é diferente do que se espera de um investidor independente.

Essas diversas certificações são oferecidas pela ANBIMA e também por outras entidades que fazem parte do ecossistema dos mercados financeiro e de capitais.

Para ficar mais fácil, sugerimos algumas certificações alguns tipos de influencers para mostrar quais são as certificações mais adequadas para suas atividades. Importante ressaltar que as **indicações abaixo são sugestões**. As exceções são os analistas e assessores de investimento, que têm as atividades reguladas e devem obrigatoriamente ser certificados.

Veja a seguir.



CPA-20

O que é: a “família” de certificações CPA começa com a CPA-10, o primeiro passo para quem quer atuar na distribuição de produtos de investimento em agências bancárias ou plataformas de atendimento. A **CPA-20** é voltada aos mesmos objetivos da CPA-10, mas abrange também profissionais dos segmentos varejo alta renda, private, corporate e investidores institucionais.

Quem certifica: ANBIMA

CEA

O que é: a certificação **CEA** habilita os profissionais a atuarem como especialistas de investimentos, com foco na recomendação de produtos para clientes de forma individualizada.

Quem certifica: ANBIMA

CPA-10, CPA-20 e CEA são certificações para quem atua na **oferta de produtos de investimento**

CNPI

O que é: a certificação **CNPI** é destinada a profissionais que atuam com análise fundamentalista, ou seja, avaliam a situação financeira de empresas e análises gráficas, avaliando padrões de preços e volumes, com o objetivo de buscar opções de investimento.

Quem certifica: APIMEC (Associação dos Analistas e Profissionais de Investimentos do Mercado de Capitais do Brasil)

•CNPI é uma certificação obrigatória em território nacional para quem atua como **analista de investimentos**. Para essa atividade também existe a **CFA**, certificação internacional voltada a profissionais que atuam com análise avançada de investimentos (produtos de renda fixa e variável, análise de demonstrações financeiras, derivativos, análise de investimento e gestão de carteiras). A entidade responsável por essa certificação no país é a CFA Society Brazil.

PQO

O que é: a certificação PQO é indicada para quem atua nas áreas de operações, compliance, risco, back office, comercial, custódia, liquidação e cadastro de clientes.

Quem certifica: oferecida pela **B3** em parceria com a **Ancord** (Associação Nacional das Corretoras e Distribuidoras de Títulos e Valores Mobiliários, Câmbio e Mercadorias)

•PQO é uma certificação para quem atua na bolsa de valores

CFP

certificação internacional de distinção, que valida os conhecimentos e a experiência do profissional de **planejamento financeiro**. No Brasil, a certificadora é a Planejar (Associação Brasileira de Planejamento Financeiro).

AI

Essa prova da Ancord **certifica** os **assessores de investimento** (antigos agentes autônomos) e credencia esses profissionais para atuarem no país, com autorização da CVM.



A depender do seu interesse em se aperfeiçoar em alguma área dos mercados financeiro e de capitais, você pode tirar outras certificações. Veja detalhes:

CAIA: trata-se de uma [certificação internacional](#) voltada a profissionais que atuam com **investimentos alternativos**, como fundos imobiliários, produtos estruturados e derivativos, entre outros. A certificadora é a CAIA Association.

CFG: [essa é a certificação de entrada](#) da ANBIMA para quem quer atuar no segmento de gestão de recursos de terceiros. Ela atesta sólido conhecimento técnico (economia, estatística, produtos de investimento, alocação de ativos etc) e permite que o certificado ocupe diversos cargos no setor – exceto a função de gestor, que necessita também da obtenção da CGA ou da CGE.

CGA: é uma [habilitação](#) da ANBIMA para a atuação profissional com gestão de recursos em fundos de renda fixa, ações, cambiais, multimercados, carteiras administradas e ETFs (Exchange Traded Funds)

CGE: também da ANBIMA, [certifica](#) o profissional de gestão de recursos com foco em produtos estruturados, como FIDCs (Fundos de Investimento em Direitos Creditórios), fundos imobiliários, FIPs (Fundos de Investimento em Participações) e ETFs.

Outros conteúdos educacionais

ANBIMA

- **Plataforma educacional:** nesse [espaço](#) oferecemos uma ampla variedade de cursos, todos gratuitos e com certificado, sobre temas diversos do mercado. Falamos sobre fundamentos, produtos, gestão de ativos, índices e ainda sobre temas bastante atuais, como investimentos ESG (fatores ambientais, sociais e de governança) e atuação ética.
- **ANBIMA Edu:** nosso app, totalmente gratuito e intuitivo, traz trilhas de aprendizagem para você se qualificar no mercado financeiro quando e onde quiser. O aplicativo conta com microcertificações sobre temas específicos, como ESG e o universo cripto.

Outras entidades

- **Hub B3 Educação:** a [plataforma](#) da Bolsa inclui conteúdos gratuitos sobre temas relacionados ao mercado, além de investimentos e finanças pessoais.
- **CVM Educacional:** o órgão regulador do mercado oferece [cursos](#) gratuitos voltados à educação financeira.

ÉTICA

Como influenciador de finanças e investimentos, o que você posta pode fazer a diferença para seus seguidores. Eles acreditam no que você fala, se engajam e muitas vezes levam adiante as suas recomendações. É uma responsabilidade e tanto...

Por isso, sempre reforçamos que a **ética é um ponto fundamental para o desenvolvimento saudável do nosso mercado**. Agir com cuidado, responsabilidade e de maneira ética é o que se espera de quem ajuda os brasileiros a cuidar do próprio dinheiro e a realizar sonhos, não concorda?

Pensando em colocar essa ideia na prática, reunimos aqui algumas regras e princípios fundamentais para uma atuação ética e responsável — muito úteis para suas atividades como finfluencer.

Veja alguns desses pontos em detalhes.



Comportamento ético: mantenha reputação sólida, sem envolvimento em práticas que possam causar prejuízo ao mercado.



Boa-fé e transparência: atue com transparência, diligência e lealdade, sempre visando os melhores interesses de investidores e clientes.



Responsabilidade e vigilância: assuma a responsabilidade pelos seus atos, demonstrando prudência e atenção e evitando negligência e descuido.



Cumprimento das obrigações: esteja sempre bem-informado sobre as suas obrigações e cumpra elas com agilidade e bom senso.



Atualização técnica: aprimore sempre suas competências e busque novos conhecimentos sobre os mercados, mantendo-se atualizado e informado.



MAPA DE FONTES

Muitas vezes você tem dificuldade para achar informações confiáveis para complementar seus conteúdos, certo? É de se imaginar mesmo, já que o universo dos investimentos é complexo e volátil. Mas você pode contar com nossa ajuda nesse aspecto.

Estamos sempre produzindo e divulgando relatórios, pesquisas e levantamentos de dados de mercado. São conteúdos públicos, que você pode acessar facilmente pelo nosso portal. E sempre que quiser pode procurar a gente pelo e-mail finfluencers@anbima.com.br.

Veja um pouco do que já temos no nosso portal.

ANBIMA Data

A [plataforma](#) disponibiliza gratuitamente dados de diversos produtos negociados nos cinco dias úteis anteriores à data da consulta. Ela oferece, ainda, ferramentas para análise de ativos, planilhas de preços para downloads, calculadoras que verificam taxas e preços no mercado secundário, consultas a curvas de juros e comparadores de debêntures e de fundos.

Números do mercado

Periodicamente publicamos estatísticas sobre os mercados:

- [Estatísticas](#) sobre fundos de investimento
- [Estatísticas](#) sobre mercado de capitais
- [Estatísticas](#) sobre distribuição de produtos nos segmentos de varejo e de private

Raio X do Investidor Brasileiro

A [pesquisa](#) traça um perfil completo das pessoas que investem no país, com dados demográficos e recortes por tipo de investimento, gênero, raça, idade e faixas de renda.



Links úteis

Os documentos a seguir não foram pensados para influenciadores, mas alguns pontos, já abordados ao longo desta página, têm relação com as suas atividades e podem ser observados na divulgação de conteúdos sobre finanças e investimentos.

[Regras ANBIMA para contratação de influenciadores](#): indicam como os distribuidores devem agir na hora de contratar influenciadores para divulgação e publicidade de serviços e produtos de investimento.

[Código de Distribuição de Produtos de Investimento](#): reúne os princípios e regras que as instituições devem seguir para as atividades de comercialização de produtos de investimento.

[Regras e Procedimentos do Código de Distribuição de Produtos de Investimento](#): complementa o Código de Distribuição, com princípios práticos e abrangentes que devem ser aplicados na distribuição e na publicidade de produtos de investimento.

[Melhores práticas da BSM para contratar influenciadores](#): orienta como participantes do mercado devem atuar nas relações contratuais estabelecidas com influenciadores.

Por fim, vale esclarecer que os códigos ANBIMA prevalecem em caso de qualquer conflito com as recomendações deste manual.

EMPRESAS PARCEIRAS

