



OFÍCIO-CIRCULAR/CVM/SRE/Nº 1/2013

Rio de Janeiro, 22 de julho de 2013.

Aos Diretores
das Instituições Financeiras Intermediárias
de Ofertas Públicas de Distribuição de Valores Mobiliários

ASSUNTO: Utilização de Material Publicitário no âmbito das Ofertas Públicas de
Distribuição de Valores Mobiliários

Prezados Senhores,

O presente Ofício-Circular tem o objetivo de orientar as instituições intermediárias líderes das ofertas públicas de distribuição de valores mobiliários (“Ofertas”) envolvidas com a produção e veiculação de materiais publicitários no âmbito dessas Ofertas, em função da experiência acumulada por esta área técnica na aplicação do art. 50 da Instrução CVM nº 400/2003 (“Instrução CVM 400”), que rege a matéria.

Tais orientações têm o propósito de tornar a aprovação mais ágil do material publicitário submetido à análise prévia desta autarquia, sem prejudicar a finalidade da norma, viabilizando, assim, a plena divulgação da oferta, sem abrir mão da adequada proteção ao investidor no mercado de valores mobiliários brasileiro.

1. Exigências mais comuns

1.1 Para materiais escritos (impressos, enviados por e-mail ou disponíveis em *sites*)

1.1.1 Que todo material publicitário, em todas as suas páginas, contenha a seguinte advertência: “LEIA O PROSPECTO E O FORMULÁRIO DE REFERÊNCIA ANTES DE ACEITAR A OFERTA, EM ESPECIAL A SEÇÃO FATORES DE RISCO” ou “LEIA O PROSPECTO E O REGULAMENTO DO FUNDO

TRM



ANTES DE ACEITAR A OFERTA, EM ESPECIAL A SEÇÃO FATORES DE RISCO”, conforme o caso, de modo a atender plenamente ao disposto no § 3º do art. 50 da Instrução CVM 400. Que o referido texto se situe preferencialmente na parte inferior da página do material publicitário e, que tal informação, ocupe cerca de 20% do comprimento ou largura de cada página, conforme estiver disposto o texto, com destaque e, ainda preferencialmente, em fundo branco e letras negras.

1.1.2 Que todo material publicitário contenha, em todas as suas páginas, a tarja “MATERIAL PUBLICITÁRIO”, em atenção ao disposto no § 3º do art. 50 da Instrução CVM 400. Que essa tarja se situe, sempre, na parte superior e acima de qualquer outro conteúdo do material publicitário, com letras de cor contrastante com o fundo, de forma destacada, e em letra de tamanho equivalente a, pelo menos, 50% do tamanho da fonte da maior letra usada na página.

1.1.3 Que todo material publicitário informe os locais em que o prospecto e o formulário de referência estão disponíveis, incluindo dentre esses locais a CVM, a emissora, a ofertante, se for o caso, as instituições intermediárias líderes da oferta, e, quando for o caso, os ambientes ou plataformas de negociação dos valores mobiliários a serem distribuídos. Que informe também o endereço eletrônico completo, isto é, aquele que dá acesso direto ao prospecto e ao formulário de referência, ou explique, passo a passo, a forma de realizar tal acesso.

1.1.4 Conforme o disposto no § 2º do art. 50 da Instrução CVM 400, que o material publicitário seja elaborado em linguagem serena e moderada. Neste sentido, que o material publicitário apresente, por exemplo, os fatores de risco da Oferta em letra de tamanho equivalente ao da utilizada nas informações favoráveis à Oferta que dele constarem. Outro exemplo: se as informações favoráveis à Oferta ocupam sete páginas do material publicitário e a seção de fatores de risco ocupa sete páginas do prospecto, essa seção pode ser integralmente transcrita no material publicitário. No entanto, se o material publicitário tem apenas duas

TRM



páginas, pode ser suficiente a inclusão dos títulos dos fatores de risco, se autoexplicativos, ou de um resumo dos fatores de risco. Busca-se, assim, um equilíbrio entre as informações “favoráveis” e “desfavoráveis” no material publicitário.

1.1.5 É importante salientar que a apresentação dos fatores de risco deve ser parte integrante do corpo do material publicitário, não podendo ser colocada em anexos ou de qualquer forma que possa transparecer que se encontra destacada do restante do material.

1.1.6 Quando o material publicitário adotar a forma de perguntas e respostas, que mantenha um equilíbrio entre as respostas favoráveis e desfavoráveis à oferta. Nesse sentido, que contenha perguntas acerca do risco da operação, tais como “posso perder todo o dinheiro investido?”, “como faço para saber todos os riscos desse investimento?” etc.

1.2 Para materiais em áudio e vídeo

1.2.1 Dado que o “spot de rádio” é material publicitário, este requer a prévia aprovação da CVM, nos termos do art. 50 da Instrução CVM 400, mediante a apresentação de seu texto por escrito e também do áudio gravado. Este último, com uma entonação pausada, de modo a permitir a plena audição da advertência obrigatória sobre a necessidade de leitura do prospecto e do formulário de referência, em especial da seção de fatores de risco. O áudio gravado pode ser enviado após a submissão e aprovação do texto escrito.

1.2.2 O filme publicitário para TV também deve ser submetido à prévia aprovação da CVM, nos termos do art. 50 da Instrução CVM 400, mediante a apresentação do texto escrito e do vídeo gravado. O áudio do filme também merece uma entonação pausada, de modo a permitir a plena audição da advertência obrigatória sobre a necessidade de leitura do prospecto e do formulário de referência, em especial da seção de fatores de risco. Temos como ideal que essa advertência também seja exibida por escrito no filme, em tamanho, cor e tempo suficiente para sua fácil leitura pelos espectadores.



- 1.3 Quando fizer referência à rentabilidade alvo, que o material publicitário contemple, de forma destacada, que esta não representa e nem deve ser considerada, sob qualquer hipótese, como promessa, garantia ou sugestão de rentabilidade, tendo em vista o disposto no artigo 38, inciso V, da Instrução CVM nº 209/1994, no artigo 36, inciso VIII, da Instrução CVM nº 356/2001, no artigo 35, inciso V, da Instrução CVM nº 391/2003 e no artigo 35, inciso VIII, da Instrução CVM nº 472/2008. Que o material publicitário, mesmo não se referindo diretamente à rentabilidade alvo, guarde conformidade com o disposto nesta recomendação.
- 1.4 Que o material publicitário não contenha informações que não estejam no prospecto ou no formulário de referência, considerado o disposto no § 2º do art. 50 da Instrução CVM 400.
- 1.5 Que o material publicitário seja encaminhado à CVM para aprovação com suas peças identificadas individualmente (com nome), em *layout* final e que nos seja informado em quais mídias ele será veiculado (impresso, *site*, jornal, rádio, TV etc.).
- 1.6 Que seja também enviada para análise a carta, e-mail, ou ainda qualquer outro meio que servirá para encaminhar o material publicitário aos investidores.
- 1.7 Para facilitar a revisão do material publicitário pela CVM, a petição que o encaminhar deve indicar as páginas do prospecto e do formulário de referência em que se encontra o conteúdo apresentado no material publicitário.
- 1.8 Que o material publicitário utilizado não contenha modificação de forma, cor, tamanho de letra, disposição das informações etc., quando comparado ao aprovado pela CVM.
- 1.9 Conforme estabelecido pelo *caput* e § 2º do art. 50 da Instrução 400, e também em decisão do Colegiado da CVM proferida em 27.09.2011, no âmbito do Processo CVM RJ 2011/9865, não é possível utilizar material publicitário se a oferta não possuir prospecto, ou se o prospecto ainda não estiver disponível nos locais obrigatórios.

TRM



- 1.10 A inserção de informações sobre a oferta em jornal interno ou dirigido a funcionários de qualquer instituição relacionada, direta ou indiretamente, à oferta, é considerada material publicitário, cabendo-lhe, portanto, a obediência ao art. 50 da Instrução CVM 400 e a observância do presente Ofício-Circular. Não é considerado material publicitário aquele destinado a informar aos próprios funcionários a maneira diferenciada de aderir à oferta ou o material utilizado para treinamento da equipe de vendas, desde que não distribuído.
- 1.11 Lembramos que o disposto no § 3º do art. 9º da Instrução CVM 400, para dar agilidade à aprovação do material publicitário pela CVM, estabelece que no atendimento às exigências formuladas pela CVM os documentos deverão ser apresentados em duas versões: a primeira com a marcação das alterações determinadas pela CVM, diferenciada daquelas que não decorram do cumprimento de tais determinações, e a segunda sem quaisquer marcas.

2. Publicidade Institucional

Para fins deste Ofício-Circular, entende-se por “material publicitário institucional” todos e quaisquer anúncios, propagandas, campanhas publicitárias e outros materiais de divulgação da marca da emissora e não de seus produtos, veiculados durante a oferta, na mídia impressa, eletrônica, digital e/ou funcional, tanto para divulgação externa quanto para divulgação interna na emissora, por quaisquer meios, tais como jornais, revistas, internet, TV aberta e/ou por assinatura, rádio, *banners* e *outdoors*.

Cabe à emissora em conjunto com a instituição intermediária líder analisar cuidadosamente cada anúncio, propaganda, campanha publicitária e outros materiais da emissora a serem utilizados durante a realização da oferta, para verificar se estes podem ser classificados como material publicitário institucional, e avaliar a implementação das inclusões descritas no item 2.1 abaixo.

TR N



2.1 Inclusão de Advertências

O material publicitário institucional deve conter o seguinte texto ao final de sua veiculação:

“A [nome da emissora ou ofertante] está realizando uma oferta pública de distribuição [primária e/ou secundária] de [espécie dos valores mobiliários objeto da Oferta] de sua emissão (ou de emissão da [nome da emissora]) em processo de registro perante a Comissão de Valores Mobiliários. Leia o Prospecto e o Formulário de Referência antes de aceitar a Oferta, em especial as seções de Fatores de Risco.”

Recomendamos também que o texto tenha letra de tamanho equivalente a, pelo menos, 50% do tamanho da fonte da maior letra usada na página e em negrito. No caso de material publicitário Institucional audiovisual, que o texto seja exposto ao final do anúncio, em tamanho e tempo suficientes que permitam uma fácil leitura pelo público. No caso de material publicitário de áudio, que o texto seja narrado ao final do anúncio e de modo pausado, para a fácil compreensão do público.

3. Considerações Finais

3.1 Prazos e Procedimentos

Recomendamos que todas as modalidades de material publicitário sejam encaminhadas à CVM de uma só vez, tanto no protocolo inicial quanto no atendimento de exigências, a fim de dar celeridade à sua análise.

A utilização de material publicitário durante a oferta dependerá de prévia aprovação da CVM, nos termos e prazos constantes do artigo 50, §1º, da Instrução CVM 400, quais sejam:

- 10 (dez) dias úteis, contados da data do protocolo do material publicitário, para as ofertas públicas de distribuição de cotas de fundos de investimento; e



- 5 (cinco) dias úteis, contados da data do protocolo do material publicitário, para as demais ofertas.

3.2 A Superintendência de Registro de Valores Mobiliários entende que o material publicitário deve ser apresentado para aprovação durante o período de análise do pedido de registro da oferta. Não se espera o reiterado envio de material publicitário no âmbito de uma mesma oferta, principalmente após a concessão de seu registro, considerando as dificuldades impostas para a sua análise posterior e eventuais desdobramentos no cronograma de distribuição e eventual modificação de oferta, gerando retrabalho e potencialmente implicando atualização de prospecto e do formulário de referência.

3.3 O material publicitário não poderá ser utilizado enquanto não for aprovado pela CVM, conforme estabelecido no *caput* do art. 50 da Instrução CVM 400. Deve ser observado que nos termos do art. 59 *caput* e inciso VIII considera-se infração grave a veiculação de material publicitário sem prévia aprovação da CVM ou em desacordo como o disposto na Instrução CVM 400.

3.4 Aplica-se, no que couber, o presente Ofício-Circular às Ofertas Públicas de Aquisição de Ações — OPA.

Por fim, lembramos que o Ofício Circular/CVM/SRE/nº 001/2009 apresenta hipóteses nas quais é dispensada a análise prévia do material publicitário pela CVM, desde que o prospecto preliminar da Oferta já nos tenha sido apresentado. O texto do citado Ofício está disponível na página da CVM na internet: www.cvm.gov.br, acessando o link **OFÍCIO/CVM/SRE/Nº 001/2009** em LEGISLAÇÃO E REGULAMENTAÇÃO /Ofícios-circulares.

Atenciosamente,


REGINALDO PEREIRA DE OLIVEIRA
Superintendente de Registro de Valores Mobiliários