

São Paulo, 23 de setembro de 2013.

À Superintendência de Desenvolvimento de Mercado
CVM - Comissão de Valores Mobiliários
Ref. EDITAL DE AUDIÊNCIA PÚBLICA SDM N°08/13

Vimos respeitosamente apresentar as propostas acerca do Edital de Audiência Pública SDM n° 08/13, amplamente discutido em nosso instituto visando à maior eficiência e transparência do mercado.

Primeiramente, congratulando a CVM pela iniciativa de trazer o tema constante no referido edital de audiência pública a debate aberto pelos agentes do mercado e entidades. Tal procedimento é salutar ao mercado, na medida em que, possibilitando a contribuição dos diversos agentes envolvidos, garante maior coerência e aplicabilidade para a norma daí emanada.

Melhores práticas de transparência são importantes para o bom funcionamento do mercado, proporcionando, em conjunto com outros fatores, maior confiança aos investidores, às entidades emissoras e demais agentes. Nesse ínterim, a adequada e eficiente divulgação de Atos/Fatos relevantes pelas companhias tem papel fundamental na comunicação legal.

Atualmente, o acesso amplamente utilizado da rede de computadores *internet* possibilita uma comunicação rápida, equânime e eficaz, a um custo relativamente baixo, quando comparado ao meio impresso, possibilitando a disseminação democrática da informação na sociedade. Assim, de todo elogiável a iniciativa da CVM no sentido de, nos limites de sua competência, flexibilizar os possíveis canais de divulgação dessas informações, com a inclusão de meios eletrônicos, reconhecendo oficialmente a importância da diversificação de canais que se encontram à disposição das companhias emissoras para a divulgação de fatos/atos relevantes. Parabenizamos, assim, antes de mais nada, esta louvável iniciativa do agente regulador do mercado de capitais.

Os portais de notícias se apresentam como canais amplamente acessados pelos usuários da *internet*, canais esses entendidos como sítios da *internet* dedicados exclusivamente à disponibilidade de informações de cunho econômico-social sem nenhum ônus para os indivíduos que os acessem. Alguns exemplos de portais são: "Agência Estado"¹, "Portal Folha Notícias"², "Portal WEB - Correio Braziliense"³, dentre outros (exemplos meramente ilustrativos, não indicando predileção de qualquer natureza). Desse modo, reforçamos a importância da sua utilização como salutar para a divulgação de atos/fatos relevantes pelas empresas emissoras, atendendo conseqüentemente aos pontos acima defendidos de transparência e eficiência com acesso amplo e irrestrito.

Em mercados de capitais desenvolvidos, como o presente nos EUA, notamos o uso bem sucedido e amparado pela autoridade do mercado de capitais, *SEC - Securities Exchange Commission*, de estratégias de divulgação eficientes e eficazes no tocante à comunicação das organizações emissoras de títulos naquele mercado com o seus diversos públicos

¹ <http://www.ae.com.br/>

² <http://portal.folhanoticias.com.br/>

³ <http://www.correioweb.com.br/>

interessados, notadamente os investidores. Essas companhias se utilizam de tecnologias distribuidoras de notícias conhecidas como serviços *wire* cujo principal objetivo é distribuir para a imprensa eletrônica em nível nacional e/ou internacional a mensagem corporativa. Essa distribuição de informações corporativas exerce papel central na comunicação no mercado norte-americano, atuando como eficiente canalizador entre o emissor da mensagem e a imprensa que efetivamente disponibilizará tais informações aos diversos usuários.

Um aspecto importante a ser considerado seria a função presente e potencial das entidades de classe para o mercado de capitais brasileiro. Entidades de classe devidamente estabelecidas, isentas e de notória representatividade dos agentes do mercado servem como importantes repositórios e disseminadores de informações, aberta a uma gama variada de públicos interessados. Assim, vislumbramos um grande potencial dessas instituições como canais de acesso a informações de modo isento, democrático e eficiente. Dessa maneira, o potencial existente nessas instituições, aliado, por exemplo, à utilização de serviços distribuidores de notícias supracitados em nível nacional confeririam uma alternativa importante para as companhias emissoras por dois motivos:

- As entidades de classe já atuam como foros qualificados de discussão, centro de conhecimento e repositório de informações, contribuindo para o bom funcionamento do mercado, sendo essa geralmente a finalidade da existência de muitas delas. Assim, o alcance dessas instituições junto aos seus diversos públicos seria um meio eficiente e com grande potencial para a utilização das empresas emissoras em sua estratégia de comunicação. A implantação de páginas dedicadas exclusivamente para a disponibilização de informações corporativas com acesso gratuito a qualquer usuário confere um meio adequado para a efetiva comunicação;
- O fortalecimento das entidades de classe proveniente da utilização desse potencial seria benéfico ao mercado, não somente por atender a necessidade de uma comunicação corporativa transparente e eficiente, mas também e não menos importante pela canalização de suas ações na promoção de boas práticas entre os agentes do mercado, contribuindo efetivamente para o desenvolvimento do mercado de capitais brasileiro. Consequentemente, o objetivo de comunicação corporativa poderia ser atendido por meio desse canal alternativo, aliado à externalidade positiva decorrente da maior atuação das entidades de classe.

De outro lado, devemos ponderar que a diversificação dos meios (canais) de divulgação/comunicação colocados à disposição dos agentes de mercado – sempre preservados os interesses dos investidores – levaria a uma maior concorrência (bastante saudável) na oferta de espaço para tais divulgações, certamente permitindo um ganho de qualidade e uma redução dos custos envolvidos para as respectivas companhias, o que, em última análise, atende plenamente ao interesse maior dos investidores, no sentido de possibilitar melhores resultados para as companhias, com ganho de qualidade no fluxo de informações.

Além disso, parece-nos que a norma deve evitar quaisquer excessos que possam onerar desnecessariamente as companhias obrigadas à divulgação. Neste sentido, acreditamos ser adequado que o número mínimo de portais de informação nos quais os atos/fatos relevantes devam ser divulgados seja de 2 (dois), e não 3 (três) como previsto no texto originalmente proposto para a norma. Este mesmo número – no mínimo 2 (dois) –, aliás, poderia também servir de parâmetro para a divulgação dessas informações por meio de

portais oferecidos pelas entidades de classe, conforme acima sugerido, de forma a garantir equilíbrio entre os diversos meios de divulgação disponíveis às companhias.

Diante do exposto acima, elaboramos a proposta a seguir relativa à minuta apresentada pela autarquia. Em seu artigo 3º, parágrafo 4º, sugerimos a adoção da seguinte redação:


I - jornais de grande circulação utilizados habitualmente pela companhia; ou

II - pelo menos 2 portais de notícias com páginas na rede mundial de computadores que disponibilizem, em seção disponível para acesso gratuito, a informação em sua integralidade; ou

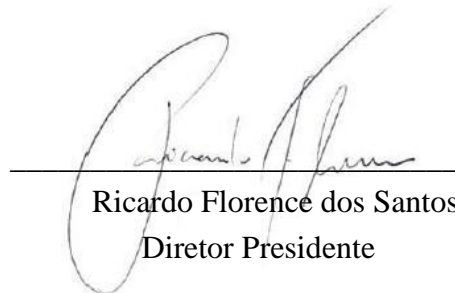
III - pelo menos 2 portais de notícias mantidos por entidades associativas de agentes do mercado devidamente registradas em seus órgãos competentes com páginas na rede mundial de computadores que disponibilizem, em seção disponível para acesso gratuito, a informação em sua integralidade e, adicionalmente, pelo menos 1 canal de comunicação, em meio eletrônico (Internet), de serviços de distribuição de informações e notícias (canais “wire”) para a imprensa em nível nacional.

Com a adoção da redação acima sugerida, temos certeza de que os objetivos pretendidos pela norma idealizada por esta Autarquia poderiam ser mais adequadamente atendidos, garantindo, de um lado, às companhias emissoras maior flexibilidade e menores custos na divulgação de suas informações abrangidas pela norma, e, de outro, à toda a comunidade de investidores amplo, irrestrito e equânime acesso – em meios mais comumente utilizados por estes – às mesmas informações divulgadas pelas companhia.

Cordialmente,



Luiz Fernando Rolla
Presidente do Conselho de Administração



Ricardo Florence dos Santos
Diretor Presidente