



**REGRAS E PROCEDIMENTOS
PARA CONTRATAÇÃO DE
INFLUENCIADORES DIGITAIS**

Sumário

GLOSSÁRIO.....	3
REGRAS E PROCEDIMENTOS PARA CONTRATAÇÃO DE INFLUENCIADORES DIGITAIS Nº 10, DE 13 DE NOVEMBRO DE 2023.....	5
CAPÍTULO I – OBJETIVO E ABRANGÊNCIA.....	5
CAPÍTULO II - TRANSPARÊNCIA.....	5
CAPÍTULO III – RESPONSABILIDADE.....	7
CAPÍTULO IV – ARMAZENAMENTO	7
CAPÍTULO V – DISPOSIÇÕES FINAIS.....	8

GLOSSÁRIO

As siglas e definições abaixo indicadas, quando utilizadas nestas regras e procedimentos, no singular ou no plural, terão os significados abaixo e serão válidas especificamente para o presente normativo:

- I. Aderentes: instituições que aderem ao Código e se vinculam à Associação por meio contratual, ficando sujeitas às regras específicas deste documento;
- II. ANBIMA ou Associação: Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiros e de Capitais;
- III. Associada: instituições que se associam à ANBIMA e passam a ter vínculo associativo, ficando sujeitas a todas as regras de autorregulação da Associação;
- IV. Ativos de crédito privado: ativos, financeiros ou não, ou modalidades operacionais, assim definidos pela regulação em vigor da CVM e/ou BC;
- V. Ativos financeiros: ativos financeiros, assim definidos pela regulação em vigor da CVM e/ou do BC;
- VI. Ativos imobiliários: quaisquer ativos pelos quais ocorra a participação dos FII nos empreendimentos imobiliários permitidos pela regulação aplicável;
- VII. Código ou Código de Distribuição: Código ANBIMA de Autorregulação para Distribuição de Produtos de Investimentos;
- VIII. Grupo econômico: conjunto de entidades controladoras diretas ou indiretas, controladas, coligadas ou submetidas a controle comum;
- IX. Distribuição de produtos de investimento:
 - a. oferta de produtos de investimento de forma individual ou coletiva, resultando ou não em aplicação de recursos, assim como a aceitação de pedido de aplicação por meio de agências bancárias, plataformas de atendimento, centrais de atendimento, canais digitais, ou qualquer outro canal estabelecido para este fim; e

- b. atividades acessórias prestadas aos investidores, tais como manutenção do portfólio de investimentos e fornecimento de informações periódicas acerca dos investimentos realizados.
- X. Influenciadores digitais financeiros ou influenciadores digitais: são influenciadores digitais que produzem conteúdo sobre investimentos, finanças pessoais e educação financeira, podendo engajar investidores em mídias sociais diversas e/ou outros meios de divulgação;
- XI. Instituições participantes: instituições Associadas à ANBIMA ou instituições aderentes a este Código; e
- XII. Produtos de investimento: ativos financeiros, ativos de crédito privado, ativos imobiliários e quaisquer outros bens e direitos de qualquer natureza, passíveis de aquisição pelos veículos de investimento, quando considerados em conjunto.

REGRAS E PROCEDIMENTOS PARA CONTRATAÇÃO DE INFLUENCIADORES DIGITAIS Nº 10, DE 13 DE NOVEMBRO DE 2023

CAPÍTULO I – OBJETIVO E ABRANGÊNCIA

Art. 1º. O presente normativo tem por objetivo estabelecer as regras e os procedimentos que devem ser observados pelas instituições participantes na contratação de influenciadores digitais e/ou de agências que façam essa contratação para a realização de publicidades de produtos de investimentos, serviço de intermediação no exterior e/ou atividade de distribuição nos termos estabelecidos pelo Código.

Parágrafo único. As instituições participantes devem assegurar que as empresas de seu grupo econômico que contratarem influenciadores digitais, nos termos do caput, sigam o disposto neste normativo.

CAPÍTULO II - TRANSPARÊNCIA

Art. 2º. Sem prejuízo da regulação vigente, o contrato entre as instituições participantes e os influenciadores digitais deve conter, no mínimo:

- I. Descrição detalhada do escopo e do tipo de publicidade a ser feita, incluindo, mas não se limitando a:
 - a. Todos os tipos de produtos de investimento de forma geral e não específica que farão parte da publicidade, assim como dos serviços de intermediação no exterior ou atividade de distribuição, quando aplicável;
 - b. Quais os meios autorizados para divulgação da publicidade; e

- c. Se o influenciador digital desempenhará atividade que seja regulada.
- II. Obrigação de o influenciador digital exercer as ações de publicidade com boa-fé, transparência e diligência, empregando o cuidado que toda pessoa prudente e diligente costuma dispensar à administração de seus próprios negócios, evitando conflitos de interesse, concorrência desleal e zelando pelo cliente;
 - III. Número de inserções a serem feitas nas mídias sociais e sua periodicidade, quando aplicável;
 - IV. Obrigação de o influenciador digital explicitar em suas publicidades, de forma clara, que se trata de publicidade de produtos de investimento, serviços de intermediação no exterior ou atividade de distribuição, conforme aplicável, e o nome da instituição participante que o contratou;
 - V. Descrição da remuneração do influenciador digital, ainda que a remuneração seja não pecuniária;
 - VI. Obrigação de o influenciador digital desempenhar suas funções no limite estabelecido pelo contrato;
 - VII. Procedimento que será adotado pela instituição participante para monitorar a atuação do influenciador digital, de modo a garantir que o disposto no contrato, assim como neste normativo, conforme aplicável, seja cumprido; e
 - VIII. Vigência do contrato, especificando se a contratação é por prazo determinado ou indeterminado.

§1º. Para fins do disposto no inciso IV deste normativo, será considerada válida a menção verbal ou escrita na própria publicidade ou, ainda, a adição de hashtags mencionando minimamente que se trata de publicidade e vinculando ao distribuidor (#parceria e #nomedainstituição).

§2º. Observada a regulação aplicável à proteção de dados pessoais, as instituições participantes devem disponibilizar e manter atualizada para a ANBIMA a relação dos influenciadores digitais contratados.

CAPÍTULO III – RESPONSABILIDADE

Art. 3º. As instituições participantes são responsáveis por todas as publicidades relacionadas aos produtos de investimento, serviços de intermediação no exterior e/ou atividade de distribuição do Código divulgadas pelos influenciadores digitais contratados, cabendo à instituição participante garantir, além do estabelecido em contrato, que os influenciadores digitais observem:

- I. Os requisitos previstos neste normativo e nas regras de publicidade aplicáveis ao Código de Distribuição; e
- II. A veracidade das informações divulgadas e sua completude, de modo a não levar o investidor a erro.

Art. 4º. As instituições participantes devem garantir que os influenciadores digitais contratados possuam, caso aplicável, as devidas certificações necessárias se o conteúdo a ser divulgado nas publicidades exija autorização e/ou certificações da regulação e/ou autorregulação vigente.

CAPÍTULO IV – ARMAZENAMENTO

Art. 5º. Sem prejuízo da regulação vigente, as instituições participantes devem armazenar por, no mínimo, 1 (um) ano, os instrumentos contratuais referentes à contratação dos influenciadores digitais e toda publicidade produzida que seja objeto do contrato firmado nos termos deste normativo.

Parágrafo único. A documentação de que trata o caput deve ser disponibilizada para a ANBIMA sempre que solicitada.

CAPÍTULO V – DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 6º. Este normativo entrará em vigor em 13 de novembro de 2023.