

O fenômeno dos finfluencers e seus impactos no mercado de capitais: a perspectiva da CVM e os caminhos para a modernização regulatória

Edição #90 17.03.2026 4 minutos de leitura

Autores

Fernanda Pereira Carneiro
Giovanna Marchetti Corrêa

Áreas relacionadas

Societário e M&A

Assuntos

CVM Societário e M&A BMA
Review

Nos últimos anos, as redes sociais consolidaram-se como uma das principais fontes de informação para investidores pessoa física. Segundo a Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais, o finfluencer é o influenciador digital que direciona seu conteúdo ao universo financeiro, considerando critérios como desempenho das publicações, aderência temática, regularidade e autoria. Um relatório da entidade, que acompanha o fenômeno desde 2020, indica que o número desses perfis quase triplicou no período de 2020-2025, evidenciando a consolidação de um novo canal de formação de opinião no mercado de capitais.

Uma pesquisa elaborada pela B3 em 2020 mostra que uma parcela significativa dos investidores iniciantes fundamenta suas primeiras decisões em conteúdos produzidos por esses influenciadores. Relatórios internacionais, como o do Fórum Econômico Mundial (2022), reforçam que investidores de varejo recorrem ao conteúdo digital em proporção semelhante à busca por assessoria financeira tradicional. A atuação desses agentes tornou-se um elemento central no processo decisório de investimento, especialmente no Brasil, país que figura entre os maiores consumidores de redes sociais.

Sob a ótica dos benefícios, o fenômeno amplia o acesso à educação financeira, diversifica temas e aproxima o público do mercado de capitais. O conteúdo assume caráter aspiracional ao incorporar valores, estilos de vida e narrativas de sucesso, além de conceitos técnicos. Essa combinação favorece a sensação de proximidade entre influenciadores e seguidores e potencializa o impacto persuasivo das mensagens. Plataformas como YouTube, Instagram e X consolidaram-se como espaços relevantes para a difusão desse material.

Por outro lado, a relação de confiança estabelecida com o público gera riscos significativos. A fronteira entre educação financeira, publicidade e recomendação de investimento torna-se difusa, especialmente quando há remuneração indireta ou conflitos de interesse não divulgados. A ausência de critérios objetivos pode comprometer a credibilidade e a integridade do mercado, exigindo maior atenção regulatória.

Nesse cenário, destaca-se a atuação da CVM, responsável pela regulação dos valores mobiliários e seus agentes econômicos, exigindo autorização prévia para determinadas atividades. A partir de 2019, a autarquia intensificou esforços para diferenciar atividade educacional da prestação de serviços de análise financeira. Posteriormente, as Resoluções CVM nº 19¹, nº 20² e nº 21³ passaram a disciplinar consultores, analistas e administradores de carteira.

Contudo, os influencers não se enquadram integralmente nessas categorias, ainda que compartilhem algumas características desses profissionais, pois sua atuação não é, em regra, individualizada, nem segue o formato técnico dos relatórios de análise.

Em consulta pública realizada em 2023, a CVM indicou três eixos estruturantes para eventual disciplina normativa: deveres de diligência e transparência; regras sobre linguagem e comunicação promocional; e delimitação das interseções com atividades já reguladas. Isso reflete a preocupação em mitigar riscos sem desestimular a inovação na comunicação digital.

A CVM incluiu, ainda, em sua Agenda Regulatória para 2026, a supervisão de influenciadores financeiros e a possível modernização do marco regulatório. Diante desse cenário, discute-se a criação de uma categoria jurídica específica para os influencers, ou o aperfeiçoamento das normas já existentes, em especial as aplicáveis aos analistas, com foco em transparência e gestão de conflitos de interesse. Medidas como a divulgação clara de vínculos comerciais, critérios objetivos para a caracterização de recomendação e parâmetros sobre habitualidade podem equilibrar liberdade de expressão e proteção ao investidor. É inegável que, com a modernização da regulação, também surja um desafio relevante para a CVM no tocante à fiscalização de tais profissionais, que atualmente não necessitam de registro perante a autarquia.

O Brasil encontra-se, portanto, diante de uma oportunidade regulatória relevante. Ao reconhecer as especificidades da atuação dos influencers financeiros e estruturar diretrizes proporcionais ao risco envolvido, a CVM poderá fortalecer a confiança no mercado de capitais sem restringir a democratização da informação. A modernização regulatória revela-se necessária para garantir que a expansão do ambiente digital permaneça alinhada aos princípios de transparência, integridade e eficiência que regem o Sistema Financeiro Nacional.

>>> Este conteúdo faz parte da BMA Review #90. Clique aqui e leia outros artigos.

NOTAS

1. Alterada pela Resolução nº 179/2023.
2. Alterada pelas Resoluções nº 179/2023 e nº 216/2024.
3. Alterada pelas Resoluções nº 162/2022, nº 167/2022, nº 179/2023 e nº 209/2024.

Profissionais que aliam visão jurídica e visão de mercado



Fernanda Pereira Carneiro



Giovanna Marchetti Corrêa