

CODIM

COMITÊ DE ORIENTAÇÃO PARA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES AO MERCADO
(ABRASCA – AMEC – ANBID – ANCOR – APIMEC – BOVESPA – CFC – IBGC – IBRACON – IBRI)

PRONUNCIAMENTO DE ORIENTAÇÃO CODIM 06, de 05 de Março de 2009.

EMENTA: RELEASE. NECESSIDADE DE PADRONIZAÇÃO DE PROCEDIMENTOS PARA PREPARAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE RELEASE, COMO FORMA DE CONTRIBUIR PARA A ADOÇÃO DE BOAS PRÁTICAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA QUE FORTALEÇAM CRITÉRIOS DE CONFIANÇA E O DESENVOLVIMENTO DO MERCADO.

O *Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado – CODIM* –, com base em sua competência, torna público que, após submeter a matéria em audiência pública, aprovou, por decisão de seus membros em reunião realizada no dia 12 de Fevereiro de 2009, o presente Pronunciamento de Orientação, o que faz mediante os seguintes termos:

Conceituação

O Release é um veículo de divulgação por escrito, para ser usado como ferramenta auxiliar na disseminação de quaisquer informações, sejam elas obrigatórias (Ato ou Fato Relevante – Pronunciamento de Orientação n° 5 – CODIM) ou não (Comunicados ao Mercado), entre a Área de Relações com Investidores e os públicos estratégicos (*stakeholders*) de sua Companhia, por intermédio dos mais variados meios de comunicação e, portanto, não deve ser confundido, nem deve substituir os procedimentos de publicação e arquivamento de informações na forma exigida pela legislação e regulamentação existentes, que deverão ser sempre executados antes da divulgação do release.

Release tem a função de chamar a atenção de acionistas, investidores e público em geral para informações que a Companhia considera que deva haver melhor compreensão, disseminando de forma ampla, rápida e em linguagem acessível para evitar a assimetria da informação e ajustar os interesses de todos os públicos estratégicos.

Do Objetivo

1. O propósito deste Pronunciamento de Orientação de Conduta é o de mostrar as melhores práticas e procedimentos na disseminação de informações importantes das Companhias para o mercado em geral, com a utilização de Release, salientando que se deva observar em todos os itens aqui citados que o conteúdo do Release não deverá em hipótese alguma se constituir em si como um Ato ou Fato Relevante.

Dos Procedimentos Para Divulgação

2. A divulgação de um Release deve ser feita à comunidade financeira, às agências de notícias e à imprensa em geral com a indicação “Para Divulgação Imediata”.
3. São exemplos de Informações que devem ser tratadas como merecedoras de divulgação imediata através de Release os resultados anuais e trimestrais, anúncios de dividendos, fusões, aquisições, *guidance* (Guidance – Pronunciamento de Orientação nº 4 – CODIM), ofertas de compra de ações, compra de ativos relevantes, desdobramento de ações, mudanças importantes na direção da Companhia, informações sobre novos produtos e serviços, assinatura de contratos estratégicos, planos de expansão, eventos agendados, promoções, prêmios recebidos, novas parcerias importantes, novas descobertas e todas as questões substantivas de natureza não usual ou não recorrente.
4. Sendo a informação objeto do Release de interesse do mercado de valores mobiliários, a companhia deverá avaliar criteriosamente a sua divulgação via sistema IPE (Informações Periódicas e Eventuais), assegurando tratamento equitativo e igualitário de informações aos seus investidores e partes interessadas.

Da Abrangência e Divulgação do Release

5. A Companhia deve assegurar, por meio do Release, a disseminação periódica e oportuna de relatórios financeiros, que deverão ser elaborados em conformidade com as regras adotadas no Brasil e em casos específicos, com as regras adotadas por outros países, bem como publicados e arquivados na forma e nos prazos estabelecidos na legislação.
6. O Release deve conter linguagem clara, acessível, compreensível e confiável, evitando que o investidor e demais públicos estratégicos da Companhia sejam levados a erros por compreensão inadequada das informações disponibilizadas.
7. A divulgação do Release deve obedecer aos princípios de abrangência e de simultaneidade, garantindo a disponibilização das informações de forma igualitária, em tempo e conteúdo, em Português e em outros idiomas com demanda relevante para a Companhia.
8. As Companhias no processo de utilização das ferramentas de comunicação disponíveis no mercado devem enviar seus Releases a toda comunidade financeira, às agências de notícias e à imprensa em geral, além de disponibilizar no site de RI da Companhia. A divulgação dessas informações exclusivamente à imprensa local não é suficiente para assegurar a cobertura adequada ao público investidor.
9. Todo Release deve conter data, nome, endereço eletrônico e o telefone do profissional responsável pela área de Relações com Investidores da Companhia, o qual poderá ser acessado caso os interessados queiram confirmar ou esclarecer o teor da informação.
10. O *mailing list* de uma Companhia aberta é um ativo intangível fundamental de relacionamento com os agentes do mercado de capitais. A Companhia aberta deve

envidar os seus maiores esforços na construção de seu próprio *mailing*. Portanto, não se recomenda a terceirização do *mailing list*. A utilização de outros *mailing list* de empresas que fazem distribuição de informações ao mercado é recomendável, mas de forma complementar ao seu próprio *mailing*.

10.1. Nas mensagens enviadas deve haver opção para descadastramento automático, como forma de garantir ao interessado a exclusão do *mailing* da Companhia de forma rápida e objetiva.

Do Tratamento Adequado do Conteúdo

11. A Companhia deve ter como meta principal assegurar que as informações divulgadas por meio de Release sejam tratadas dentro de uma perspectiva adequada. Isto demanda comedimento, bom discernimento, respeito aos fatos e as respectivas partes envolvidas.
12. O *guidance* deve ser bem fundamentado (vide Guidance – Pronunciamento de Orientação n° 4 – CODIM), conter as ressalvas adequadas, as limitações inerentes e ser apresentado de forma conservadora e factual. Entretanto, o conservadorismo excessivo, defensivo ou enganoso deve ser evitado, da mesma forma que previsões excessivamente otimistas, superficiais, alegações exageradas e promessas injustificadas. É muito prejudicial às relações de uma Companhia com seus acionistas ou ao valor que a comunidade financeira precifica as ações desta Companhia, informações divulgadas sem o devido embasamento.
13. Após a divulgação de um Release, se os desdobramentos subseqüentes no mercado indicarem que o desempenho não fica à altura das projeções dadas, tal fato também deve ser novamente informado e explicado, devendo ainda ser obedecidas as regras aplicáveis à matéria, existentes na legislação.
14. Informações desfavoráveis devem ser igualmente divulgadas por meio de Release com a mesma presteza e franqueza que as informações consideradas favoráveis. A relutância ou a não disposição em divulgar um episódio negativo ou a tentativa de disfarçar informações desfavoráveis podem comprometer o conceito de transparência e credibilidade da administração da Companhia.
15. Deve-se atentar para a freqüência das divulgações efetuadas ao mercado para as informações. Não faz sentido a divulgação repetitiva. Caso a Companhia tenha necessidade de efetuar um Release complementar sobre uma informação já divulgada, o contexto deve ser claro aos leitores com ênfase nos efeitos e nos aspectos que diferenciem a informação.
16. Como boa prática toda Companhia de capital aberto deve buscar inserir em sua **“Política de Divulgação de Informações ao Mercado”** instruções específicas sobre divulgação de Release para o mercado em geral. Cabe ressaltar que a política de divulgação é obrigatória conforme regulamentação existente.

16.1. Recomenda-se que o release seja enviado para conhecimento dos executivos, conselheiros de administração, comitês que assessoram a administração e conselheiros fiscais.

São Paulo, 05 de Março de 2009.

Hélio Garcia

Alexandre Oliveira

Relatores

Geraldo Soares

Haroldo Reginaldo Levy Neto

Coordenadores