

**Pronunciamento de Orientação CODIM 01 – 5 de Outubro de 2005**  
**“Teleconferências”**

**Conceituação**

A TELECONFERÊNCIA, ou "CONFERENCE CALL", é um meio de comunicação eficiente que as empresas têm utilizado para fornecer acesso e interatividade de maneira ampla e irrestrita, entre os administradores e os públicos estratégicos (acionistas, analistas, investidores, mídia, dentre outros) que devem receber informações e esclarecimentos de uma empresa, privilegiando a tempestividade, a equidade e a transparência. Pode ser realizada tanto através de telefone (teleconferência), como pela Internet (webcast – transmissão do áudio ao vivo, com apresentação de "slides"), sendo preferível à utilização simultânea dos 2 (dois) meios para garantir uma maior disseminação e a equidade.

**Melhores Práticas de Divulgação**

- 1) Toda teleconferência deve ser pública, anunciada com antecedência e de maneira ampla, permitindo o acesso e a interatividade de todos os públicos estratégicos da companhia. A companhia deve divulgar amplamente uma linha telefônica e/ou e-mail (webcast - Internet);
- 2) A companhia aberta deve também utilizar os sistemas de comunicação formais dos órgãos reguladores e auto-reguladores para ampliar a divulgação da realização da teleconferência, bem como disponibilizar "links" do webcast para entidades, instituições e portais econômico-financeiros;
- 3) A teleconferência é composta por duas partes – a apresentação inicial e a sessão de perguntas e respostas. A distribuição de tempo deverá ser suficiente para garantir o esclarecimento de todas as dúvidas dos participantes;
- 4) Para que seja produtiva a todos os interessados, a teleconferência sobre a divulgação de resultados deve ser realizada em até 3 (três) dias úteis após a disponibilização das demonstrações contábeis aos órgãos reguladores;

- 5) A divulgação de um fato relevante deve sempre preceder a teleconferência. A teleconferência deve ser realizada, no menor prazo possível, após a divulgação de fato que tenha impacto material, visando disseminar as informações de forma plena, uniforme e simultânea. Exemplos ilustrativos de fatos que impactam a percepção do mercado de capitais são: aquisições, incorporações, fusões, reestruturações administrativas, perdas e ganhos não esperados, dentre outros;
- 6) A companhia deve sempre realizar a teleconferência para o mercado brasileiro em português e, especificamente naquela sobre divulgação de resultados, seguindo a legislação societária brasileira. A companhia que fizer teleconferência em quaisquer outros idiomas deve disponibilizar em seu website, o mais breve possível, a transcrição completa da apresentação, incluindo a sessão de perguntas e respostas traduzidas para os idiomas utilizados, de maneira a dar acesso a todos os públicos que acompanharam as teleconferências;
- 7) Devido ao caráter público da teleconferência, nenhuma pergunta pode ser filtrada, ou seja, todas devem ser respondidas;
- 8) Todas as informações que possam modificar as expectativas em relação à companhia devem ser entregues a CVM – Comissão de Valores Mobiliários - e amplamente divulgadas antes de uma teleconferência. Se, eventualmente, ocorrer a divulgação de alguma informação que possa interferir materialmente nas expectativas dos investidores durante a teleconferência, esta deve ser informada imediatamente para os órgãos reguladores e auto-reguladores e disseminada ao mercado, bem como ser disponibilizada no “website” da companhia;
- 9) A política de arquivamento de teleconferência deve ser divulgada no “website” da companhia, devendo constar o período e formas de arquivamento do áudio, da apresentação, da transcrição da exposição e da sessão de perguntas e respostas;
- 10) A teleconferência deve também ser utilizada em reuniões públicas com investidores e profissionais de investimentos, com transmissão ao vivo e com total interatividade para perguntas e respostas.

São Paulo, 05 de Outubro de 2005.

Geraldo Soares

Haroldo Reginaldo Levy Neto

Relatores

Geraldo Soares

Haroldo Reginaldo Levy Neto

Coordenadores