



Revista ADM.MADE

Revista do Mestrado em Administração e
Desenvolvimento Empresarial - Universidade
Estácio de Sá

Revista ADM.MADE, Rio de Janeiro, ano 12, v.16, n.3, p.79-102, setembro/dezembro, 2012

Revista do Mestrado em Administração e Desenvolvimento Empresarial da Universidade
Estácio de Sá – Rio de Janeiro (MADE/UNESA). ISSN: 2237-5139

Conteúdo publicado de acesso livre e irrestrito, sob licença Creative Commons 3.0.

Editora responsável: Isabel de Sá Affonso da Costa

Uma Análise Crítica do Discurso de Educação Financeira: por uma Educação para Além do Capital

Viviane Franco Augustinis¹

Alessandra de Sá Mello da Costa²

Denise Franca Barros³

Artigo recebido em 13/11/2012 e aprovado em 21/01/2012. Artigo submetido a avaliação *double blind*.

¹ Doutora em Administração pela Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresa da Fundação Getúlio Vargas (EBAPE/FGV). Analista do Banco Central do Brasil (BCB). Endereço: Av. Presidente Vargas, 730/18º andar - Centro - Rio de Janeiro – RJ - 20071-900. E-mail: viviane.augustinis@bcb.gov.br

² Doutora em Administração pela EBAPE/FGV. Professora do Instituto de Administração e Gerência da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (IAG/PUC-Rio). Endereço: R. Marquês de São Vicente, 225 - Gávea, Rio de Janeiro, RJ – CEP: 22451-900. E-mail: alessandra.costa@iag.puc-rio.br

³ Doutora em Administração pela EBAPE/FGV. Professora do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade do Grande Rio Prof. José de Souza Herdy (PPGA/UNIGRANRIO). Endereço: Rua da Lapa, 86 - Centro - Rio de Janeiro, RJ - CEP: 20021-18. Email: denise.barros@unigranrio.br

Uma Análise Crítica do Discurso de Educação Financeira: por uma Educação para Além do Capital

Este artigo tem, por objetivo, analisar os discursos sobre educação financeira: (a) do governo brasileiro, por meio da sua Estratégia Nacional de Educação Financeira; (b) da empresa Mastercard, por meio do seu programa 'Consumo Inteligente, Consumidor Consciente'; e (c) da Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento (OCDE) por meio do projeto International Financial Gateway. A metodologia utilizada para a análise dos dados coletados foi análise de discurso, o que tornou possível o agrupamento dos objetos discursivos identificados em três categorias. A primeira, "Alinhando discursos", reúne objetos discursivos que identificam a existência de um movimento global, ideal e exemplar de educação financeira. A segunda, "Princípios de Educação Financeira", identificam princípios e recomendações referentes aos programas de educação financeira. A terceira, "Práticas de Educação Financeira", identificam as práticas tanto atuais e ideais dos programas de educação financeira. Como resultado, percebe-se a existência de significativas convergências nos discursos, como a padronização de princípios, de temas e de práticas de educação financeira; a atual complexidade dos mercados financeiros e a transferência de responsabilidade pela gestão dos recursos financeiros para os indivíduos. Estas convergências permitem inferir que o elemento comum entre as organizações pesquisadas, no que diz respeito à educação financeira, seja a lógica liberal do livre mercado.

Palavras-chave: educação financeira; discursos organizacionais; análise crítica de discurso.

Keywords: financial education; organizational discourses; critical discourse analysis.

A Critical Approach of the Financial Education Discourse: For an Education Beyond Capital

The scope of this study is to analyze – in an exploratory manner – the discourses on financial education of: (a) the National Strategic for Financial Education of the Brazilian Government; (b) the MasterCard's "Smart Consumer" Project; and (c) the Organization for Economic Cooperation and Development's International Financial Gateway Project. The methodology used was the critical discourse analysis and the discursive objects identified in the documents collected and analyzed were grouped into three categories. The first, "Aligning discourses", brings together discursive objects that identify the existence of an ideal and exemplary global movement of financial education. The second, "Principles of Financial Education", brings together principles and recommendations relating to financial education programs. The third category, "Financial Education Practices", brings together the current and ideal practices of the financial education programs. As a result, we see the existence of significant convergence in the discourse, such as standardization of principles, themes and practices of financial education and the current complexity of financial markets and the transfer of responsibility for the management of financial resources for individuals. These convergences allow us to infer that the common element among the organizations surveyed, with regard to financial education is the liberal logic of free markets.

1. Introdução

O tema da educação financeira vem recebendo cada vez mais atenção de governos, de instituições financeiras, de associações comunitárias e de organizações não governamentais no Brasil e no mundo (HOGARTH; HILGERT, 2002; SAVOIA; SAITO; SANTANA, 2007; MEIER; SPRENGER, 2012). A crescente preocupação sobre o nível de conhecimento que as pessoas devem possuir para que sejam capazes de gerir suas finanças pessoais é resultado da confluência de muitos fatores, entre os quais a ampliação do crédito disponível, a inclusão de pessoas no sistema financeiro (WISNIEWSKI, 2011) e mudanças nos mecanismos de previdência (ABRAMOVAY, 2004; DOLVIN; TEMPLETON, 2006; CARDOZO, 2011).

Apesar da popularidade e da participação de tantos atores diferentes, cabe ressaltar que parece haver uma convergência a respeito do tema, uma vez que, na maior parte das vezes, os diversos posicionamentos são positivos e em defesa da educação financeira. Assume-se que indivíduos com maior nível de conhecimento e de planejamento financeiro podem alcançar uma melhor qualidade de vida, pois serão capazes de comprar um imóvel, financiar a educação superior, começar um negócio ou garantir uma aposentadoria tranquila (KERN, 2009; CARDOZO, 2011). De forma complementar, além dos efeitos na qualidade de vida dos indivíduos, acredita-se que o alcance desses objetivos, quando tomados no agregado, tem importantes implicações macroeconômicas, já que uma população financeiramente educada contribui para a eficiência do mercado (WISNIEWSKI, 2011) e ajuda a promover o bem-estar econômico geral (FOX; HOFFMAN; WELCH, 2004; SARMA; PAIS, 2010). Ou seja, as consequências financeiras podem se tornar sistêmicas, afetando, assim, toda a economia.

Defensores e articuladores de projetos de educação financeira argumentam, ainda, que o mercado financeiro do século XXI se tornou mais complexo, o que apresenta importantes desafios para os órgãos reguladores e para os clientes de instituições financeiras (HOGARTH; HILGERT, 2002). A oferta de investimentos torna-se abundante e as constantes mudanças no sistema financeiro exigem, dos indivíduos, conhecimento sobre assuntos relacionados à economia e finanças (MEIER; SPRENGER, 2012). Isso porque a insuficiência de informação sobre assuntos financeiros pode contribuir para a ocorrência de situações não desejadas, como, por exemplo, o endividamento além das possibilidades de renda das famílias. Como decorrência desta argumentação, assume-se que um mundo que interliga e que vincula tecnologicamente cada vez mais consumidores e instituições financeiras, pressupõe – necessariamente – indivíduos financeiramente mais educados (SARMA; PAIS, 2010).

Ao mesmo tempo, desdobra-se outro importante argumento a favor dos projetos de educação financeira: o discurso do consumo consciente. Para Cohen (2005, 2007), estratégias que promovam um consumo mais sustentável devem incluir dimensões da vida cotidiana, tais como a educação do consumidor no que tange à nutrição, à alimentação, à atividade física e a finanças. Apesar desta constatação, percebe-se que a ampliação e a facilidade de acesso aos

produtos financeiros, sem a devida orientação aos consumidores, é vista como uma das principais causas para os níveis crescentes de endividamento dos consumidores. Neste sentido, a promoção do consumo consciente passa a pertencer à esfera tanto da produção quanto do consumo, pública e privada, coletiva e individual, e a englobar questões ligadas à regulação dos mercados, à proteção do consumidor, a tecnologias de produção mais limpas e à educação do consumidor (COHEN, 2007). O que tradicionalmente é tratado como um problema individual passa a ser apontado como causa da crise de instituições financeiras e do sistema econômico como um todo.

Desta forma, seja como proteção das instituições e da própria economia das nações, seja como garantia do desenvolvimento individual, o fomento da cultura de educação financeira tem sido uma preocupação crescente (SARMA; PAIS, 2010; CARDOZO, 2011). Formalizando essa preocupação, governos de vários países vêm desenvolvendo programas de educação financeira em parceria com a iniciativa privada e organizações não governamentais. Essas ações visam a tornar o processo de tomada de decisão financeira mais consciente, mediante a ampliação da capacidade analítica das pessoas, com o objetivo de formar indivíduos mais competentes na análise e na interpretação de dados financeiros, permitindo o incremento do bem-estar social e econômico.

No entanto, existem ainda poucas evidências empíricas daquilo que a literatura e os programas de educação financeira preconizam (MATTA, 2007). Fox, Bartholomae e Lee (2005) afirmam que avaliações de programas de educação financeira ocorrem de maneira isolada. Em geral, os esforços de desenho e de oferta de programas de educação financeira acontecem sem que se considere sua efetividade e sem que a avaliação seja considerada como parte do processo de desenho e de oferta deste tipo de programa. O evidente vácuo crítico em tal cenário nos parece surpreendente. A literatura parece reunir-se em torno de alguns preceitos básicos não questionáveis que parecem ser universalmente aceitos. Por exemplo, não são discutidas - como destacam Meier e Sprenger (2012) - as poucas evidências acerca dos processos de tomada de decisão atrelados à aquisição de informação financeira.

Diante deste cenário, alguns autores começam a questionar tal postura, que poderia ser considerada dogmática. Para Willis (2009), por exemplo, promover o aumento da confiança do consumidor por meio de uma suposta educação – uma vez que esta não é capaz de efetivamente instrumentalizá-lo a compreender o mercado financeiro e questões macroeconômicas, dadas as suas dinâmicas - pode levar a decisões financeiras devastadoras. A autora vai além e argumenta que o comportamento financeiro dos indivíduos é fortemente influenciado por fatores que independem do seu grau de educação financeira. Entre estes fatores, destacam-se: (a) a velocidade das mudanças nos mercados; (b) o abismo que separa as habilidades dos consumidores e a complexidade dos produtos financeiros; (c) a disparidade entre os recursos disponíveis para os educadores financeiros e os agentes de mercado; e (d) o viés individual da tomada de decisão (WILLIS, 2009).

Assim, partindo da premissa de que os discursos podem ser compreendidos como uma expressão de ação social (FAIRCLOUGH, 2001), o objetivo deste artigo é analisar os discursos sobre educação financeira dos seguintes atores sociais: (a) do governo brasileiro, por meio da Estratégia Nacional de Educação Financeira; (b) da empresa Mastercard, por meio do seu programa 'Consumo Inteligente, Consumidor Consciente'; e (c) da Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento (OCDE) por meio do seu projeto International Financial Gateway.

Acreditamos que toda a forma de ação, seja individual, coletiva ou organizacional, pode ser entendida por meio do discurso, e que este é uma forma de prática social que evidencia o esforço de agentes na determinação e na mudança de estruturas sociais (MUMBY, 2005; OSWICK et al, 2010). Assim, os discursos nunca são neutros, inocentes ou naturais: são palavras em movimento que não apenas descrevem as coisas como elas são, mas as constroem, atribuindo significado a práticas e a experiências específicas (PHILLIPS; LAURENCE; HARDY, 2004; PRICHARD, 2006). De forma a alcançar o objetivo proposto neste trabalho, o presente texto está dividido em cinco partes. Após esta introdução, onde contextualizamos a problemática, apresentamos o enquadramento teórico que sustenta nossa argumentação. A terceira seção trata das questões metodológicas que orientam a pesquisa. Os dados são analisados na seção seguinte. Na quinta e última seção, são feitas as considerações finais e as sugestões de pesquisas futuras sobre o tema.

2. Referencial Teórico

2.1. Os discursos da educação financeira

Para Worthington (2006), o conceito de educação financeira abrange a compreensão do contexto econômico e do modo pelo qual as decisões das famílias são afetadas pelas condições e pelas circunstâncias econômicas mais amplas. Para outros, porém, o conceito está focado estritamente na gestão financeira básica, ou seja, na necessidade de compreensão de conceitos relacionados a orçamento, a poupança, a investimento e a seguros. O conceito de educação financeira pode, ainda, ser considerado como absoluto - ou seja, compreendendo algum padrão de conhecimento que seja considerado importante para todos os consumidores - ou relativo, onde os padrões variam de acordo com habilidades pessoais, necessidades e experiências de cada indivíduo.

Por exemplo, uma definição que pode ser considerada absoluta é a de Schagen e Lines (1996), que consideram educação financeira como a habilidade de fazer julgamentos fundamentados e de tomar decisões conscientes em relação ao uso e à gestão do dinheiro. A ANZ Bankin Group (2003) - junto com a Roy Morgan Research, empresa australiana de pesquisa de mercado e de opinião - adota, por outro lado, uma definição mais relativa: segundo a pesquisa, o conhecimento só pode ser avaliado a partir das necessidades e das circunstâncias

individuais, e não a partir da ampla gama de produtos e serviços financeiros, alguns dos quais a maioria das pessoas jamais utilizará ou precisará.

Beal e Delpachtra (2003) argumentam, alternativamente, que o cidadão educado financeiramente não deveria possuir apenas a habilidade de compreender conceitos-chave relacionados à gestão do dinheiro e de produtos e serviços financeiros, mas deveria também possuir uma atitude voltada para a gestão eficiente e responsável dos recursos financeiros. De forma complementar, Fox, Bartholomae e Lee (2005) afirmam que educação financeira pode incluir qualquer programa relacionado a conhecimento, a atitudes e a comportamentos individuais direcionados a tópicos e a conceitos financeiros. Oehler e Werner (2008) destacam, ainda, a distinção que deve ser feita entre educação financeira e *Financial Literacy*.

Financial Literacy são as competências que um indivíduo desenvolve para compreender os conceitos financeiros básicos e para saber como e onde encontrar informações apropriadas e como utilizá-las. São, portanto, a consciência que se tem sobre seu próprio contexto de tomada de decisão financeira e a habilidade de se comunicar de modo efetivo com um provedor de serviços financeiros (MEIER; SPRENGER, 2012). O conceito de educação financeira, por outro lado, está relacionado a um método pelo qual se podem alcançar as competências necessárias para compreensão de questões relativas a economia e a finanças.

Educação financeira seria, portanto, o processo pelo qual consumidores e investidores melhoram sua compreensão acerca de conceitos e de produtos financeiros, e, por intermédio de informações, de instruções e de conselhos, desenvolvem competências e confiança para ficarem mais atentos aos riscos e às oportunidades inerentes ao fato de lidarem com recursos financeiros. Tornam-se, portanto, aptos a fazerem escolhas consistentes, sabendo a que local devem se dirigir para buscar ajuda e quais ações devem tomar para melhorar seu bem-estar financeiro. Assim, o objetivo da educação financeira é tornar os consumidores capazes de gerenciar seus fluxos financeiros de modo racional e consciente durante suas vidas (MEIER; SPRENGER, 2012).

As constantes mudanças observadas nos mercados financeiros mundiais devido à globalização, o aumento da oferta de novos produtos e serviços financeiros, e as novas tecnologias empregadas no setor ressaltam o quão importante vem se tornando o tema da educação financeira (SARMA; PAIS, 2010). A facilidade de acesso aos instrumentos financeiros, aliada à inserção de um contingente cada vez maior de clientes, ocasionou alterações significativas no ambiente, obrigando os indivíduos a adquirir maiores conhecimentos financeiros para embasar suas decisões de financiamento e investimento (SAITO; SAVOIA; PETRONI, 2006).

Para Lucci et al (2006), a educação financeira tem sido tema cada vez mais relevante para a sociedade, sobretudo porque o mercado financeiro do século XXI apresenta importantes desafios para seus clientes. A oferta de investimentos torna-se, ao mesmo tempo, abundante e

complexa. Estas mudanças exigem, dos indivíduos, amplo conhecimento sobre assuntos relacionados a economia e a finanças para que sejam capazes de realizar um adequado planejamento de suas finanças pessoais. Assim, poderão fazer melhores escolhas de investimentos, atingindo seus objetivos de vida.

Em uma direção um pouco mais crítica, Willis (2009) defende outro ponto de vista. Para esta autora, a educação financeira pode ser necessária para fundamentar e para legitimar processos de tomadas de decisão relativas a assuntos financeiros, mas não é suficiente. Tal insuficiência decorre do fato de existirem mecanismos emocionais que interferem no comportamento das pessoas em relação a finanças, e que não podem ser erradicados pela educação. Segundo esta autora, existe uma visão otimista recorrente acerca de consumidores educados financeiramente transformados em atores ‘responsáveis’, ‘empoderados’, motivados e competentes por meio da educação financeira (WILLIS, 2009). A ideia é a de que estes consumidores, ao saberem como lidar com questões relativas a crédito, a seguros e a planejamento para a aposentadoria, irão transitar e interagir com mais segurança em um mercado livre. De qualquer forma, embora essa visão seja aparentemente sedutora - prometendo tanto um mercado livre quanto o bem-estar crescente do consumidor - a crença implícita na eficácia da educação financeira não tem suporte empírico e, mesmo quando inocente, pode causar sérios danos à sociedade (WILLIS, 2009).

Consonante com esta postura mais crítica, Cohen (2005) destaca e questiona que o crescimento do montante de dívidas acumuladas por consumidores, nos EUA, tornou difícil, tanto para a indústria de serviços financeiros como para as autoridades governamentais, evitarem os custos sociais de um sistema econômico que permite amplo acesso ao crédito. Para escapar da possibilidade de maiores controles sobre suas atividades, os bancos passaram, então, a definir a questão da insolvência de seus clientes em termos da inadequada *financial literacy* que detêm. Por esta razão, a indústria lançou um série de programas educacionais para melhorar a compreensão do público acerca de tópicos relacionados a economia e a finanças (COHEN, 2005, 2007). Esta profusão de programas lançados pelas instituições políticas e econômicas dominantes representa um considerável esforço para atacar os efeitos deletérios de dívidas pessoais exorbitantes. Com certeza, estas iniciativas não lançaram luz sobre questões ambientais e sociais mais amplas relacionadas à utilização de crédito.

Contudo, a acumulação sem precedentes de dívidas por parte dos consumidores vem sendo compreendida como um problema social que requer, como resposta, uma política pública voltada para estas questões. Na medida em que este processo avança, novas oportunidades surgirão para que os defensores de formas sustentáveis de consumo abram a discussão para além do mero “uso consciente do crédito”, e avancem em direção a uma crítica mais profunda dos atuais padrões de consumo das sociedades capitalistas (COHEN, 2005).

Apesar da controvérsia, Hilgert, Hogarth e Beverly (2003) encontraram algumas evidências de que pessoas com maior nível de conhecimento financeiro tendem a ter

comportamento financeiro mais responsável. Lusardi e Mitchell (2010) argumentam que consumidores com maior nível de conhecimento financeiro têm maior capacidade de realizar orçamento pessoal, poupança e planejamento para o futuro, confirmando a importância do tema educação financeira. De forma complementar, Bernheim e Garrett (2003) chamam a atenção para o fato de que os potenciais efeitos de uma política pública voltada para educação financeira são importantes. Segundo estes autores, há evidências de que o aumento da poupança individual entre os japoneses, após a Segunda Guerra Mundial, ao menos em parte se deve a uma ampla campanha de educação financeira.

2.2. Educação financeira e o discurso governamental: o projeto brasileiro da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF)

Pela importância crescente do tema, vários países vêm desenvolvendo programas e estratégias de educação financeira. Nos Estados Unidos, há várias iniciativas relacionadas à educação financeira como, por exemplo, o Office of Financial Education (OFE), cuja missão é prover os cidadãos norte-americanos com o conhecimento prático necessário para tomar decisões sobre investimentos e fazer escolhas conscientes ao longo de toda a vida. No Reino Unido, foi implementada a National Strategy of Financial Capability, em parceria com um amplo grupo de organizações. Na Austrália, dentro do Departamento do Tesouro australiano há uma fundação específica para tratar do tema da educação financeira, a Financial Literacy Foundation. A Espanha lançou sua Estratégia Nacional de Educação Financeira em 2008. O Plan de Educación Financiera, dirigido aos atuais e futuros investidores, aos consumidores e aos usuários de produtos financeiros, abrange um conjunto de ações definidas dentro de uma política integral de educação financeira.

O assunto vem também despertando interesse dos países emergentes. No contexto brasileiro - de enorme desigualdade de distribuição de renda, onde número significativo de pessoas vive excluído dos serviços financeiros - os recentes avanços nos níveis de renda e de emprego abrem novo espectro de oportunidades e de necessidades financeiras para pessoas anteriormente à margem do sistema financeiro. Pode-se identificar que um dos resultados do processo de estabilidade financeira alcançada no Brasil a partir de 1994 foi a melhoria das condições de vida da população. Este processo permitiu, às famílias brasileiras, a organização de suas finanças, ampliando a base de clientes potenciais das instituições do sistema financeiro (SOARES; SOBRINHO, 2008).

Ao mesmo tempo, a redução das incertezas relacionadas à inflação viabilizou a disponibilidade de produtos e de serviços financeiros a uma parcela da população que anteriormente encontrava-se excluída do sistema financeiro (ABRAMOVAY, 2004). As novas possibilidades de acesso de um novo e grande contingente de consumidores ao mercado financeiro criou a necessidade de uma política pública relacionada à educação financeira, de

forma a tornar acessíveis, a toda a população brasileira, conhecimentos relacionados a produtos e a serviços financeiros (KUMAR et al, 2005).

Neste sentido, o governo federal brasileiro instituiu, por meio do Decreto nº 7.397, de 22 de dezembro de 2010, a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF). Com essa estratégia, o governo esperava obter o desenvolvimento das capacidades individuais para uma utilização mais racional e produtiva dos recursos financeiros próprios dos cidadãos usuários dos serviços e produtos financeiros (MATTA, 2007; OLIVEIRA, 2012). No que se refere aos fatores que tornam a educação financeira um tema de maior relevância na atualidade brasileira (ENEF, 2008), pode-se destacar: (a) a complexidade e a variedade de produtos; (b) a facilidade de acesso a produtos de risco; (c) a crescente responsabilidade individual sobre a segurança financeira no futuro; (d) a maior expectativa de vida; (e) a expansão e a popularização do crédito; e (f) o aumento dos riscos relacionados a transações financeiras eletrônicas.

Concomitantemente, o governo brasileiro lançou portal na Internet denominado ‘Vida e Dinheiro’ para promover o tema e reunir experiências de educação financeira no Brasil. Nesse sítio pode-se verificar – de forma bastante clara – a ENEF como atrelada a “um esforço que reconhece a educação financeira como ferramenta de inclusão social, de melhoria de vida do cidadão e de promoção da estabilidade, da concorrência e da eficiência do sistema financeiro do país” (ENEF, 2009). Pode-se também verificar neste sítio que os principais objetivos da ENEF são: (a) promover e fomentar a cultura de educação financeira no país; (b) ampliar o nível de compreensão do cidadão para efetuar escolhas conscientes relativas à administração de seus recursos; e (c) contribuir para eficiência e solidez do mercado financeiro, do mercado de capitais, do mercado de seguros, do mercado de previdência e do mercado de capitalização.

2.3. Educação financeira e o discurso da iniciativa privada: o projeto da empresa Mastercard “Consumo Inteligente, Consumidor Consciente”

A Mastercard, empresa com sede em Nova York, possui ampla carteira de produtos por intermédio de milhares de instituições financeiras no mundo todo, e conta com aproximadamente 5.000 funcionários atuando em 37 escritórios ao redor do mundo (MASTERCARD, 2009a). De acordo com o discurso disponibilizado em seu sítio eletrônico, seus produtos tornam o processo de pagamento mais rápido, integrado, seguro e vantajoso, abrindo portas à realização de comércio por intermédio de uma rede de mais de 24 milhões de estabelecimentos em todo o mundo.

Em setembro de 2007, a empresa Mastercard lançou programa de educação financeira para América Latina e Caribe. O programa possui, como principal objetivo, “proporcionar as melhores ferramentas sobre educação financeira para ajudar os consumidores a ter uma melhor gestão do seu dinheiro, desenvolver hábitos positivos de gasto e poupança e educá-los sobre o uso responsável dos meios de pagamento eletrônicos” (MASTERCARD, 2009b). O discurso da empresa sustenta que o programa foi desenvolvido porque, em um ambiente

econômico complexo, os consumidores de todo o mundo enfrentam, de forma conjunta, desafios similares em relação a: (1) informação básica sobre gestão do dinheiro; (2) planejamento de orçamentos; (3) uso de cartões de débito ou de crédito; e (4) prevenção de fraudes.

A Mastercard acredita não haver disponibilidade, para o público em geral, de ferramentas simples e de fácil acesso que os ajude a fazer escolhas conscientes. De forma a alterar este quadro, a empresa desenvolveu uma plataforma na Internet que contém múltiplas ferramentas interativas e matérias informativas, com conteúdo de temas diversos relacionados a finanças e dirigidos ao público em geral. Como exemplo destes conteúdos, podemos identificar: (a) textos que tratam de assuntos relacionados à definição e ao controle de gastos pessoais com o objetivo de ensinar as pessoas a gastarem de forma consciente; e (b) conselhos sobre como tratar a gestão financeira em família, endividar-se pouco e poupar. Estes textos podem ser encontrados na página inicial do sítio eletrônico, que apresenta 24 bandeiras de países da América Latina e do Caribe que seriam os principais alvos do programa, e que apresenta três versões distintas do conteúdo em três línguas diferentes: português (www.consumidorconsciente.org), espanhol (www.consumointeligente.org) e inglês (www.smartconsumer.ws).

Ainda segundo o discurso da empresa, os programas de educação financeira são caracterizados como pertinentes a uma estratégia organizacional mundial, e oferecem informações relevantes e indispensáveis para os processos de tomada de decisão dos consumidores em matéria financeira. Tal discurso é coerente com a ideia também defendida de que tal procedimento deve ser uma ação conjunta nacional e internacional de várias e diferentes entidades. Dito de outra maneira, que todos “possam adotar o programa Consumidor Consciente de forma gratuita para promover a cultura financeira em cada país da região e desta maneira acrescentar valor e unir a indústria através de uma causa comum” (MASTERCARD, 2009c, n.p.).

2.4. Educação financeira e o discurso das organizações não-governamentais: o projeto da OCDE de “International Financial Gateway”

A Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) é organismo internacional que se define como uma congregação de países comprometidos com a democracia e com a economia de mercado para: (a) apoiar o crescimento econômico sustentável; (b) aumentar o emprego; (c) elevar os padrões de vida; (d) manter a estabilidade financeira; (e) dar assistência ao desenvolvimento econômico de outros países; e (f) contribuir para o crescimento do comércio mundial (OCDE, 2009). Trinta países são membros da OCDE: Austrália, Áustria, Bélgica, Canadá, República Tcheca, Dinamarca, Finlândia, França, Alemanha, Grécia, Hungria, Groenlândia, Irlanda, Itália, Japão, Coréia, Luxemburgo, México, Holanda, Nova Zelândia, Noruega, Polônia, Portugal, Eslováquia, Espanha, Suécia, Suíça, Turquia, Reino Unido e

Estados Unidos. Cabe ressaltar que países em desenvolvimento, tais como o Brasil, os países Latino-Americanos, a Índia e a China, não fazem parte deste seletivo grupo.

No que se refere ao tema em questão, o International Gateway for Financial Education foi estabelecido pela OCDE como parte de seu projeto de educação financeira, com cinco principais objetivos: (i) lançar e desenvolver a primeira *clearinghouse* global sobre educação financeira; (ii) garantir a ampla disseminação de pesquisas, de melhores práticas e de diretrizes para educação financeira; (iii) promover, entre todos os países (membros ou não), o acesso e a troca de informações, de conhecimento, de experiência e de *expertise* sobre educação financeira; (iv) apoiar a criação de uma rede mundial de representantes governamentais e principais *stakeholders* de educação financeira; e (v) promover a elaboração e o compartilhamento das melhores práticas e dos melhores princípios acerca do tema sob a tutela da rede e da própria OCDE (OCDE, 2006).

A OCDE difunde o seu projeto por meio de encontros internacionais e pela publicação de textos acerca de educação financeira. Assim, já foram realizados, até o momento, sete encontros internacionais sobre educação financeira, dos quais o primeiro ocorreu em setembro de 2006 na Índia, e o mais recente foi realizado em outubro de 2011 na África do Sul, denominado Conference on Financial Literacy: Financial Education for All.

3. Procedimentos Metodológicos

Para a construção do *corpus* da pesquisa, foram coletados documentos públicos disponíveis nos sítios eletrônicos das três organizações escolhidas para análise.

Primeiro, no que se refere às fontes documentais do governo brasileiro, foram coletados textos referentes ao material de divulgação do Projeto de Desenvolvimento e da ENEF, quais sejam: (i) Deliberação nº3 de 31 de maio de 2007, que dispõe sobre a constituição de Grupo de Trabalho com o propósito de propor estratégia nacional de educação financeira; (ii) Deliberação nº5 de 26 de junho de 2008, que estabelece diretrizes e objetivos para a ENEF; (iii) Deliberação nº 8 de 19 de junho de 2009, que dispõe sobre a constituição de Grupo de Trabalho com o propósito de coordenar os atos necessários à instituição da ENEF (iv) Definição do que é o ENEF e (v) o Decreto 7.397, que instituiu a ENEF.

No que diz respeito aos documentos públicos da empresa Mastercard, foram coletados os textos disponibilizados em seu sítio eletrônico, referentes ao projeto de educação financeira para a América Latina e Caribe da Mastercard, denominado “Consumo Inteligente, Consumidor Consciente”.

E, em relação aos documentos públicos da OCDE, foram coletados três textos publicados por esta organização e disponibilizados em seu sítio eletrônico referentes às recomendações da rede Internacional Financial Gateway, quais sejam: (i) Recommendation on Principles and Good

Practices for Financial Education and Awareness: Recommendation of the Council, publicado em julho de 2005; (ii) The Importance of Financial Education, publicado em julho de 2006; e (iii) Financial Literacy and Consumer Protection: Overlooked Aspects of the Crisis, publicado em junho de 2009.

Em relação à análise dos dados, a metodologia escolhida foi a análise crítica de discurso (ACD) alinhada com a perspectiva de Fairclough (2001). A operacionalização da pesquisa ocorreu em dois estágios. Primeiro, transformamos, em objeto discursivo, o material coletado de linguagem bruta, por meio da identificação, da análise e da contraposição do que é dito no discurso em questão e do que é dito em outros discursos, pertencentes a outras condições de produção discursiva. Em um segundo movimento de análise, foi feita a passagem da análise do objeto discursivo para a análise do processo discursivo, sendo identificadas três categorias de formações discursivas nos textos analisados. Tal procedimento nos permitiu confrontar as ideologias presentes nas várias dimensões das práticas discursivas que contribuem para a produção, para a reprodução ou para a transformação das relações de dominação (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 2010).

4. Análise dos Dados e Discussão dos Resultados.

Os objetos discursivos identificados nos documentos coletados foram agrupados em três categorias (ver Quadro 1).

A primeira, “Alinhando discursos”, reúne objetos discursivos que identificam a existência de um movimento global, ideal e exemplar de educação financeira. A segunda, “Princípios de Educação Financeira”, reúne objetos discursivos que identificam princípios e recomendações referentes aos programas de educação financeira. Por último, a terceira categoria “Práticas de Educação Financeira” reúne objetos discursivos que identificam as práticas atuais e as práticas a serem implementadas nos programas de educação financeira.

Quadro 1 – Categorias de análise

Categoria	Descrição	Objetos Discursivos
1. Alinhando Discursos	Identifica a existência de um movimento global, ideal e exemplar de educação financeira.	Adequação a uma tendência global.
		Exemplaridade da experiência dos países ricos.
		Generalização dos sujeitos.
2. Princípios de Educação Financeira	Identifica princípios e recomendações referentes aos programas de educação financeira.	Importância dos programas de Educação Financeira.
		Busca de maior eficiência e solidez dos mercados.
		Democratização dos serviços financeiros.
3. Práticas de Educação Financeira	Identifica as práticas atuais e as práticas a serem implementadas nos programas de educação financeira.	A diversidade na prática.
		Consumo financeiro responsável por meio de escolhas conscientes.

Fonte: Os autores.

4.1. Categoria 1: Alinhando Discursos

O primeiro objeto discursivo proveniente dos discursos estudados é “adequação a uma tendência global”, onde se identifica o discurso do necessário e urgente engajamento de todos os países em um movimento global de educação financeira. Tal discurso é coerente com a literatura que salienta essa preocupação crescente em diversos países (SARMA; PAIS, 2010) e que ressalta a importância das ações planejadas de habilitação da população (SAVOIA; SAITO; SANTANA, 2005). A ENEF (2009) aponta que existiria uma urgência não apenas brasileira, mas mundial, para a implantação de ações de educação financeira. Tal urgência seria causada por mudanças de ordem econômica, social e tecnológica.

A percepção da urgente necessidade de se conduzirem ações de educação financeira faz com que o governo brasileiro por exemplo se apoie na experiência de outros países para efetivamente implementar a sua política de educação financeira, como se não existissem as necessidades ou as urgências específicas de cada nação. Este posicionamento é corroborado, inclusive, no processo de elaboração da própria Estratégia Brasileira de Educação Financeira, uma vez que uma das três principais providências a serem tomadas pelo grupo de trabalho deverá ser “(...) III - *pesquisar quanto à experiência internacional de estratégias nacionais de educação financeira*” (ENEF, 2007). Ao mesmo tempo, esta adequação apresenta-se coerente com o discurso da OCDE que busca difundir a ideia da busca por uma cooperação internacional:

A cooperação internacional em relação ao tema da educação financeira deve ser promovida, tendo, inclusive, a OCDE como fórum internacional para troca de informações sobre experiências nacionais recentes sobre educação financeira. (OCDE, 2005, n.p.).

Um segundo objeto discursivo identificado é “exemplaridade da experiência dos países ricos” e se refere ao esforço de construção de práticas sempre referenciadas e norteadas pela experiência dos países ricos. Complementar ao anterior, a exemplaridade é construída discursivamente para que as experiências não sejam ‘inadequadas’ à tendência global. É neste sentido que as diretrizes e as recomendações estabelecidas pela OCDE são desenhadas a partir da experiência de países-membro da OCDE que tenham desenvolvido as melhores práticas nessa área:

Estas diretrizes, na forma de uma recomendação não coercitiva, são elaboradas a partir das experiências de países da OCDE acerca das melhores práticas nesta área. (OCDE, 2006, n.p.).

Por exemplo, o Comitê de Mercados Financeiros da OCDE recomenda - algo não formalmente coercitivo - que os países-membro promovam a educação financeira e que exportem e disseminem os princípios e as boas práticas para todos os governos e para suas respectivas instituições, públicas e ou privadas:

(...) o Comitê de Mercados Financeiros: RECOMENDA que países membros promovam a conscientização sobre a importância da educação financeira e que, portanto, governos e instituições públicas e privadas de relevância levem em consideração a implementação dos princípios e das boas práticas relativas à educação financeira. (OCDE, 2005, n.p.).

Uma vez que a OCDE assume que possui a liderança nos estudos sobre educação financeira, suas sugestões são feitas a todos os países, desenvolvidos ou em desenvolvimento, que estejam interessados em educação financeira com o objetivo de auxiliar na estruturação e na implementação de programas efetivos:

Com vistas a auxiliar governos a responder a estas questões, a OCDE vem assumindo a liderança na avaliação do nível de conhecimento financeiro da população dos países membros e promovendo sugestões sobre como elevá-lo (...) São destinadas a todos os países, desenvolvidos e em desenvolvimento, que estejam interessados em educação financeira e são realizadas para ajudá-los a elaborar e implementar programas de educação financeira. (OCDE, 2006, n.p.).

O terceiro objeto discursivo identificado desta categoria, “generalização dos sujeitos”, está relacionado aos outros dois anteriores, e diz respeito a um esforço de generalização dos sujeitos a serem educados financeiramente. Da mesma forma que as nações não possuem particularidades suficientemente relevantes, também o consumidor de produtos financeiros é entendido como homogêneo e não precisa ser identificado, de uma forma geral, em suas especificidades. Em consonância com a argumentação defendida pela literatura (BEAL; DELPACHTRA, 2003; FOX; BARTHOLOMAE; LEE, 2005), o ponto de convergência seria apenas que este consumidor precisa, agora, lidar com um mercado financeiro considerado sofisticado e inovador:

Em um ambiente econômico complexo, os consumidores em todas as partes do mundo enfrentam-se a desafios similares em quanto à informação básica em gestão do dinheiro, planejamento de orçamentos, uso de cartões de débito ou crédito, prevenção de fraude, para os quais não há ferramentas disponíveis simples e de fácil acesso. (MASTERCARD, 2009, n.p.).

(...) o mercado financeiro está cada vez mais sofisticado e novos produtos são oferecidos continuamente ao público. (ENEF, 2009, n.p.).

4.2. Categoria 2: Princípios de Educação Financeira.

O primeiro objeto discursivo desta categoria, “Importância dos Programas de Educação Financeira”, refere-se à importância atribuída à educação financeira como forma de enfrentar as crescentes sofisticação e complexidade dos mercados financeiros:

Educação Financeira deve ser visto como um processo contínuo e perene, de modo a levar em consideração o crescente aumento no nível de complexidade dos mercados, as mudanças nas necessidades de um indivíduo ao longo dos diferentes estágios de sua vida e do aumento na quantidade de informações complexas. (OCDE, 2005, n.p.).

O discurso da OCDE, por exemplo, enfatiza que a educação financeira é importante para todos, inclusive para as economias desenvolvidas por ajudar a garantir que os consumidores poupem o suficiente para que possuam renda adequada a seu padrão de vida depois da aposentadoria, evitando altos níveis de endividamento:

(...) o desenvolvimento de habilidades financeiras também é algo fundamental para as economias mais desenvolvidas, para ajudá-las a assegurar que os consumidores poupem o suficiente para dispor de renda adequada na aposentadoria ao mesmo tempo em que evitam altos níveis de endividamento que possam resultar em falências ou hipotecas executadas. (OCDE, 2006, n.p.).

Segundo esta organização, entretanto, para as economias emergentes a educação financeira é mais relevante, uma vez que o rápido processo de desenvolvimento econômico tem incluído inúmeros consumidores no sistema financeiro, muitos dos quais têm pouca experiência em lidar com sistemas financeiros formais. Além disso, em economias emergentes, consumidores educados financeiramente podem ajudar a garantir que o setor financeiro contribua de modo efetivo para o crescimento real da economia e para a redução da pobreza:

Outro objeto discursivo que aparece de forma convergente nos discursos é “busca de maior eficiência e solidez dos mercados” e diz respeito à ideia de que os programas de educação financeira podem contribuir para a eficiência e solidez dos mercados:

[A Estratégia tem como um de seus principais objetivos] (...) Contribuir para a eficiência e solidez dos mercados financeiro, de capitais, de seguros, de previdência e de capitalização. (ENEF, 2009, n.p.).

Esta visão torna-se explícita na passagem do discurso do governo brasileiro:

Art. 1º Fica instituída a Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF com a finalidade de promover a educação financeira e previdenciária e contribuir para o fortalecimento da cidadania, a eficiência e solidez do sistema financeiro nacional e a tomada de decisões conscientes por parte dos consumidores. (BRASIL, 2010, n.p.).

Como já destacado pela literatura (MATTA, 2007; OLIVEIRA, 2012), além da preocupação com a solidez e com a eficiência dos mercados, os objetivos do governo brasileiro ao estabelecer uma estratégia nacional de educação financeira são o crescimento do mercado, a inclusão de novas pessoas que hoje se encontram excluídas do sistema financeiro, a proteção dos investidores e o desenvolvimento social do País:

Um dos aspectos que tem que ser contemplado no Relatório e na Proposta de atuação da ENEF] (...) b) objetivos a serem priorizados: crescimento do mercado, inclusão financeira, proteção do investidor, desenvolvimento social, etc. (ENEF, 2007, n.p.).

O terceiro objetivo discursivo identificado nesta segunda categoria é “Democratização dos serviços financeiros” e refere-se ao processo de ampliação do acesso aos serviços financeiros:

Educação financeira deve também caminhar de mãos dadas com um acesso mais amplo a serviços e mercados financeiros. Acesso a serviços financeiros é uma questão importante para muitas economias emergentes – assim como para grupos significativos em países membros da OCDE, como minorias ou

consumidores de baixa renda que não possuem contas correntes em instituições bancárias. (OCDE, 2006, n.p.).

Esta preocupação também pode ser identificada no discurso da empresa Mastercard quando esta afirma que seu programa de educação financeira tornará possível que todos os consumidores, de forma indiscriminada, tenham acesso aos serviços financeiros:

O programa Consumidor Consciente tem como objetivo proporcionar as melhores ferramentas sobre sua educação financeira para ajudar aos consumidores a ter uma melhor gestão do seu dinheiro, desenvolver hábitos positivos de gasto e poupança e educa-los sobre o uso responsável dos meios de pagamento eletrônicos. (MASTERCARD, 2009, n.p.).

Neste processo, o próprio papel das instituições financeiras é encorajado e destacado, tanto em relação aos consumidores externos de seus produtos financeiros,

Ações de educação financeira oferecidas por instituições financeiras devem ser regularmente avaliadas para garantir que estejam de acordo com as necessidades dos consumidores. Esta avaliação pode ser realizada por intermédio de parcerias com organismos de aconselhamento financeiro independente e sem fins lucrativos que talvez estejam em maior sintonia com os consumidores, particularmente com aqueles que enfrentam desvantagens em sua participação nos mercados financeiros. (OCDE, 2005, n.p.).

quanto em relação aos seus funcionários:

Instituições financeiras devem ser encorajadas a oferecer oportunidades de educação financeira a seus funcionários e elaborar códigos de conduta para o fornecimento de conselhos gerais sobre investimentos e empréstimos, não ligados à oferta de um produto específico. (OCDE, 2005, n.p.).

É importante destacar que, nos discursos analisados, não apenas as instituições financeiras têm um papel de destaque, mas também as suas associações. E, além destes, podem-se identificar outros *stakeholders* importantes no processo de educação financeira, tais como governos, instituições financeiras, funcionários, sindicatos e grupos de consumidores. Cabe ressaltar, no entanto, que, nos discursos analisados, a educação financeira é um complemento e não um substituto aos programas de Proteção do Consumidor e de Regulação das Instituições Financeiras:

Educação financeira pode complementar, mas nunca ocupar o lugar de outros aspectos relacionados a políticas financeiras bem-sucedidas como proteção do consumidor e a regulação das instituições financeiras. (OCDE, 2006, n.p.).

No que diz respeito a este processo de ampliação do acesso aos serviços financeiros em função de sua importância, ele também faz parte das considerações das autoridades brasileiras, aparecendo de forma recorrente no discurso do governo brasileiro:

As medidas para proteger os consumidores dos produtos financeiros, por meio de regulação, fiscalização e sanção, serão tanto mais efetivas quanto maior for a sua sincronia com os esforços educacionais. (ENEF, 2009, n.p.).

4.3. Categoria 3: Práticas de Educação Financeira

O primeiro objeto discursivo desta categoria é “a diversidade na prática”. Apesar de a homogeneidade, a padronização e a criação de modelos a serem seguidos estarem presentes nos discursos acerca dos princípios e das diretrizes de educação financeira, no momento de implementação dos projetos pode-se identificar discurso acerca do respeito à diversidade existente de país para país.

A OCDE, por exemplo, assume em seu discurso que a implementação de programas de educação financeira deve levar em consideração os fatores econômicos, sociais, demográficos e culturais dos países. Tal procedimento torna-se viável em função de haver inúmeros métodos para se desenvolverem programas de educação financeira bem-sucedidos para um público específico.

No caso da empresa Mastercard, pode-se identificar essa construção discursiva logo na primeira página de seu sítio eletrônico, onde aparecem bandeiras de diversos países atrelado ao conteúdo de educação financeira. No entanto, apesar desta aparente pluralidade, na prática há somente três versões do mesmo conteúdo disponível: uma em português, uma em inglês e uma em espanhol, todas bastante semelhantes entre si. Além das semelhanças, observa-se que a página em português apresenta erros gramaticais, e a página em inglês possui vários trechos em espanhol, ou seja, pode-se argumentar que não houve uma preocupação maior com o processo de tradução das ideias e princípios. Um segundo, e último objeto discursivo desta categoria é “Consumo financeiro responsável por meio de escolhas conscientes”, e diz respeito à proteção dos consumidores dos produtos financeiros por meio da educação para o consumo financeiro responsável. Tanto no que diz respeito ao discurso do governo brasileiro quanto no discurso da empresa Mastercard, a relação entre cidadania, consumo consciente e sistema financeiro aparece de forma bem clara:

“Art. 1º Fica instituída a Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF com a finalidade de promover a educação financeira e previdenciária e contribuir para o fortalecimento da cidadania, a eficiência e solidez do sistema financeiro nacional e a tomada de decisões conscientes por parte dos consumidores” (DECRETO nº 7.397, de 22.12.2010)

Para Savoia, Saito e Santana (2007), o governo brasileiro, por exemplo, nos últimos anos procurou ampliar a oferta de crédito, de forma a incentivar o consumo de bens e de serviços e, assim, aumentar a produção. No entanto, tal procedimento não pode ocorrer sem responsabilidade:

Os cartões de crédito, os empréstimos e qualquer outro tipo de crédito são convenientes porque (...) permitem administrar seu dinheiro de forma mais fácil e podem ser especialmente úteis em emergências. O crédito é uma ferramenta poderosa. Mas o crédito também representa uma grande responsabilidade. (MASTERCARD, 2009, n.p.).

De uma forma geral, a falta de conhecimento financeiro por parte dos indivíduos preocupa os governos por duas razões: (a) indivíduos não possuem adequado conhecimento e compreensão sobre assuntos financeiros para atuarem no complexo mercado da atualidade; e (b) geralmente acreditam que possuem mais conhecimentos financeiros do que de fato possuem:

Uma maior quantidade de inovações e o aumento da complexidade nos mercados de crédito estão transferindo riscos adicionais aos indivíduos que têm dificuldades em avaliar as opções de crédito disponíveis e compreender os termos e condições destes produtos. (OCDE, 2009, n.p.).

Neste sentido, as escolhas conscientes associam, de forma inequívoca, responsabilidade, cultura financeira e cultura de planejamento de vida:

Seja um consumidor responsável. Depois de decidir sobre o tipo de crédito que necessita e o valor que pode assumir, siga estes passos para manter um bom histórico de crédito: procure as melhores condições de crédito. Certifique-se de que tenha entendido os termos de qualquer contrato antes de aceitar um empréstimo ou cartão de crédito. Reserve mensalmente um valor para as emergências. (MASTERCARD, 2009, n.p.).

4.4. Convergências discursivas

A análise dos dados aponta para três convergências discursivas.

A primeira diz respeito à padronização dos princípios, dos sujeitos e das práticas de educação financeira. Apesar de serem apontadas de forma superficial, na essência as diferenças históricas e regionais são desconsideradas. Ao ignorar as particularidades e as idiosincrasias das diferentes regiões, cria-se um distanciamento entre as diretrizes difundidas pelos programas padronizados de educação financeira e a realidade das práticas sociais, econômicas e culturais de cada país. Assumir que os programas de educação financeira são padronizados implica assumir que as diretrizes estabelecidas *a priori* por países ricos são as mais adequadas e

que podem ser (re)aplicadas – sem adaptações – em contextos: (1) de grandes desigualdades de renda; (2) de alto índice de exclusão financeira, econômica e social; (3) e de baixos níveis educacionais.

Uma segunda convergência diz respeito ao discurso acerca do atual processo de complexificação dos mercados financeiros. Esta complexidade pode ser inferida por meio das recorrentes configurações e reconfigurações do mercado, constituindo um cenário de mudanças rápidas que demandam análises financeiras cada vez mais sofisticadas, apresentando sérios desafios até mesmo para os reguladores destes mercados.

E, por fim, a terceira convergência identificada se refere à existência de um discurso que privilegia a crescente transferência de responsabilidade na gestão dos recursos financeiros para os indivíduos. A ideia é que a responsabilidade e o risco pelas decisões financeiras, sempre uma tarefa bastante complexa, contemporaneamente são menos atribuições ou responsabilidade dos governos ou das empresas, e mais dos indivíduos. Neste sentido, esta tendência de responsabilização do indivíduo nos permite refletir, mais uma vez, sobre a assimetria de poder existente entre os atores sociais que, por ser muito grande, reflete-se nas próprias condições de obtenção das informações. Será que é permitido, ao indivíduo, o acesso ao mesmo repertório de informações que uma instituição financeira possui para obter maiores retornos financeiros a partir dos recursos de que dispõe, levando em consideração as oscilações do mercado? Essa questão já foi observada por Willis (2009), que ressalta que a assimetria de informações é inerente à lógica do mercado por dois motivos principais: (a) os provedores de serviços financeiros possuem mais informações e recursos para analisá-las e (b) no momento em que os consumidores conseguem adquirir competências para compreender os últimos desenvolvimentos nos mercados financeiros, de capitais e de seguros, estes mercados já mudaram.

5. Considerações Finais

O presente estudo teve, por objetivo, analisar os discursos sobre educação financeira de três ativos atores neste processo: o governo brasileiro, a empresa Mastercard e a OCDE. Cabe destacar que este trabalho não pretende representar uma discussão exaustiva do tema, mas contribuir para uma reflexão mais ampla sobre os desafios relativos a esta questão.

A partir da coleta e da análise dos dados foi possível identificar três formações discursivas, que reúnem objetos discursivos que identificam (a) a existência de um movimento global, ideal e exemplar de educação financeira; (b) princípios e recomendações referentes aos programas de educação financeira; e (c) as práticas atuais e as práticas ideais dos programas de educação financeira.

Ao serem analisadas em conjunto, as três formações discursivas nos permitem perceber que existem convergências entre elas que privilegiam algumas ideias em detrimento de outras.

A primeira diz respeito à padronização dos princípios, dos sujeitos e das práticas de educação financeira. A segunda se refere ao discurso acerca do atual processo de intensa complexidade contínua e crescente dos mercados financeiros. E, por fim, a terceira convergência identificada se refere à existência de um discurso que privilegia a crescente transferência de responsabilidade na gestão dos recursos financeiros para os indivíduos.

Diante deste quadro, algumas indagações emergem. Será que os programas de educação financeira são realmente eficientes? Como educar financeiramente a população – de forma indiscriminada - se até mesmo os reguladores destes mercados têm dificuldades em compreender os novos serviços e produtos disponibilizados? Em relação a estas perguntas, acreditamos que, mais eficaz do que o desenvolvimento de programas de educação financeira, seria melhor para um país em desenvolvimento como o Brasil investir em duas grandes áreas de atuação: (i) educação de um modo geral, pois cidadãos bem educados são capazes de gerir seus recursos financeiros de modo satisfatório; e (ii) supervisão financeira, uma vez a assimetria informacional entre quem oferece e quem adquire produtos financeiros pode ser reduzida em mercados financeiros bem regulados.

Neste sentido, o discurso de transferência de responsabilidade para os indivíduos em um ambiente complexo e caracterizado por intensa assimetria de informação nos permite vislumbrar possíveis desdobramentos negativos para a sociedade.

Um destes desdobramentos negativos seria a possibilidade de o próprio consumidor sentir-se culpado, mesmo após adquirir novos conhecimentos sobre economia e finanças, por suas falhas na promoção de seu bem-estar financeiro. Não acreditamos, porém, que isso seja benéfico para a sociedade. Com a crescente complexidade dos serviços e produtos financeiros, o consumidor não pode se sentir culpado por não ter sido hábil ao lidar com informações tão herméticas, inseridas em estruturas socioeconômicas tão poderosas. Acreditamos que, ao transferirem a responsabilidade para os indivíduos do eficiente gerenciamento de suas finanças pessoais, os programas de educação financeira analisados encobrem e mascaram um lado perverso e danoso das relações mercantis.

Outro desdobramento vislumbrado na análise realizada é a diminuição do papel do Estado neste processo. Assumindo que a educação financeira é um bem público que traz benefícios a toda a sociedade por meio do aumento do nível de bem-estar econômico geral, é função primordial dos governos liderarem este processo. Parece-nos que as instituições financeiras privadas nacionais e internacionais se beneficiam dos baixos níveis de educação financeira da população. Ou seja, ao contrário do discurso propagado, os agentes financeiros aumentam seus lucros exatamente quando o consumidor se torna ineficiente na gestão de seus recursos financeiros. Talvez um possível caminho para a diminuição da carga de responsabilidade sobre os indivíduos possa ser a atuação mais ativa dos governos na regulação dos mercados financeiros.

As convergências nos discursos nos permitem, ainda, inferir que talvez o elemento discursivo comum entre governos, empresas privadas e organizações internacionais, no que se refere ao tema da educação financeira, seja a própria lógica de mercado. Nossa análise sugere que os objetos discursivos relacionados ao tema não são neutros e nem inocentes, uma vez que visivelmente beneficiam a atuação de alguns atores em detrimento de outros, e corroboram um tipo específico de mercado: o mercado livre neoliberal. De forma complementar, nos parece que os programas analisados de educação financeira, disseminados e aplicados como exemplares em diversos países, em grande parte produzem e reproduzem de forma negativa a estrutura de valores que perpetua uma visão de mundo baseada na sociedade mercantil.

Acreditamos que a educação em geral e a educação financeira em particular não podem ser compreendidas como um negócio ou como mercadoria. A educação é uma condição necessária, mas não suficiente para a construção de um indivíduo autônomo e emancipado, pois “educar não é uma mera transferência de conhecimento, (...) é construir, libertar o ser humano das cadeias de determinismo neo-liberal, reconhecendo que a história é um campo aberto de possibilidades” (MESZAROS, 2008, p.13). Assim, mesmo as mais nobres utopias educacionais não conseguem superar ou transcender a lógica do mercado que perpetua o domínio do capital como modo de produção e que tem seus fundamentos no individualismo, no lucro e na competição. Parafraseando este autor, restam, então, dois últimos questionamentos acerca do conhecimento financeiro: será este um dos elementos necessários para transformar em realidade o ideal da emancipação humana, apesar de todas as adversidades? Ou será, pelo contrário, a compulsória subordinação dos indivíduos a modos de comportamentos que apenas favorecem a concretização de objetivos do capital financeiro?

Referências

- ABRAMOVAY, R. Finanças sociais. **O Brasil Pensa: Foco**, v.29, 2004.
- ANK BANKING GROUP. **ANZ survey of adult financial literacy in Australia**: final report. ANZ Banking Group and Roy Morgan Research. Melbourne: ANZ Bank, 2003.
- BEAL, D. J.; DELPACHITRA, S.B. Financial literacy among Australian university students. **Economic Paper**, v.22, n.1, p. 65-78, 2003.
- BERNHEIM, B.D.; GARRETT, D.M. The effects of financial education in the workplace: evidence from a survey of households. **Journal of Public Economics**, v.87, 2003.
- BRASIL. Decreto nº 7.397, de 22.12.2010. **Presidência da República**. 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7397.htm>
- CARDOZO, J. S. **Um olhar sobre a estratégia nacional de educação financeira ENEF e sua potencial contribuição para a disseminação da cultura previdenciária**. 2011. 114 f. Monografia (Licenciatura em Pedagogia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2011.
- CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. Critical discourse analysis in organizational studies: towards an integrationist methodology. **Journal of Management Studies**, v.47, n.8, 2010.

- COHEN, M. J. Sustainable consumption American style: nutrition education, active living, and financial literacy. In: Workshop Sustainable Consumption: the contribution of research, 2005, Oslo. **Proceedings...** Gabels Hus, Oslo: Workshop, Oslo, Norwegian University of Science and Technology (NTNU), Industrial Ecology Programme (IndEcol), 2005. p. 123.
- COHEN, M. J. Consumer credit, household financial management, and sustainable consumption. **International Journal of Consumer Studies**, v.31, p. 57-65, 2007.
- DOLVIN, S.D.; TEMPLETON, W.K. Financial education and asset allocation. **Financial Services Review**, v.15, p.133-149, 2006.
- FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: UnB, 2001.
- FOX, J.; BARTHOLOMAE, S.; LEE, J. Building the case for financial education. **The Journal of Consumer Affairs**, v.39, n.1, p. 195-214, 2005.
- FOX, L.; HOFFMAN, J.; WELCH, C. Federal reserve personal financial education initiatives. **Federal Reserve Bulletin**, Autumn, p. 447-457, 2004.
- ENEF. **Deliberação Coremec Nº 3**. 2007. Disponível em: <<http://www.vidaedinheiro.gov.br/Legislacao>>
- ENEF – ESTRATÉGIA NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA. **Seminário Brasil: a educação financeira na escola**. Brasília, Ago. 2008. 34 slides. Disponível em: http://www.vidaedinheiro.gov.br/arquivos/noticias/01_Grupo_de_Trabalho.pdf. Acesso em: 23 jan. 2011. Apresentação em Power-Point.
- ENEF. **O que é ENEF**. 2009 Disponível em: <<http://www.vidaedinheiro.gov.br/Enef>>
- HILGERT, M. A.; HOGARTH, J.M.; BEVERLY, S.G. Household financial management: the connection between knowledge and behavior. **Federal Reserve Bulletin**, v. 89, n.7, p. 309-322, 2003.
- HOGARTH, J.M; HILGERT, A. Financial knowledge, experience and learning preferences: preliminary results from a survey on financial literacy. **Consumer Interests Annual**, v. 48, 2002.
- KERN, D. T.B. **Uma reflexão sobre a importância de inclusão de educação financeira na escola pública**. 2009. 200 f. Dissertação (Mestrado Profissionalizante em Ensino de Ciências Exatas) – Centro Universitário Univates, Lajeado, 2009.
- KUMAR, A. et al. Assessing financial access in Brazil. **World Bank Working Paper**, n.50, 2005.
- LUCCI, C. et al. A influência da educação financeira nas decisões de consumo e investimento dos indivíduos. In: SEMEAD - SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO DA FEA/USP, 9., São Paulo, 2006. **Anais...**, São Paulo, FEA/USP: 2006.
- LUSARDI, A; MITCHELL, O. Financial Literacy among the Young: Evidence and Implications for Consumer Policy . **Journal of Consumer Affairs**, v. 44, n. 2, p. 358-380, 2010.
- MASTERCARD. **Programa de Educação Financeira da Mastercard Worldwide** – Região da América Latina e Caribe. 2009a. Disponível em: <http://www.consumidorconsciente.org/BR>
- MASTERCAD. **Quem somos**. 2009b. Disponível em:<http://www.consumidorconsciente.org/BR>
- MASTERCARD. **Universidade Financeira**. 2009c Disponível em: <http://www.consumidorconsciente.org/BR>
- MATTA, R.O.B. 2007. 214 f. **Oferta e demanda de informação financeira pessoal: o Programa de Educação Financeira do Banco Central do Brasil e os universitários do Distrito Federal**. Dissertação (Pós-Graduação em Ciência da Informação). Universidade de Brasília, Brasília, 2007.
- MEIER, S.; SPRENGER, C.D. Discounting financial literacy: Time preferences and participation in financial

- education programs. **Journal of Economic Behavior & Organization**, Article in Press, 2012.
- MÉSZÁROS, I. **A educação para além do capital**. São Paulo: Boitempo, 2008.
- MUMBY, D. K. Theorizing resistance in organization studies: a dialectical approach. **Management Communication Quarterly**, v. 19, n.19, 2005.
- OEHLER, A.; WERNER, C. Saving for retirement – a case for financial education in germany and uk? an economic perspective. **Journal of Consumer Policy**, v.31, n.3, 2008.
- OLIVEIRA, M.V.S.S. A Corrente do bem da educação financeira: o cidadão está aprendendo o que o Banco Central está ensinando? In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 36., Rio de Janeiro, RJ, 2012. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2012.
- ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT – OCDE. **Financial Literacy and Consumer Protection: Overlook Aspects of the Crisis**. 2009. Disponível em: <www.oecd.org/>. Acesso em: mar. 2011.
- ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT – OCDE. **The Importance of Financial Education**. 2006. Disponível em: <www.oecd.org/>. Acesso em: mar. 2011.
- ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT – OCDE. **Recommendations on principles and good practices for financial education**. 2005. Disponível em: <www.oecd.org/>. Acesso em: mar. 2011.
- OSWICK, C.; GRANT, D.; MARSHAK, R.J.; COX, J.W. Organizational Discourse and Change: Positions, Perspectives, Progress, and Prospects. **Journal of Applied Behavioral Science**, v.46, n.1, p.8-15, 2010.
- PHILLIPS, N.; LAURENCE, T.B.; HARDY, C. Discourse and Institutions. **Academy of Management Review**. v. 29, n.4, p. 635-652, 2004.
- PRICHARD, C. The organization of organizational discourse. **Management Communication Quarterly**, v. 20, n.2, p.213-226, 2006.
- SCHAGEN, S.; LINES, A. **Financial Literacy in adult life: a report to the Natwest Group Charitable Trust**. Slough, Berkshire: National Foundation for Educational Research, 1996.
- SAITO, A.; SAVOIA J.; PETRONI, L. A educação financeira no Brasil sob a ótica da Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico–OCDE. In: SEMEAD - SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO DA FEA/USP, 9., São Paulo, 2006. **Anais...**, São Paulo, FEA/USP: 2006.
- SARMA, M.; PAIS, J. Financial inclusion and development. **Journal of International Development**, v.23, n.5, p. 613-628, 2010.
- SAVOIA, J. R. F.; SAITO, A. T.; SANTANA, F. A. Paradigmas da Educação Financeira no Brasil. **Revista de Administração Pública**. v. 41, n.6, p.1121-41, 2007.
- SOARES, M.; SOBRINHO, A. **Microfinanças: O papel do Banco Central do Brasil e a importância do cooperativismo de crédito**. Brasília: BCB, 2008.
- WILLIS, L. Evidence and Ideology in Assessing the Effectiveness of Financial Literacy Education. **San Diego Law Review**, v. 46, p. 415-447, 2009.
- WISNIEWSKI, M.L.G. A importância da educação financeira na gestão das finanças pessoais: uma ênfase na popularização do mercado de capitais brasileiro. **Revista Intersaberes**, Curitiba, v. 6, n. 12, p.155-172, 2011.
- WORTHINGTON, A.C. Predicting financial literacy in Australia. **Financial Services Review**, v.15, p.58-79, 2006.