

LÁ NOS CONFINS...

A actual crise financeira demonstrou a importância da literacia financeira e de consumo e as intrincadas ligações entre os mercados e o comportamento dos consumidores. Numa época de solicitações cada vez mais constantes e de crescente complexidade nos produtos, serviços e mercados, um vizinho tão distante como a Austrália põe em prática um programa para dar resposta a estas questões que afectarão a longo prazo a qualidade de vida dos seus jovens.

Texto traduzido e adaptado por **Teresa Fonseca e Helena Skapinakis**
Ilustrações de **Mimi Tavares**



O Enquadramento Nacional da Educação Financeira e do Consumo¹, revisto em 2009, foi elaborado em 2005 pelo Ministério da Educação, Emprego, Formação e Juventude da Austrália para articular de forma mais aprofundada as aprendizagens necessárias para alcançar os Objectivos Gerais para a Educação.

A Declaração de Melbourne sobre os Objectivos Gerais para a Educação (2008) reconhece que a função da escola do século XXI é dotar todos os jovens com os conhecimentos, as competências e os valores que lhes permitam aproveitar as oportunidades e enfrentar com confiança os desafios desta nova era. A educação financeira e do consumidor é essencial para a consecução destes objectivos gerais, dando aos jovens australianos a capacidade de tomar decisões de consumo responsáveis e informadas, necessárias para gerir efectivamente a vida e o trabalho nos tempos actuais.

Assim, a partir da exploração de situações concretas da vida real, a literacia financeira e de consumo proporciona aos jovens a oportunidade para:

- Consolidar e aprofundar competências associadas à literacia e à numeracia, aplicando-as a situações reais ligadas às finanças e ao consumo;
- Identificar características pessoais que podem limitar ou contribuir para uma gestão financeira eficaz;
- Aprender a ponderar os riscos em contexto financeiro e a fazer juízos informados;
- Aprender com os sucessos e os erros e aceitar responsabilidade pelas decisões pessoais;
- Desenvolver a capacidade para se tornar consumidor sustentável, avaliando as consequências do seu comportamento como consumidor – para si próprio, para a comunidade e o para o ambiente – e tomando decisões informadas, responsáveis e éticas.

Foram identificados factores críticos na literatura de investigação nesta área, como sendo essenciais para o sucesso de um programa de educação financeira e de consumo. Apresentam-se seguidamente alguns deles:

1. Proporcionar oportunidades de resolução de problemas reais, relacionados com situações do quotidiano dos alunos.
2. Estabelecer uma progressão das aprendizagens ao longo da escolaridade, baseada numa diversidade de experiências de aprendizagens.
3. Centrar-se em princípios e competências.
4. Proporcionar formação profissional dos professores e o seu trabalho em rede.
5. Incluir formas de abordar questões sensíveis.
6. Incluir produtos de variadas marcas.
7. Estabelecer parcerias com outros sectores, incluindo pais, serviços financeiros e outros sectores da comunidade.

DIMENSÕES DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA E DO CONSUMIDOR

O enquadramento aqui apresentado tem quatro dimensões: conhecimento e compreensão, competência, empreendedorismo e responsabilidade. Estas dimensões estão relacionadas entre si e abrangem conceitos-chave da educação financeira e do consumo, como o rendimento, a competição, a troca, a responsabilidade, o poder e o valor.

- **A dimensão do conhecimento e da compreensão** relaciona-se com a natureza e formas do dinheiro, como se utiliza e consequências das decisões de consumo;
- **A dimensão da competência** refere-se à aplicação de conhecimentos e capacidades em vários contextos financeiros e de consumo;
- **A dimensão do empreendedorismo** diz respeito à oportunidade de ter iniciativa, desenvolver capacidades e gerir riscos ao tomar decisões financeiras e de consumo;
- **A dimensão da responsabilidade** reporta-se à tomada de decisões financeiras e de consumo que revelem preocupação com o próprio, os outros, a comunidade e o ambiente.



APRENDIZAGENS ESPERADAS

Com sete/oito anos (3.º ano de escolaridade), o aluno compreende o que é o dinheiro, reconhecendo que não se limita a moedas ou notas. Percebe que o rendimento da família pode provir de diferentes fontes, que é limitado e que as pessoas costumam ter um plano ou um orçamento para gerir o seu dinheiro. Explica as razões pelas quais deseja um determinado serviço ou produto e reconhece que a decisão de gastar dinheiro pode ser influenciada pela publicidade ou pelos colegas.

Já com nove/dez anos (5.º ano de escolaridade), o aluno está consciente de que o dinheiro pode assumir muitas formas e discute os seus direitos e responsabilidades em transacções quotidianas. Percebe que o dinheiro também pode ser emprestado através do recurso ao crédito ou ser proveniente de subsídios

estatais. Compreende diferentes formas de guardar dinheiro e a importância de poupar. Já sabe que o rendimento da família pode ser limitado e percebe que é importante haver uma relação entre as despesas da família e os seus rendimentos. Percebe ainda questões mais gerais ligadas à qualidade de vida, rendimento total da família, despesas e poupanças. Está consciente de como a publicidade e a pressão dos colegas podem influenciar decisões e das consequências das suas escolhas a nível do ambiente e da sociedade.

Agora com onze/doze anos (7.º ano de escolaridade), o aluno compreende a necessidade de fazer planos para o futuro e tem uma visão mais detalhada do uso dos rendimentos. Aplica as capacidades de numeracia e literacia crítica à publicidade e a situações de consumo e

analisa os possíveis efeitos nas finanças pessoais.

Finalmente com treze/catorze anos (9.º ano de escolaridade), o aluno distingue riqueza de rendimento e está consciente das diferentes fontes de rendimentos e de criação de riqueza. É capaz de guardar registos dos seus gastos e de estabelecer objectivos financeiros a médio e longo prazo. Faz escolhas apropriadas à variedade de serviços financeiros existentes e está consciente da informação disponível na comunidade para apoiar as tomadas de decisão. Utiliza informação financeira básica para avaliar riscos em contextos locais, nacionais e globais. Aplica as capacidades de numeracia e literacia crítica para avaliar diferentes formas de investimento e as vantagens e inconvenientes de actividades de angariação de fundos ou iniciativas empresariais.

¹* Texto disponível em http://www.mceecdya.edu.au/mceecdya/national_financial_literacy_framework_homepage,14429.html

SINTETIZANDO

Apresenta-se de seguida a sequência das aprendizagens esperadas ao longo da escolaridade básica, organizadas segundo cada uma das dimensões.

CONHECIMENTO E COMPREENSÃO			
3.º Ano	5.º Ano	7.º Ano	9.º Ano
<ul style="list-style-type: none"> - O dinheiro não inclui apenas moedas e notas - O dinheiro pode provir de diferentes fontes e é limitado (ex: o dinheiro pode vir dos salários, de presentes ou de mesada/ semanada) - O dinheiro é trocado por bens e serviços (ex: o dinheiro compra o almoço no refeitório, paga o bilhete de autocarro, do cinema, etc.) - O dinheiro pode ser usado para satisfazer desejos e necessidades (ex: o dinheiro pode ser posto num mealheiro ou numa conta bancária e usado para comprar roupa ou ofertas) - A diferença entre desejos e necessidades (ex: as pessoas necessitam de comida, roupa e uma casa para viver e podem querer jogos de computador ou roupas de marca) 	<ul style="list-style-type: none"> - Direitos e deveres do consumidor (ex: as pessoas têm o direito de ter acesso a produtos que respeitem as normas de segurança e higiene e têm o dever de pagar atempadamente as suas contas ou prestações, no caso de terem crédito/s) - Diferentes formas de rendimentos (ex: salários, subsídios estatais, juros de poupanças, etc.) - O dinheiro pode ser emprestado (ex: cartões de crédito, empréstimos pessoais, hipotecas, etc.) - As poupanças podem gerar juros (ex: contas a prazo) 	<ul style="list-style-type: none"> - Direitos e deveres do consumidor (ex: elementos básicos de um contrato, verbal ou escrito, consequências da quebra de contrato, garantia de informação rigorosa e riscos envolvidos na compra e venda <i>online</i>) - Factores que afectam as escolhas (ex: a publicidade, a pressão dos pares, o rendimento ou o histórico de compra podem afectar as escolhas) - Importância de definir objectivos financeiros pessoais (ex: distinção entre planeamento a curto e a longo prazo; questões relacionadas com a compra por impulso e os benefícios de um orçamento) - O Estado providencia bens e serviços para responder a necessidades e desejos dos consumidores que pagam impostos (ex: serviços essenciais, como a educação e a saúde, são suportados principalmente pelo Estado) 	<ul style="list-style-type: none"> - Direitos e deveres do consumidor (ex: legislação do consumidor, base legal para contratos simples, obrigações associadas aos empréstimos e formas alternativas de resolver disputas de consumo) - Manutenção de um registo das finanças pessoais (ex: necessidade de registo dos rendimentos e das despesas para fins fiscais, consequências da má gestão financeira) - Uso do crédito (ex: o recurso ao crédito implica pagar juros, esquema para resgates ou outras despesas; reavaliação de contratos com operadoras de telecomunicações) - O rendimento provém de variadas fontes, incluindo riqueza, com diferentes níveis de fiabilidade (ex: os rendimentos provêm dos salários, de doações ou investimentos; relação entre risco e retorno do investimento) - A exactidão e imparcialidade da informação financeira e de consumo varia (ex: os consumidores podem verificar se as entidades estão acreditadas e aceder a organismos oficiais de defesa do consumidor) - Existência de fraudes financeiras (ex: promoções e estratégias de venda ilegais e enganadoras)

Estas dimensões estão relacionadas entre si e abrangem conceitos-chave da educação financeira e do consumo.

COMPETÊNCIAS			
3.º Ano	5.º Ano	7.º Ano	9.º Ano
<ul style="list-style-type: none"> - Usa dinheiro para comprar produtos básicos e serviços (ex: reconhece que é preciso pagar para obter algo) - Compara o valor de produtos similares (ex: preços de produtos de marcas diferentes) - Estabelece prioridades nos produtos que deseja adquirir (ex: coloca por ordem de preferência bens que deseja comprar) 	<ul style="list-style-type: none"> - Classifica e compara bens e serviços (ex: observa etiquetas, avisos de segurança e higiene para comparar produtos) - Elabora planos simples e analisa registos financeiros (ex: prepara um orçamento simples para uma actividade de angariação de fundos e identifica o IVA em recibos e talões de vendas) - Preenche formulários financeiros simples (ex: preenche formulários para depósito de cheques ou fichas de inscrição em actividades) 	<ul style="list-style-type: none"> - Justifica a escolha de um determinado bem ou serviço (ex: compara custos, avalia o melhor preço, avalia se a publicidade é rigorosa e adequada) - Contribui para resolver conflitos relacionados com o consumidor (ex: utiliza estratégias de defesa do consumidor, como preencher uma reclamação ou procurar ajuda junto de organismos de defesa do consumidor; tem comportamentos assertivos em transacções do quotidiano com base na compreensão dos direitos do consumidor) - Elabora orçamentos e registos financeiros simples (ex: prepara orçamentos que têm em conta necessidades e desejos individuais e estabelece prioridades; faz o orçamento de refeições familiares ou de um passeio) 	<ul style="list-style-type: none"> - Elabora orçamentos pessoais e familiares e mantém registos (ex: identifica despesas fixas e variáveis, calcula juros e reembolsos, usa folhas de cálculo) - Utiliza as novas tecnologias para manter registos financeiros apropriados (ex: recorre a folhas de cálculo e ferramentas da Internet) - Utiliza o pensamento crítico e a capacidade de resolução de problemas para tomar decisões financeiras e de consumo informadas (ex: faz opções para solucionar problemas relacionados com as suas finanças pessoais, procura apoio junto da comunidade e organismos nacionais e acede a informação financeira para avaliar riscos e retornos) - Faz escolhas complexas no momento de compra (ex: desenvolve critérios pessoais de consumo baseados nos rendimentos e nas necessidades, acede a informação a partir de variadas fontes (incluindo a Internet) sobre bens e serviços e aplica critérios de comparação) - Avalia diferentes formas de pagamento (ex: avalia riscos, vantagens e desvantagens de pagamentos através de novas aplicações da tecnologia)



EMPREENDEDORISMO

3.º Ano	5.º Ano	7.º Ano	9.º Ano
<ul style="list-style-type: none"> - Aproveita de forma criativa oportunidades para ganhar dinheiro ou obter recompensas (ex: realiza pequenas tarefas, como a lavagem supervisionada de carros) 	<ul style="list-style-type: none"> - Toma iniciativas, aproveitando oportunidades que podem contribuir para criar riqueza (ex: desenvolve com os colegas um projecto de turma para angariar fundos e estabelece critérios para avaliar o seu sucesso) - Angaria fundos para a escola junto de organizações ou empresas da comunidade (ex: procura patrocínios) 	<ul style="list-style-type: none"> - Toma decisões para aumentar o rendimento e riqueza (ex: elabora um plano para aumentar o rendimento da família e/ou para reduzir as despesas, através da compra de produtos que reduzam o consumo de energia; aplica o rendimento em bens que possam criar riqueza. - Assume riscos calculados (ex: envolve-se numa actividade de recolha de fundos ou na criação de uma pequena empresa e elabora um plano flexível, que inclua uma estratégia de publicidade/<i>marketing</i> para aumentar o lucro e/ou vendas) 	<ul style="list-style-type: none"> - Toma iniciativas para criar riqueza (ex: desenvolve um plano a longo prazo de poupança, investimento...) - Toma decisões relacionadas com negócios (ex: apresenta estratégias para maximizar o retorno em iniciativas de angariação de fundos ou negócio) - Reconhece oportunidades para gerar rendimento e riqueza e riscos associados a essas oportunidades (ex: avalia vantagens e desvantagens de negócios e desenvolve planos que mostrem iniciativa e gestão dos riscos)

RESPONSABILIDADE

3.º Ano	5.º Ano	7.º Ano	9.º Ano
<ul style="list-style-type: none"> - Identifica pequenas decisões que podem ter impacto no próprio, nos outros, na comunidade e no ambiente (ex: a quantidade e tipo de pacotes utilizados nas compras ou decisões sobre prendas) - Reconhece que a publicidade pode influenciar as decisões de compra (ex: a forma como a publicidade utiliza heróis e heroínas do desporto, figuras de destaque ou grupos "in") - Reconhece a influência da pressão dos colegas numa compra (ex: explica as razões para uma determinada compra) 	<ul style="list-style-type: none"> - Valoriza a poupança (ex: poupa e cria riqueza para satisfazer necessidades actuais e futuras) - Preocupa-se com o impacto das suas decisões financeiras e de consumo nele próprio, nos outros, na comunidade e no ambiente (ex: atitudes responsáveis como a reciclagem ou o uso responsável da água podem beneficiar a família, a comunidade e o ambiente) - Comporta-se tendo em conta valores associados à participação numa empresa (ex: questões relacionadas com a confiança e deveres quando se compram ou fornecem bens ou serviços) 	<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolve comportamentos éticos (ex: está atento a necessidades e desejos dos outros e a formas socialmente responsáveis de poupar e gastar dinheiro) - Avalia a relação entre gastos e o recurso responsável ao crédito (ex: reconhece que a compra por impulso pode limitar escolhas futuras e que dívidas já existentes e despesas fixas devem ser consideradas quando se decide um limite razoável de crédito) - Revela comportamentos de consumo informados e assertivos (ex: desenvolve estratégias para resistir ao consumo) 	<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolve comportamentos éticos (ex: faz reciclagem, paga os direitos de músicas descarregadas da Internet) - Assume responsabilidade pelas suas decisões e avalia a relação entre os gastos e o recurso responsável ao crédito (ex: selecciona um tarifário para o telemóvel e reconhece a compra por impulso) - Revela comportamentos de consumo informados e assertivos (ex: desenvolve estratégias para resistir ao consumo e avalia técnicas de <i>marketing</i> de vendas; percebe que as escolhas relacionadas com o estilo de vida podem ter impacto no ambiente)