



70

VOZES

PELA

LITERACIA  
FINANCEIRA

POR UMA MELHOR E MAIOR INDEPENDÊNCIA AO LONGO DA VIDA

OFICINA  
DO LIVRO

iscte — Executive  
Education

# A promoção da literacia financeira como um dever acrescido de cidadania

PEDRO CASSIANO SANTOS

*Advogado e sócio da Vieira de Almeida & Associados*

**É elementar que repensemos os temas da literacia financeira, que os saibamos inculcar em gerações mais novas, que coloquemos o sistema bancário e os operadores financeiros verdadeiramente ao serviço do povo para uma maior utilidade e segurança no funcionamento da nossa sociedade, sabendo difundir conhecimento sobre estas matérias de forma tão generalizada quanto possível.**

Sou advogado especialista em direito financeiro, reconhecido pela Ordem dos Advogados, trabalhando há quase 35 anos em temas de direito bancário e financeiro. Ao longo dos anos tenho tido participação profissional em operações de várias naturezas para obtenção de financiamento para projetos estruturais ou para aquisição ou construção de ativos de importância estratégica e também em operações sobre valores mobiliários, admitidos ou não à cotação em mercados

organizados, bem como em operações relativas à constituição, funcionamento, aquisição, venda e resolução de bancos e outras instituições de crédito, sendo muitas vezes chamado a pronunciar-me sobre produtos e serviços por eles colocados à disposição da respetiva clientela (incluindo consumidores, mas também operadores profissionais).

Sinto-me, pois, à vontade para abordar temas relativos à literacia financeira no nosso país, com base na experiência adquirida ao longo destes anos de trabalho nestes domínios, sendo um privilégio poder deixar algumas ponderações e sugestões sobre como poderíamos promover uma participação mais ativa, consciente e esclarecida dos cidadãos nos vários fenómenos de acesso a crédito e da aplicação de poupanças, bem como da utilização de meios de pagamento, tanto ao nível de Portugal como de forma mais alargada no próprio espaço europeu, sabendo que aquilo que fizemos bem na União Europeia acaba por fazer caminho fora dela.

Começo por frisar a relevância que tem para todos os contextos – não apenas ao nível dos próprios mercados financeiros, mas mesmo num nível muito mais abrangente do funcionamento da nossa sociedade – poder dispor de uma base de cidadania instruída, culta, esclarecida e exigente, que sabe fazer escolhas e tomar boas opções.

Também nos mercados financeiros – e mesmo sem sairmos do nível inicial dos mercados bancários, em que todos afinal participamos pelo simples facto de sermos titulares de uma conta bancária – é essencial poder contar com uma base de clientela esclarecida, que possa tomar decisões informadas sobre onde e como pretende colocar poupanças, como e que meios de pagamento pretende usar e se e em que condições pretende aceder a crédito.

Numa só frase, quanto mais informada e esclarecida for a clientela, melhor é para os mercados financeiros e para todas

as entidades e pessoas que neles trabalham, bem como para os respetivos reguladores e para os próprios clientes.

Dou muitas vezes comigo espantado quando assisto a programas de televisão e *talk-shows* em geral, em que os participantes, mas às vezes também os próprios jornalistas, revelam a ausência de um mínimo conhecimento sobre a forma como funcionam os mercados e operadores financeiros. Fico também muitas vezes espantado com algum desprezo intelectual com que tantas vezes estes temas são rotulados em comentários políticos e em tiradas mais ou menos ideológicas que vamos ouvindo um pouco por todo o lado.

É para mim elementar que repensemos os temas da literacia financeira, que os saibamos inculcar em gerações mais novas, que coloquemos o sistema bancário e os operadores financeiros, em geral, verdadeiramente ao serviço do povo, para que possa haver maior utilidade e segurança no funcionamento da nossa sociedade, sabendo difundir conhecimento sobre estas matérias de forma tão generalizada quanto possível.

Sugiro abordar esta temática em três vertentes, a meu ver complementares, com deveres de conduta que se impõem aos vários intervenientes de cada nível.

### **1. Os próprios participantes dos mercados: reguladores, bancos, companhias de seguros, gestores de ativos, intermediários financeiros, intermediários de crédito, emitentes, advogados e outros prestadores de serviços especializados**

Todas as pessoas que trabalham em mercados financeiros não ignoram que a linguagem e a tipologia da documentação utilizadas para a montagem de operações financeiras, ou mesmo para a simples abertura de uma conta bancária são, as mais das vezes, demasiado herméticas, pouco esclarecedoras, em geral extensas e muito pouco práticas.

Obviamente que muitas melhorias foram sendo introduzidas ao longo dos anos, também com a imposição da qualificação de todos os produtos e serviços financeiros por tipologia de risco, bem como com a imposição aos respectivos comercializadores de deveres acrescidos ao nível da divulgação de informação e da transparência, da necessidade de colocação à disposição do cliente/subscritor de informação completa sobre o produto em causa em momento prévio à respetiva subscrição/aquisição, bem como da necessidade de confirmação do perfil de cada destinatário e da adequação do produto em causa a cada cliente da oferta correspondente.

Digamos que ao longo da última década (a chamada diretiva MIFID II 2014/65/EU é de 15 de maio de 2014) entrou no mercado financeiro um patamar de exigência MIFID II, ou seja, impôs-se uma lógica em que aos intermediários financeiros são exigidos deveres acrescidos de confirmação do perfil (de investimento e do nível de risco a que aceitam, podem e devem aceitar ficar expostos os clientes) dos investidores a quem se dirigem e da adequação e encaixe nesse mesmo perfil dos produtos que os clientes podem subscrever ou adquirir, incrementando significativamente, por esta via, os deveres de conduta impostos aos próprios participantes e operadores destes mercados.

Também ao nível do crédito surgiram várias exigências de proteção dos devedores e potenciais devedores, incluindo a imposição da necessidade de divulgação da totalidade das condições e encargos com cada contrato de crédito, com maior ênfase naturalmente no crédito concedido a consumidores. Surgiram, além disso, várias imposições de proteção aos consumidores do crédito, com permissão da regularização de passivos de forma mais suave e possibilidades adicionais para tratamento de situações de endividamento excessivo.

Todas estas medidas são úteis e, por isso, começo por afirmar que exigências de *responsible banking* ou *responsible lending* fazem todo o sentido, assim como faz também todo o sentido que nas atribuições dos próprios reguladores estejam incluídas, em lugar de destaque, preocupações ao nível da promoção da literacia financeira, sendo depois competência das várias autoridades desta natureza velar pelo cumprimento desse objetivo.

Nesta linha, muito tem sido feito nos anos mais recentes em Portugal e na União Europeia, muitas vezes numa lógica quase retributiva da imposição de deveres para quem quer estar ou lançar um produto ou serviço no mercado, dirigindo-o ao público ou, pelo menos, a um determinado público alvo (como são disso exemplo mais evidentes os chamados *disclaimers*, em que o emitente/oferente apresenta um resumo do produto e remata depois com um “não dispensa a consulta do prospeto” ou “sujeito às indicações constantes das condições gerais e particulares aplicáveis”). Certamente muito mais podemos e devemos exigir que seja feito, a benefício da transparência e liberdade de acesso à informação.

Naturalmente que o incumprimento de deveres desta natureza deve ser objeto do sancionamento adequado, até porque muitas vezes os maus exemplos se sucedem e uma postura corretiva e didática dá sempre frutos. Os próprios sítios das autoridades reguladoras, para além das associações especializadas de determinados operadores de mercado e também as instituições de defesa dos consumidores, bem como as várias plataformas para apoio ao cliente, receção e tratamento de reclamações e os portais de clientes bancários ou clientes de seguros, são também ferramentas que se revelaram muito úteis para ajudar a corrigir assimetrias de informação e dão bom seguimento ao incremento da proteção nestes domínios.

Fica assim uma primeira ideia no sentido de que a todos (com natural ênfase para aqueles que exercem estas atividades e delas retiram os seus proveitos) compete este esforço e nenhum dos chamados “*stakeholders*” dos mercados se pode eximir da necessidade de dar sempre o seu melhor contributo no sentido da educação do mercado e dos consumidores mais em geral, ou seja da promoção da literacia financeira.

Mesmo sabendo que a minha opinião pode sempre ser vista como influenciada pelos interesses dos clientes que represento, não deixarei de dizer que me parece que esta é uma vertente que tem sido bastante explorada, na qual podemos sempre fazer melhor, mas não será aquela que mais falta faz desenvolver para promoção da literacia financeira.

Passo por isso a duas vertentes adicionais, abordadas de prismas diferentes, complementares entre si, a que nem sempre tem sido dado o adequado relevo.

## 2. Tudo começa sempre pela educação

É sempre preciso investir na educação, mesmo que esta seja necessariamente uma ferramenta que demora a produzir efeitos.

É preciso que se vá criando um lastro de conhecimento que permita a todos os jovens terem capacidade para discernir e avaliar os vários produtos e serviços financeiros com que inevitavelmente irão lidar ao longo da vida, tal como todos se vão sabendo expressar verbalmente e por escrito, em língua portuguesa e também em língua inglesa, e todos vão dominando melhor as exigências da Matemática, da Geografia e da História.

A esmagadora maioria dos jovens portugueses vai um dia ter cartões de débito e crédito, vão contratar seguros para cobertura de riscos a que se irão expor ao longo das suas vidas, vão ter contas bancárias e utilizar meios de pagamento mais

ou menos inteligentes e eficazes. Infelizmente também terão certamente de lidar com temas como fraudes, extravios, roubos, usurpação ou utilização abusiva dos respetivos meios de pagamento.

Não faz por isso sentido nenhum que o currículo escolar não prepare os nossos jovens para lidar um pouco melhor com estas realidades.

Também neste tema me sinto um verdadeiro privilegiado, porquanto fui voluntário da Junior Achievement e, nessa qualidade, tive ocasião de lecionar, durante períodos de dois meses, alunos do 9.º ano de escolaridade na disciplina de Estudo do Meio, junto de escolas secundárias em zonas menos favorecidas da área metropolitana de Lisboa.

Foram sempre experiências muito gratificantes, porque pude partilhar algum conhecimento com jovens que estariam à partida algo afastados do meu percurso e com eles também aprender muitas coisas úteis sobre a forma como temas do mundo financeiro são encarados na perspetiva de pessoas de gerações muito mais novas, sendo para mim gritante a ausência de transmissão de conhecimentos nestas matérias.

É como se desistíssemos de preparar melhor os nossos jovens, para que sejam amanhã consumidores de produtos financeiros mais responsáveis. Isso é uma completa desinteligência e uma falta de aderência à realidade, tanto mais que não podemos certamente esperar que sejam as famílias a arcar com toda a responsabilidade por educar as novas gerações nestes domínios, até porque nas mais das vezes, e em particular em classes menos favorecidas, serão os pais desses jovens que não dispõem da possibilidade ou mesmo dos conhecimentos necessários para educar e orientar os mais novos nas suas vidas financeiras futuras (se o souberem fazer para si próprios já será fantástico, quanto mais para ensinar e transmitir conhecimento a gerações mais novas).

Recordemos que vivemos num mundo em evolução (poderia dizer em revolução) acelerada e constante, em que as premissas em que as gerações mais velhas assentaram as respetivas vidas (emprego para a vida, reforma garantida, bancos sempre solventes...) podem não se verificar, a todo o momento se alteram e reconfiguram quase que de um dia para o outro.

Nestas circunstâncias, cada um tem mesmo de saber bem as opções que toma, fixar os objetivos que a atingir e construir a sua vida (e o seu acesso a crédito e as suas aplicações de poupança) em conformidade. Tudo isso se aprende e se ensina, sem demagogias e viés ideológicos, para que os cidadãos de amanhã saibam gerir melhor as suas vidas financeiras.

É, assim, a meu ver, essencial que seja introduzida no currículo do ensino secundário (no ensino superior, e em função das áreas técnicas envolvidas, também deveriam naturalmente existir cadeiras que ajudem os alunos a pensar mais em termos práticos, sobre como vão gerir as suas vidas e carreiras, mas esse é um outro tema) uma vertente pragmática que cubra, a benefício de todos os alunos, os temas mais básicos da literacia financeira, ajudando a que cada um saiba ao menos identificar as situações com que se vai deparar ao longo da vida e saiba também aceder aos meios de interpretação, ajuda ou consulta que sejam adequados em cada circunstância.

Não parece muito difícil criar no currículo do ensino secundário uma cadeira que se dedique a estes temas. Quanto à qualificação necessária para ministrar uma cadeira desta natureza, diria que a mesma releva certamente do campo da economia e/ou da gestão, sem descurarmos alguma necessidade de conhecimento jurídico envolvido. Importante seria que esta fosse uma cadeira ministrada em vertente muito pragmática, talvez mesmo ensinada em modo quase lúdico, recriando uma realidade com que todos se deparam quando entram na vida adulta, quando ingressam nas faculdades ou adquirem maior mobilidade.

Não seria muito difícil que uma cadeira desta natureza fosse ensinada em formato de jogo de simulação da vida real, possível até em formato *online*, povoada de exemplos de situações retiradas do dia a dia e das necessidades na nossa vida quotidiana. Digamos que seria uma cadeira destinada a permitir que todos os alunos do ensino secundário adquiram um mínimo de familiaridade com procedimentos e atuações que lhes serão exigidas pela vida real, tais como: abrir uma conta bancária, pedir e utilizar um cartão de crédito ou de débito, contratar um seguro, efetuar um pagamento e exigir um recibo, definir um plano de atuação para atingir certo resultado ou um plano de poupança e investimento para (auto) financiar um ativo ou uma experiência que se pretende concretizar, analisar um orçamento e entender como financiar determinado projeto, etc.

Parece-me sempre tão útil e simples que é difícil entender como é que os currículos do ensino secundário não versam sobre estes temas, parecendo impor um certo obscurantismo nos conhecimentos colocados à disposição de gerações de novos cidadãos, que uns anos mais tarde acabam tantas vezes por gerar ineficiências, perdas e expectativas mal geridas.

Parece-me que se impõe uma revisão curricular para que esta vertente seja consagrada ao nível do ensino secundário e todos teríamos certamente muito a ganhar com isso.

### **3. A verdadeira consciência cidadã**

Todos somos consumidores de produtos e serviços bancários e financeiros, tendo nessa condição uma arma relevante de intervenção, da qual nem sempre nos lembramos, mas de que não podemos prescindir.

Um consumidor faz escolhas e toma opções, seleciona os interlocutores com que aceita relacionar-se, elege os conceitos

e riscos a que aceita expor-se, procura rentabilidades e condições que lhe são vantajosas ou que são para si adequadas, compra uns produtos em detrimento de outros e escolhe as entidades em quem aceita depositar a sua confiança.

Quando falamos de produtos e serviços bancários e financeiros, falamos habitualmente, e em primeiro lugar, da escolha do banco ou da instituição de crédito com que aceitamos estabelecer uma relação bancária, sabendo que essa é habitualmente a escolha do banco onde pretendemos receber o nosso ordenado, efetuar o giro da nossa gestão de tesouraria, pagar as nossas despesas, emitir o nosso cartão de crédito e débito e solicitar o nosso crédito à habitação.

Em todas essas escolhas, nós, enquanto consumidores ou numa perspetiva mais lata enquanto cidadãos, temos à disposição uma ferramenta relevante para influenciar (e, ao nosso nível, microcondicionar) os mercados em que nos movimentamos, os operadores que neles funcionam, os produtos e serviços colocados à nossa disposição, tendo uma espécie de direito de voto sobre a maneira como entendemos que o mercado deve evoluir.

Se acrescentarmos a esse nível mais elementar uma postura mais pró-ativa enquanto consumidor participativo, que participa em estudos de opinião, que avalia a qualidade dos produtos, que avalia a qualidade dos contactos que efetua, das vezes que acede às plataformas de serviço, dos pedidos de informação ou assistência que apresenta, temos afinal ferramentas que nos permitem intervir ainda com mais sentido no ecossistema de que fazemos parte.

E se a essa postura mais pró-ativa acrescentarmos uma atitude de consumidor verdadeiramente exigente, que apresenta reclamações por falhas ou mau funcionamento dos serviços, que contacta com os reguladores e com as estruturas de

provedoria dos interesses dos clientes, que integra associações de consumidores ou fóruns equivalentes destinados à proteção dos interesses dos consumidores, temos de concluir que os consumidores instruídos, pró-ativos e exigentes são afinal peças essenciais para um adequado funcionamento do mercado.

Este raciocínio será certamente transponível para outros domínios de atividade económica, em que os consumidores nem sempre se apercebem das ferramentas à sua disposição e da importância que têm para o próprio sistema.

Essa é uma razão acrescida para investir na literacia dos consumidores, contribuindo para criar a consciência de que consumidores instruídos fazem a diferença, porque são exigentes e elevam o nível dos produtos e serviços que são colocados à disposição dos mercados.

A terceira vertente da literacia financeira em que temos de investir corresponde à aquisição de conhecimento sobre a importância que os consumidores têm para os mercados (repito, mais informados para que possam fazer escolhas acertadas, pró-ativos para que utilizem as estruturas do mercado, e exigentes para que saibam exercer os seus direitos, formular reclamações e sugestões, melhor). Fazem assim sentido todas as iniciativas que promovam a maior consciência cidadã dos consumidores e a sua intervenção exigente, estimulando o surgimento de plataformas de cliente, serviços de reclamações e apoio ao cliente, associações de clientes e consumidores. Estas estruturas devem ter tempo de antena, ser ouvidas e recolhidos os respetivos contributos e comentários; devem ser destacadas pelos *media* e demais fóruns de partilha de informação, sendo objeto de avaliação periódica, objetiva e isenta.

Como é que se promove a literacia financeira neste domínio? Pela criação e estímulo de uma consciência cidadã que valorize a atuação dos consumidores, pela instituição de estruturas de

contacto fácil e recolha de contributos por parte dos clientes/consumidores, com imposição de obrigações de resposta com conteúdo e em tempo útil e pelo destaque mediático e social à postura contributiva por parte dos consumidores. Temos feito muito pouco sobre isto no mercado bancário e financeiro ao longo dos últimos anos/décadas, mas certamente teríamos todos a ganhar com a elevação do nível de exigência dos consumidores, obrigando os operadores de mercado a prestar melhor serviço e a atender mais às necessidades dos consumidores.

Também os reguladores têm um papel a desempenhar neste domínio, não apenas ao nível do seu funcionamento como ouvidores e mediadores de reclamações e outros conflitos de consumo, como pelo destaque acrescido que deveriam dar às iniciativas dos próprios consumidores, muitas vezes merecedoras de prémios mediatizados ou pelo menos de referência em relatórios de supervisão que vão sendo divulgados.

Investir na literacia financeira faz todo o sentido, impondo aos operadores de mercado deveres acrescidos nas respetivas condutas e na sua atuação mais em geral, contribuindo para a formação de novas gerações de cidadãos e que todos saibam orientar as suas vidas e a gestão do seu património. Nunca são demais os conhecimentos que os consumidores de produtos e serviços bancários e financeiros podem adquirir, pois nunca ficamos a perder com consumidores que sabem fazer escolhas, que têm posturas pró-ativas e interventivas e que são exigentes.

**Pedro Cassiano Santos**, licenciado em Direito pela Faculdade de Direito de Lisboa e pós-graduado no Colégio da Europa, em Bruges (Bélgica), integra a Vieira de Almeida & Associados (VdA) desde 1989, onde foi promovido a sócio em 1996, sendo hoje o sócio responsável pela área de direito bancário e financeiro, assumindo a responsabilidade global pelos clientes e transações do setor financeiro e pela coordenação dos

advogados que trabalham neste sector. Presta assessoria jurídica em operações bancárias, financeiras e de mercado de capitais, cobrindo a generalidade das matérias regulatórias do setor financeiro, trabalhando usualmente em operações de financiamento sindicado e em financiamentos estruturados, incluindo a emissão e colocação de instrumentos de dívida, híbridos e de capital, *warrants*, produtos financeiros derivados e sintéticos. Trabalha também ativamente em operações de securitização e noutros tipos de operações *asset-backed*, bem como em operações de financiamento estruturado, matérias sobre as quais é orador regular em conferências, seminários e professor convidado em cursos de mestrado e pós-graduação organizados por institutos e universidades distintos. Esteve destacado durante quase cinco anos numa instituição financeira internacional a operar em Portugal como responsável pelo departamento jurídico interno da mesma. É reconhecido como advogado especialista em Direito Financeiro pela Ordem dos Advogados e dispõe de credenciação como formador certificado pelo IEFP.

Afonso Nascimento | Alexandre Meireles | Ana Carvalho | Ana Maria Simões | Ana Santiago | André Pinção Lucas | António Domingos | António Gomes Mota | António Nogueira Leite | António Sabugueiro | Carim Habib | Carlos F. Alves | Carlos Cipriano | Cláudia Custódio | Cristina Casalinho | David Duarte | Diogo Mónica | Duarte Gomes Pereira | Eduardo Damasio | Fernando Félix Cardoso | Fernando Teixeira dos Santos | Fernando Virgílio Macedo | Francisco Montanha Rebelo | Gonçalo Nascimento Rodrigues | Hélder Rosalino | Helena Garrido | Helena Soares | Isabel Cipriano | Isabel Lourenço | Isabel Ucha | Jaime Carvalho Esteves | João Carvalho das Neves | João Costa | João Morais Barbosa | João Pedro Oliveira e Costa | João Pedro Vidal Nunes | João Pratas | João Sousa | Jorge Miguel Bravo | José Azevedo Rodrigues | José Crespo de Carvalho | José Galamba de Oliveira | Licínio Pina | Luis António | Luís Coelho | Luís Lobo Jordão | Luís Silveira Rodrigues | Maria João Major | Maria Luís Albuquerque | Mário B. Ferreira | Mário Centeno | Miguel Maya | Nuno Pereira | Paula Franco | Paula Geada | Paula Teixeira | Pedro Andersson | Pedro Cassiano Santos | Pedro Cunha | Pedro Lino | Pedro Wilton | Raul Afonso | Ricardo Costa | Rita Piçarra | Rogério Campos Henriques | Rui Alpalhão | Rui Bairrada | Rui Pedro Almeida | Rui Vinhas da Silva | Sébastien Haquette | Sérgio Pontes | Tiago Gonçalves | Tim Vieira | Victor Guégués | Vítor Ribeiro | Vítor Santos



Siga nos

 [leya\\_portugal\\_oficinadolivro](https://twitter.com/leya_portugal_oficinadolivro)

 [leya.oficinadolivro](https://www.facebook.com/leya.oficinadolivro)