

BC divulga Estatísticas Monetárias e de Crédito à imprensa

[Clique](#) para acessar as Estatísticas Monetárias e de Crédito com os dados atualizados até abril de 2025.

Conferência Anual do BC: como a transparência na comunicação influencia a economia?

Michael McMahon, professor de Economia de Oxford, falou sobre a relação entre comunicação e política monetária. A palestra ressaltou a importância do relacionamento com a mídia como canal essencial de engajamento com o público e de tradução das mensagens técnicas. A participação de McMahon na Conferência Anual do Banco Central está disponível na íntegra no YouTube.

Política monetária não é feita apenas de números, gráficos e decisões técnicas. Ela também é feita de palavras – e da forma como elas chegam ao público. Essa foi a mensagem central da palestra magna de Michael McMahon, professor de Economia de Oxford, em 15/05, durante o segundo dia da Conferência Anual do Banco Central.

Com base em sua experiência acadêmica e atuação junto a bancos centrais europeus, McMahon compartilhou 15 lições essenciais sobre comunicação de política monetária, analisando erros passados, avanços recentes e caminhos para o futuro. Segundo ele, a transparência e a clareza no discurso influenciam diretamente as expectativas dos agentes econômicos – e, por consequência, a eficácia das políticas.

A palestra foi transmitida ao vivo pelo YouTube e está gravada na plataforma. Assista à íntegra: [Conferência Anual do BC \(15/05\) – Palestra Magna – Português](#).

Dois públicos, duas linguagens

“Política monetária é 98% conversa e 2% ação”, citou o economista, mencionando uma fala de Ben Bernanke, ex-presidente do Federal Reserve (Fed) dos EUA e ganhador do Prêmio Nobel de Economia. Para ele, as palavras dos Bancos Centrais moldam tanto os mercados quanto a confiança pública.

Segundo ele, ao simplificar a linguagem, temos políticas mais efetivas.

"Num banco central, nós usamos palavras que muitas pessoas não compreendem nas ruas. Essa linguagem é importante, e ela tem um significado preciso. Mas, uma vez que falamos com uma audiência mais ampla, precisamos ter atenção em como vamos ser entendidos", disse Michael McMahon, professor de Economia de Oxford.

O professor alerta ainda que a política monetária precisa funcionar para ambos os públicos, mas a comunicação raramente é pensada para isso.

Em uma hora e meia de apresentação, o palestrante mostrou como é fluente nas duas línguas: a voltada ao mercado e a destinada ao cidadão comum. Sua fala destaca a importância de ter clareza, honestidade sobre as incertezas e investimento em educação econômica.

Teoria versus realidade

McMahon cita o exemplo do modelo novo-keynesiano – arcabouço teórico que orienta a atividade de grande parte dos bancos centrais ao redor do mundo. O professor salienta como esse modelo assume “expectativas racionais” e “informação completa”, pressupondo que famílias, empresas e o próprio Banco Central compreendem todos os dados da economia de forma idêntica e formam previsões ótimas. Segundo ele, na prática, ninguém tem toda a informação e mesmo com os mesmos dados, analistas podem chegar a conclusões diferentes. Ou seja, há um hiato entre teoria e prática, o que reforça a importância da comunicação para a credibilidade das políticas

monetárias.

Incerteza e credibilidade

O acadêmico citou trabalhos com o Banco Central da Irlanda, destacando como a percepção de erros na política econômica, mesmo que apenas do ponto de vista do mercado, altera prêmios de risco e encarece o crédito de longo prazo. O BC irlandês passou, em vários momentos, uma imagem de saúde financeira, que foi seguida por uma grande crise.

Neste caso, a inflação não é um problema tão grande quanto a imprecisão na comunicação. “As palavras podem mudar a avaliação do mercado da probabilidade desses erros e, ao fazerem isso, elas mudam o prêmio de risco”, disse ele, demonstrando como um erro percebido pelo – mercado, ainda que injusto – já afeta as expectativas.

McMahon contou ainda que, após a Covid-19, quando o Fed norte-americano manteve a orientação de juros baixos, a inflação começou a subir. O mercado passou a duvidar do compromisso do Banco Central, e o prêmio de risco aumentou significativamente.

“Se você for um criador de políticas, é impossível eliminar todas as incertezas, mas você não quer ser a fonte delas”, concluiu. Para ele, a comunicação do Banco Central precisa refletir a incerteza real. É preciso admitir que os banqueiros centrais não sabem tudo.

O desafio da comunicação com o público

McMahon mergulhou em um de seus principais temas de pesquisa: como comunicar política monetária ao público geral. Uma grande lição de sua carreira é que não se deve subestimar a capacidade do cidadão comum de compreender a economia.

“Eu achava que não havia esperança de explicar as coisas de forma que as pessoas pudessem se engajar, mas eu estava errado. As evidências da pesquisa mostraram que podemos nos fazer entender”, refletiu, reforçando que basta falar numa linguagem acessível e oferecer educação financeira.

Em um experimento controlado, o pesquisador constatou que apenas 47% das pessoas inicialmente acreditavam que um aumento na taxa de juros reduziria a inflação, enquanto quase 40% achavam o contrário: que a inflação aumentaria com juros mais altos. Após uma simples intervenção educativa – com um vídeo de quatro a cinco minutos –, a compreensão correta sobre a relação entre aumento de juros versus inflação subiu para 67%.

A pesquisa demonstra como, com um pouco de informação, os cidadãos são capazes de entender conceitos econômicos. O ensino de princípios da economia para a população em geral assume, portanto, um papel fundamental. McMahon também aconselha evitar jargões, para tornar a mensagem mais humana.

Controle da narrativa

Saber falar com o grande público é, portanto, ter controle sobre a história que está sendo contada. Nesse sentido, o economista defendeu que os bancos centrais ocupem o espaço narrativo antes que o façam por eles. “Se você não assumir a narrativa, outra pessoa vai fazer isso. E essa outra narrativa pode ser mais viral, incorreta e até perigosa”.

Ele ressaltou a importância do relacionamento com a mídia como canal essencial de engajamento com o público e de tradução das mensagens técnicas. Como exemplo, afirmou que, quando a opinião pública sobre os bancos centrais decai, isso gera desconfiança em geral, afetando a independência das instituições. Conquistar o apoio popular com uma comunicação eficaz tem, portanto, impacto direto nas políticas macroeconômicas.

E finaliza com uma analogia: “É como ser um cirurgião cardíaco”. “Sabemos que há riscos, que às vezes as coisas dão errado, mas ainda fazemos a cirurgia porque confiamos no médico”. Ou seja, para ele, as pessoas não precisam entender cada detalhe da política monetária, mas precisam confiar na atuação do Banco Central.

15 lições da política monetária

O professor estruturou sua fala em torno de 15 lições. “Fiz uma palestra similar há um ano e, naquela época eu tinha 13 lições. Mas estamos aprendendo coisas novas. Há novas lições, novas ideias e quando eu tenho mais respostas, mais lições. Então, se vocês voltarem a falar comigo daqui 10 anos, talvez tenhamos 30 lições para comunicação dos bancos centrais”.



McMahon encerrou sua apresentação com um tom otimista, elogiando o Pix. “Ele (o pagamento instantâneo) é útil, melhora as coisas, ajuda. Então, recebam o reconhecimento por isso, mas também por estarem lutando contra a inflação, estabilizando recessões, tornando-as menos severas”, orientou.



O professor Michael McMahon, da Universidade de Oxford, abriu o segundo dia da Conferência Anual do Banco Central do Brasil com uma palestra magna sobre comunicação de política monetária.

Prazo para encerramento da tomada de subsídios nº 118 sobre “tokenização” de cartões é prorrogado por 30 dias

O prazo de encerramento da tomada de subsídios nº 118/2025, que tem como objetivo obter contribuições para o aprimoramento da regulação de arranjos de pagamento integrantes do Sistema de Pagamentos Brasileiro (SPB) e de suas modalidades de participação, foi prorrogado por 30 dias. A mudança objetiva dar mais tempo para a coleta de informações que irão subsidiar estudos sobre o tema, incluindo eventual necessidade de futura edição de ato normativo.

Com a alteração, a tomada de subsídios nº 118/2025, lançada em 4 de abril de 2025, passará a se encerrar em 2 de julho de 2025. O prazo anterior para o fim do envio de propostas pela sociedade expiraria no próximo dia 2 de junho. No total, serão dados 90 dias para o encaminhamento de sugestões que possam colaborar no aperfeiçoamento da regulação a ser proposta, que tratará de questões sobre a eventual necessidade de os instituidores de arranjos de pagamento integrantes do SPB preverem modalidade de participação em seus regulamentos para disciplinar a prestação de serviço de solicitação e armazenamento de token de dados de instrumentos de pagamento, como os oferecidos por carteiras digitais tais como Apple Pay, Samsung Pay e Google Pay.

A tomada de subsídios visa a contribuir para a elaboração de uma proposta regulatória com o objetivo de aumentar a solidez e a eficiência e reduzir os custos no mercado de pagamentos, possibilitando aos estabelecimentos comerciais uma redução nos custos das operações com cartões. Pretende-se, também, tornar as regras mais seguras e transparentes para usuários e participantes dos arranjos, além de mitigar o risco de tratamento discriminatório entre os participantes, quanto a possíveis limitações à atuação de algum participante ou à inovação dos serviços prestados no âmbito do arranjo.

[Clique](#) para ver a tomada de subsídios 118 e 121/2025.

Fonte: [BC](#), em 29.05.2025.