

GLOBAL MONEY WEEK 2025 – 17 a 23 de março

Coordenador Nacional/Jurisdição: Comissão de Valores Mobiliários (CVM)

Principais Instituições Participantes:

- ABCripto
- Anbima
- Ancord
- Apimec
- B3
- Banco Central do Brasil
- Banrisul
- Cresol
- Mub3 - Museu Da Bolsa Do Brasil
- Planejar
- Sicoob
- Sicredi

Outras Instituições Participantes:

- Centro Universitário Do Estado Do Pará (Cesupa)
- Colégio Spinosa
- Editora Oficina das Finanças
- Escola Municipal Anazareth Nunes Ferraz
- Escola Municipal em Tempo Integral Lions Dirceu Veloso
- Escola Municipal Professora Maria das Dores Pires Cafaggi
- ESPM
- INSPER
- Instituto Soaper – ONG Fazendo a Diferença
- Ministério Público de Minas Gerais – Procon
- Radium
- Unicred Porto Alegre
- Universidade São Judas Tadeu

Participantes Individuais:

- Aline Educadora Financeira
- Philip Araújo Silberman

A 13ª edição da Global Money Week (GMW), campanha global dedicada à promoção da educação financeira para crianças e jovens, ocorreu entre os dias 17 e 23 de março de 2025. Com o tema “Pense antes de seguir, seu futuro financeiro agradece por refletir”, a GMW 2025 destacou a importância do pensamento crítico diante dos desafios impostos pelas finanças digitais, da influência dos chamados “finfluencers” e do uso crescente da inteligência artificial. A campanha estimulou crianças, adolescentes e jovens adultos a refletirem cuidadosamente antes de tomar decisões financeiras que possam impactar seu futuro, promovendo o desenvolvimento de habilidades para lidar com vieses emocionais e identificar informações confiáveis em um ambiente digital cada vez mais complexo.

Entre os principais riscos enfrentados pelas novas gerações no ambiente financeiro digital estão as bets, cassinos virtuais e esquemas de pirâmide, frequentemente disfarçados como oportunidades de investimento legítimas. Esses modelos, muitas vezes impulsionados por influenciadores digitais, prometem ganhos rápidos e fáceis, atraindo especialmente jovens com baixo nível de letramento financeiro e pouca experiência prática. A exposição a esse tipo de conteúdo, potencializada pelas redes sociais e por vieses comportamentais, torna essencial desenvolver o pensamento crítico e reforçar a educação financeira desde cedo.

No Brasil, a GMW 2025 foi coordenada pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), que realizou iniciativas próprias e estabeleceu parcerias com outras instituições. Além disso, diversas entidades públicas e privadas promoveram ações alinhadas ao tema da campanha, ampliando o alcance das mensagens educativas sobre finanças. Os temas abordados incluíram bets, esquemas de pirâmide, cassinos virtuais, vieses comportamentais, riscos relacionados às memecoins, atuação de finfluencers, investimentos, proteção ao investidor e planejamento financeiro. As atividades tiveram como objetivo fortalecer a capacidade analítica dos jovens frente a um cenário digital em constante evolução, incentivando decisões financeiras mais conscientes e seguras.

O toque de campanha na sede da B3, realizado em 17 de março, marcou o lançamento oficial da Global Money Week 2025 no Brasil. A cerimônia contou com a participação da CVM, Anbima, B3, Ancord, Planejar, Apimec, Riot e outros parceiros comprometidos com a promoção da educação financeira para o público jovem. O Superintendente Geral da CVM, Alexandre Pinheiro dos Santos, esteve presente e ressaltou a importância da campanha.

Após a cerimônia de abertura, a sede da B3 foi transformada em uma arena para um jogo de exibição de League of Legends (LoL), realizado em parceria com a Riot Games — desenvolvedora e publicadora do jogo, conhecido por sua extensa comunidade jovem. Essa iniciativa buscou aproximar os jovens dos temas relacionados à educação financeira, unindo o conhecimento técnico da B3 ao alcance e engajamento proporcionado pela Riot Games.



A edição brasileira da Global Money Week 2025 contou com a participação de **27 instituições** de diversos setores, incluindo reguladores, bancos, cooperativas, associações, ONGs, empresas e entidades privadas, universidades, escolas e órgãos públicos.

Ao todo, foram realizadas **1.970 iniciativas**, que alcançaram mais de **4,9 milhões de pessoas**. O número total de iniciativas (somando eventos e ações de divulgação) permaneceu estável em relação ao ano anterior, com leve crescimento de 0,2%. Por outro lado, houve uma redução de 42% no número total de pessoas alcançadas, principalmente devido à queda no alcance indireto das ações de divulgação. Em contrapartida, o alcance direto aumentou expressivamente em 2025, alinhado ao crescimento do número de eventos realizados.

A distribuição das iniciativas foi a seguinte:

1. Foram realizados **1.777 eventos** presenciais e online, incluindo lives, webinars, palestras, seminários, workshops, podcasts e sessões de orientação financeira, **beneficiando diretamente mais de 409 mil pessoas**. Em relação ao ano de 2024, houve um aumento de 9% no número de eventos resultando em um crescimento de 199% no alcance direto.
2. Realizaram-se **193 ações de divulgação**, tais como publicações em redes sociais, e-mail marketing, banners, além de divulgações em rádio e televisão, atingindo um **alcance indireto de mais de 4,5 milhões de pessoas**.

Tabela 1: alcance em 2025 e comparativo com 2024.

Alcance	Direto	Indireto	Total
2025	409.068	4.565.786	4.974.854
2024	137.015	8.428.707	8.565.722
%	199%	- 46%	- 42%

Tabela 2: número de iniciativas em 2025 e comparativo com 2024.

Nº de Iniciativas	Eventos	Ações de Divulgação	Total
2025	1.777	193	1.970
2024	1.627	339	1.966
%	9%	-43%	0,2%

Principais destaques

1) E-sports e Educação Financeira: a B3 virou palco de League of Legends

Durante a GMW 2025, a B3 foi palco de um evento inédito: um jogo de exibição de League of Legends (LoL), promovido em parceria com a Riot Games.

A iniciativa buscou criar pontes entre o universo dos games e o da educação financeira, aproveitando o engajamento da comunidade jovem para discutir temas como planejamento e investimentos.

Nos intervalos das partidas, foram feitos paralelos entre as estratégias adotadas no jogo e as escolhas do investidor, traduzindo conceitos financeiros para uma linguagem acessível e próxima do público gamer.

O evento foi transmitido ao vivo nos canais da B3 e da Riot, e atingiu um público de 208 mil espectadores.

Veja o evento neste [link](#).



2) Influência digital e educação: conversa com o Primo Pobre



Em uma live especial com o influenciador Eduardo Feldberg, o Primo Pobre, realizada em parceria com a B3, o debate girou em torno do papel dos influenciadores digitais no universo das finanças. Com a participação de Paulo Portinho (CVM) e Bruna Marcelino (B3), foram discutidos as oportunidades e os desafios que esses criadores de conteúdo enfrentam ao comunicar temas econômicos.

A conversa também abordou a responsabilidade desses agentes e o papel da regulação para garantir a qualidade da informação. A transmissão contou com 2.038 visualizações nos canais da CVM e da B3 no YouTube.

Para assistir ao vídeo, clique [aqui](#).

3) Memecoins: riscos por trás da hype digital

A CVM e a ABCripto promoveram um debate franco sobre os riscos associados às memecoins — criptomoedas inspiradas em memes e fenômenos da internet que, apesar da popularidade, carregam alto grau de especulação.

Com a presença de Paulo Portinho (CVM) e José Ribeiro (CEO da Coinext), o webinar alertou investidores sobre as armadilhas mais comuns desse tipo de ativo, destacando a importância da análise crítica antes de qualquer decisão.



O conteúdo teve um alcance de 361 visualizações somadas nos canais da CVM e da ABCripto.

Para assistir ao vídeo, clique [aqui](#).

4) Comportamento e Dinheiro: como nossas decisões são moldadas?



Neste webinar, especialistas da CVM exploraram a influência das emoções, redes sociais e algoritmos sobre as decisões financeiras no dia a dia.

A conversa contou com a psicóloga Isabella Pereira (CVM), o inspetor Thiago Salinas (CVM) e foi mediada por Ronaldo da Silva Souza Jr. (CVM), também psicólogo e pesquisador. O debate incentivou a reflexão sobre os gatilhos que impulsionam compras por impulso e

decisões apressadas de investimento, promovendo o desenvolvimento do pensamento crítico para escolhas mais conscientes.

A transmissão alcançou 160 visualizações no canal da CVM.

Tem interesse de assistir ao webinar? Clique [aqui](#).

5) Entre riscos e oportunidades: pirâmides, apostas e promessas financeiras

O webinar “Entre o Risco e a Oportunidade” abordou os perigos das pirâmides financeiras e das apostas online. Participaram os professores Matheus Moura (IBMEC) e Rodrigo Leite (COPPEAD-UFRJ), com mediação de Isabella Pereira (CVM).

Foram discutidas as características desses esquemas e os mecanismos que levam pessoas a se envolverem neles, além da importância de distinguir investimentos legítimos de promessas enganosas.

O evento teve 212 visualizações no canal da CVM.



Tem interesse de assistir ao webinar? Clique [aqui](#)

6) Escolhas conscientes: sustentabilidade e investimentos com propósito

Durante a GMW 2025, as redes sociais da CVM destacaram a importância de alinhar decisões financeiras a valores pessoais e ambientais. Por meio de conteúdos no Instagram e no LinkedIn, a campanha trouxe reflexões sobre como o investimento sustentável pode impactar positivamente o futuro e contribuir para um planeta mais equilibrado. A ação propôs que os investidores pensassem não apenas na rentabilidade, mas também nos efeitos sociais e ambientais de suas escolhas.

O alcance total foi de 2.279 pessoas.

Ver publicação no [Instagram](#).

Ver publicação no [LinkedIn](#).

7) Educação para todas as idades: evento da Fundação Sicredi

O vídeo promovido pela Fundação Sicredi reuniu convidados para discutir como a educação financeira pode ser incorporada desde a infância até a fase adulta.



Com dicas práticas, a conversa trouxe sugestões para engajar crianças no planejamento financeiro familiar, além de estratégias para estimular o consumo consciente e o hábito de poupar. A iniciativa destacou a importância de adaptar a linguagem e as ferramentas de acordo com cada etapa da vida.

O conteúdo foi visto por 370.365 pessoas.

Se interessou pelo conteúdo? Acesse [aqui](#).

8) Voluntariado que transforma: a experiência da ANBIMA

A ANBIMA participou da GMW 2025 com mais uma edição do seu programa de voluntariado. Utilizando o jogo de tabuleiro *Finanças em Jogo*, os voluntários ensinaram noções básicas de finanças pessoais de forma lúdica e interativa.

A ação contou com 82 voluntários — sendo 54 de instituições associadas e 28 da própria ANBIMA — e alcançou diretamente 386 jovens, em visitas a 7 organizações sociais na cidade de São Paulo.

9) História e futuro do mercado financeiro no MuB3

Mais de 403 visitantes passaram pelo Museu da Bolsa (MuB3), conhecendo de perto a evolução do mercado financeiro brasileiro.

A atividade proporcionou uma verdadeira imersão nos conceitos de mercado de capitais, destacando sua importância para o desenvolvimento econômico.