

# CAPÍTULO 16

## EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA O CONSUMO CONSCIENTE

**Mônica de Fátima Coelho**  
**Carlos Cesar Garcia Freitas**  
**Flaviane Pelloso Molina Freitas**

### RESUMO

O desejo da realização pessoal na sociedade líquida torna tudo descartável, deixando a vida no planeta insustentável, sendo a educação a alternativa mais eficaz para dirimir os danos do consumo e orientar os cidadãos a fazê-lo de forma consciente e responsável. O presente artigo consiste em uma reflexão teórica e prática sobre a Educação Financeira para o consumo consciente diante da necessidade de levá-la aos espaços escolares. Para tanto, foi realizada uma pesquisa descritiva aplicada de abordagem qualitativa. Como resultados, além da reflexão teórica, são propostas quatro práticas educativas para o ensino da Educação Financeira voltadas a disseminar a importância do consumo consciente.

**PALAVRAS-CHAVE:** Educação Financeira. Sustentabilidade. Consumo Consciente e Responsável. Práticas Educativas.

### 1. INTRODUÇÃO

Viver sem consumir não é possível. Em praticamente todas as ações humanas está presente o consumo; no simples ato de respirar está se consumindo oxigênio, quanto mais em outras tantas ações, como passear, morar, trabalhar ou se divertir. Em cada uma delas, recursos são consumidos por meio direto na natureza ou em produtos ou serviços manipulados pela ação do homem e da mulher; recursos que são limitados e devem ser consumidos de modo consciente para que não venham a faltar para as futuras gerações.

Contudo, vive-se em um tempo de estímulo a satisfação de desejos e a busca da felicidade atrelada ao consumismo (BAUMAN, 2013), caracterizado pelo consumo inconsequente não apenas para o meio ambiente como também para o equilíbrio financeiro das famílias; tem se gastado muito e de modo desnecessário. O comprometimento excessivo da renda das famílias e o consumo desenfreado de produtos desvinculados de necessidades básicas tem gerado um problema social, não apenas para o meio ambiente como, também, para o desenvolvimento da própria sociedade.

Este trabalho é fruto de uma reflexão em torno do tema Educação Financeira e Consumo Consciente, motivada pela disciplina de Educação Financeira, ofertada no Programa de Pós Graduação em Ensino (PPGEN), da Universidade Estadual do Norte do Paraná e busca

responder ao questionamento: Como trabalhar a Educação Financeira para o consumo consciente?

Assim, este estudo, tem a esperança de avançar no conhecimento acerca do consumo e suas consequências para a vida financeira e o futuro do planeta. Recorrendo a teóricos contemporâneos que apresentam uma visão ampla sobre os padrões de consumo assumidos pela humanidade e ancorados pela proposta da Estratégia Nacional de Educação Financeira é proposto ações educativas, que à primeira vista podem parecer tímidas e ingênuas, porém quando aplicadas possuem potencial para contribuir com o ser que carece de educação para superar atitudes danosas às finanças pessoais e ao equilíbrio do planeta.

Compreende-se que a ideia central em abordar o tema nas escolas é a de que a informação produza mudanças significativas na vida das crianças, jovens estudantes e de suas famílias, em seus padrões de consumo e equilíbrio financeiro.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Medidas econômicas adotadas pelos governos na virada do milênio, como, baixas taxas de juros, desconto em impostos como IPI, programas de financiamentos, créditos facilitados, aliados a facilidade de acesso aos meios de comercialização, promovidos pela WEB, aumento exponencial na oferta de produtos e serviços e o poder de convencimento do mercado, levou os consumidores brasileiros, sem uma educação financeira, a um nível elevado de endividamento. Entretanto, esse conjunto de incentivos e benefícios não se traduziu em geração de renda e riqueza permanente para a sociedade como um todo; realidade essa que pode ser verificada por meio da Figura 1, que sintetiza o relatório apresentado pela OCDE (2018), que busca comparar a realidade brasileira em relação aos países membros da OCDE.

Nota-se pela demonstração da figura 1, pontos fortes e fracos apresentados pelo Brasil quanto ao bem-estar em comparação com a média da OCDE (2018), entre os destaques positivos estão satisfação pessoal, meio ambiente, engajamento cívico, comunidade, equilíbrio trabalho-vida. Entre os aspectos negativos, como índices abaixo do esperado, renda e riqueza, segurança e educação. Saúde e habitação estão aquém da expectativa, porém, não são as maiores fragilidades.

**Figura 1:** Indicadores comparativos de bem-estar Brasil – OCDE.



1. Cada dimensão de bem-estar é medida por um a quatro indicadores do conjunto de indicadores de Vida Melhor da OCDE. É feita uma média simples para cada indicador normalizado. Os indicadores são normalizados entre 10 (melhor) e 0 de acordo com a seguinte fórmula:  $(\text{valor do indicador} - \text{pior valor}) / (\text{melhor valor} - \text{pior valor}) \times 10$ .

**Fonte:** OCDE (2018, p. 8).

Sobre a vida financeira dos brasileiros, pode ser constatado que:

[...] o comprometimento da renda com pagamento de juros e amortizações é o dobro da média registrada em uma lista de 17 países desenvolvidos – 12 europeus, além de Estados Unidos, Canadá, Austrália, Japão e Coreia do Sul. A partir de dados divulgados pelo Banco de Compensações Internacionais (BIS), estudo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) mostra a composição do endividamento dos brasileiros e explica por que se compromete tanto a renda no país, apesar de o montante dessa dívida não ser tão alto. O endividamento das famílias é uma forma de movimentar a economia e fazer com que os brasileiros tenham acesso a um nível de vida melhor (IPEA, 2019, p. 1).

A estratégia de endividamento, como pode ser observada pelos dados apresentados, tem se mostrado ao longo do tempo uma decisão equivocada, pois foca apenas o fator econômico no curto prazo, não se sustentando no decorrer do tempo. Os prejuízos para a sociedade não se limitam apenas ao âmbito individual das famílias que tem comprometido seu poder de compra como despesas financeiras, mas refletem no âmbito geral, pelo ônus deixado pela inadimplência, que como uma “bola de neve” acaba levando muitos indivíduos e empresas a falência. O resultado final é a sobrecarga dos serviços públicos diante de demandas como seguro desemprego, auxílio saúde, educação entre outros.

A Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (CNC, 2020a) tem demonstrado o agravamento do endividamento entre as famílias, conforme Quadro 1:

**Quadro 1:** Panorama do percentual de endividamento das famílias.

<b>Síntese dos resultados (% em relação ao total de famílias)</b>			
	<b>Total de endividados</b>	<b>Dívidas ou contas em atraso</b>	<b>Não terão condições de pagar</b>
<b>Junho de 2019</b>	64,0%	23,6%	9,5%
<b>Mai de 2020</b>	66,5%	25,1%	10,6%
<b>Junho de 2020</b>	<b>67,1%</b>	<b>25,4%</b>	<b>11,6%</b>

Fonte: (CNC, 2020a, p. 1)

Os dados da CNC (2020a) refletem um crescimento gradual do comprometimento financeiro das famílias e a tendência com a pandemia que se tem vivido no ano de 2021 é de esperar que os números piorem ainda mais, o que será refletido em futuras pesquisas.

Trabalhar e poder consumir produtos e serviços que possam atender necessidades e desejos é um direito de todos. Contudo, é preciso conhecer o valor do dinheiro e a dinâmica do mercado em que se vive, especialmente quando se trata de uma economia que tem assumido cada vez mais características capitalistas, como é o caso do Brasil. O estímulo ao consumo sem uma educação crítica, que permita compreender os interesses econômicos por traz de cada oferta de produto ou serviço é um caminho fácil para a inadimplência.

Nesse ponto pode-se levantar uma questão a ser pensada por quem se propõe a educar financeiramente: Por onde iniciar o processo de sensibilização para o consumo consciente em uma população com índices tão altos de endividamento?

Quanto antes se pensar em educação financeira, menos danosa será a postura do consumidor adulto. Ainda na infância é possível trabalhar os primeiros conceitos de poupança, cuidados com os recursos naturais, ideias de excesso no consumo, desejo, necessidade, solidariedade, de onde vem o dinheiro, o valor do trabalho e até truques de publicidade. Deixar de levar a criança ao supermercado, por exemplo, não auxilia no processo educativo. Desde pequena a criança pode ser exposta e com orientação dos responsáveis perceberem “truques ou armadilhas” que induzem às compras.

A publicidade pode educar e informar o consumidor sobre os produtos que anuncia, mas também pode influenciar o consumo de produtos que não queremos nem de que precisamos realmente. Além disso, ela pode ser desonesta e anunciar vantagens inexistentes de um produto (D'AQUINO, 2014, p. 110-111).

Para ensinar os pequenos, os responsáveis devem, por exemplo, acompanhar juntos canais de programação televisiva analisando com os menores as posturas demonstradas pelos anunciantes. Cassia D'Aquino (2014) tem grande contribuição aos pais em suas obras onde

ênfatisa ser ponto primordial da educação financeira demonstrar para as crianças que o ganho e o uso do dinheiro devem ser sempre norteados pela  tica. No entanto, a tarefa de agir e educar eticamente por si não é simples e quando se tem uma população como a retratada pelo economista Eduardo Moreira o caminho se torna ainda mais longo.

[...] alimentados pela esperança de que as “coisas tem melhorado” nas últimas décadas, e renovando a confiança no sistema que os condenou a uma vida cheia de restrições e sofrimento, muitos seguem defendendo seus cruéis algozes e fortalecendo um sistema que ganha cada vez mais força e deixa um rastro de destruição cada vez maior (MOREIRA, 2020, p 17).

Pode parecer um tanto pessimista tal colocação, todavia, tomar como conduta o estímulo ao consumo para aquecer o mercado quando as contas do cidadão fecham no vermelho, seguem como prática comum no Brasil. O trabalho e a vida humana se colocam a serviço do mercado. Diante da pandemia sofrida no de 2020 e 2021, isso ficou bem evidente a disputa entre CPF versus CNPJ. Onde as pessoas físicas “tem o dever” de manter vivos os CNPJ e que pessoas jurídicas se colocaram publicamente em luto pelo fechamento temporário de suas portas para vendas. Este é são um exemplo que leva a reflexão do que afirma Bauman (2013, p. 66) “Nos somos todos consumidores agora, consumidores em primeiro lugar e acima de tudo, consumidores por direito e por dever”.

O capitalismo tem por sua natureza ser sedutor, vendendo produtos e serviços muitas vezes desnecessários sob uma  urea mercadológica de necessidade, que foge as questões  ticas, justificadas pelo lucro. Um conceito elementar que não é considerado no momento das compras, quando o consumidor se deixa seduzir por desejos e ofertas e desconsidera o preço ali posto em relação ao valor atribuído a seu trabalho. Fala e prática comuns entre os brasileiros “se não fizer d vida a gente nunca tem nada” ou ainda fazer o cálculo do preço pelo valor da parcela que cabe no orçamento, sem considerar as despesas financeiras.

Leonardo Boff (2006), ao propor Virtudes para um outro mundo possível, argumenta que o padrão de consumo não voltará a ser o de atender as necessidades, pensar assim seria uma utopia. “Esse consumismo são   possível porque as políticas econmicas que produzem os bens supérfluos são continuamente apoiadas, suscitadas e justificadas” ainda acrescenta que se criou uma “ tica consumista” (BOFF, 2006, p. 53). Este conceito define o consumidor brasileiro, que compra para ajudar o mercado, que empresta pra fazer festa, que se torna inadimplente defendendo suas boas intenções.   possível pensar em  tica, cuidado, consciência para estes consumidores mal formados e carentes por satisfação pessoal?

A busca de prazeres individuais articulada pelas mercadorias em oferta, uma busca guiada, sempre redirecionada e reformulada por sucessivas campanhas publicitárias,

provê o único substituto aceitável (na verdade, mal- necessitado e acolhido) para a enaltecida solidariedade de colegas de trabalho e para o calor radiante do cuidar e ser cuidado pelos chegados e queridos em cada e na vizinhança mais próxima (BAUMAN, 2011, p. 67).

Em Bauman (2015, p. 49) ainda se vê que o quadro geral avança para cenários alarmantes, pois o “[...] número já esmagador e rapidamente crescente de pessoas se tornará ainda mais profundo e severamente desigual, com condições ainda mais precárias; e prevê, assim também mais degradação, tristeza, afronta e humilhação, uma luta ainda mais dura pela sobrevivência social”.

Esses prognósticos não devem servir ao desânimo e sim alertar para a necessidade de promover mudanças urgentes em busca de novas posturas. Assim quem pretende ser a diferença deve buscar a conscientização pessoal e expandi-la. Essa empreitada se inicia pela clareza de conceitos como, por exemplo, do próprio termo conscientização. Boff que se dedica ao cuidado com a Terra nos apresenta a seguinte definição: “Conscientização é a ação que cria a consciência das contradições para rejeitá-las, e é a ação que busca uma forma de superá-las de maneira a não reproduzi-las, mas de inaugurar o novo” (BOFF, 2012, p. 248).

Pensar o novo no mundo líquido vivido é quase uma redundância, pois as novidades surgem a uma velocidade nunca antes imaginada. Atitudes novas, porém, responsáveis, para um mundo de novidades e deficitário em valores basais. Eis aí um desafio:

O que separa a atual agonia de escolha do incômodo que atormentou o *Homo eligens*, o “homem de escolha, em todos os tempos, é a descoberta ou suspeita de que não existem regras predeterminadas nem objetivos universalmente aprovados que possam ser seguidos e, com isso, oferecer garantias para os escolhedores contra as consequências adversas de suas opções (BAUMAN, 2011, p. 190).

Tem-se necessidades hoje não imaginadas por sociedades primitivas, além de alimento e abrigo o homem contemporâneo consome arte, comunicação, relacionamentos, informação, espiritualidade, enfim tudo que lhe pareça satisfazer os desejos momentâneos O historiador Yuval Harari (2018) tem incomodado os seus leitores ao afirmar: “O gênero humano está enfrentando revoluções sem precedentes, todas as nossas antigas narrativas estão ruindo e nenhuma narrativa nova surgiu até agora para substituí-las” (HARARI, 2018, p. 319). Estes seres iludidos pela satisfação total de seus desejos são alvos frágeis do mercado ao serem convencidos de que desejos são necessidades que satisfarão sua maior carência que é ser amado e assim seguem numa busca constante pela compra da felicidade. As ideias de Rousseau continuam atuais:

O argumento de Rousseau se sustentava a partir de uma tese sobre a riqueza: a riqueza não envolve ter muitas coisas. Ela envolve ter o que se anseia. A riqueza não é algo absoluto. É relativo ao desejo. Cada vez que queremos alguma coisa que não podemos

pagar, nos tornamos mais pobres, quaisquer que sejam nossos recursos. E cada vez que nos satisfazemos com o que temos, podemos ser considerados ricos, embora poucos tenhamos na realidade (BOTTON, 2013, p. 60).

Outra realidade descrita por Alain de Botton (2013) estimula cada vez mais as compras irresponsáveis não pelo produto citado, mas pela atitude e desejo de status:

Um trabalhador diarista se envergonharia de aparecer em público sem uma camisa de linho, escreveu Smith, porque não ter tal camisa implicaria um grau de pobreza a que, supuseram os contemporâneos de Smith, ninguém pode cair sem um comportamento extremamente ruim [...] A ideia de um símbolo de status, um objeto material caro que confere respeito a seu proprietário, repousa na ideia disseminada e nada improvável de que a aquisição dos bens mais dispendiosos deve inevitavelmente exigir a maior de todas as qualidades de caráter (BOTTON, 2013, p. 182).

No clássico da literatura *O Retrato de Dorian Gray* há um relato da vida extravagante adotada pelo belo jovem: “Havia uma conta bem pesada, de um conjunto de toalete Luís XIV trabalhada em prata, que ainda não tivera coragem de enviar a seus tutores, pessoas extremamente antiquadas que não percebiam que vivíamos em uma época em que só as coisas desnecessárias são absolutamente necessárias” (WILDE, 2014, p. 103). Um comportamento destacado como de um rapaz imprudente e entregue aos prazeres mundanos em 1890 se tornou-se no século XXI um padrão aceitável.

Quando se propõe a oferecer uma educação financeira dentro do sistema educacional formal, todas estas preocupações devem ser traduzidas em habilidades a serem desenvolvidas através da informação. Mais uma vez um questionamento é pertinente: como preparar as crianças de hoje para as exigências futuras? Harari (2018) não apresenta uma solução para a educação, mas nos traz uma luz: “Muitos especialistas em pedagogia alegam que as escolas deveriam passar a ensinar ‘os quatro Cs’ – pensamento crítico, comunicação, colaboração e criatividade” (HARARI, 2018, p. 323).

Assumir esse desafio é uma tarefa de instituições e cidadãos preocupados com o futuro do planeta e sua sustentabilidade. Educar financeiramente é uma necessidade, colocada em pauta quanto se pensa em melhoria da qualidade de vida em nível global. O mundo planeja-se, para isso, por meio da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), e cobra dos países em desenvolvimento que se estruturarem, tendo em vista a necessidade de diminuição das taxas de pobreza e estabilidade financeira.

O Brasil ocupa a posição 74º em ranking global, quando o tema é educação financeira (REVISTA EXAME, 2015), com uma população adulta endividada e grande número de inadimplentes. Pode-se afirmar que é um país que padece pela falta de uma alfabetização

financeira. Mesmo que morosamente, o país vem se estruturando e buscando envolver vários setores tendo em vista, reverter esta situação economicamente danosa.

O Ministério da Educação, como membro do Conselho Nacional de Educação Financeira – CONEF que foi “[...] criado para gerir e coordenar programas da Estratégia, propôs que a educação financeira seja disseminada em ações para escolas de nível fundamental e médio [...]” (MEC, 2014, p. 1), considerando que, está prevista como um dos temas transversais presentes na Base Nacional Comum Curricular - BNCC. A proposta é trabalhar de forma transversal, portanto não se trata de Matemática Financeira. A perspectiva está voltada a conscientizar sobre a importância do planejamento, para que o cidadão possa desenvolver uma relação equilibrada com o dinheiro e tomar decisões acertadas sobre finanças e consumo. Finanças pessoais, orçamento, planejamento, previdência social, sistema financeiro, investimento são temas recorrentes que dialogam com as várias disciplinas curriculares (BRASIL, 2017).

Aliado a uma pedagogia interativa tem-se as propostas de órgãos como a do Akatu (2022), uma organização não governamental que trabalha pela conscientização e mobilização da sociedade para o consumo consciente e a transição para estilos sustentáveis de vida. Tem-se também recursos oferecidos por órgãos governamentais como, por exemplo, cartilhas de orientação aos consumidores, disponibilizadas pelo Banco do Brasil (2017).

A Educação Financeira se faz indispensável para formar cidadãos conscientes, e autônomos em suas decisões, é ponto comum, entre os estudiosos do tema. Porém quando a questão é sobre o como fazer essa educação acontecer nas escolas, ainda há um caminho a percorrer. Desta constatação surge a iniciativa de apresentar neste estudo algumas práticas educativas em educação Financeira possíveis, eficientes em seus objetivos e de fácil aplicação.

### **3. METODOLOGIA**

Guiado pelo questionamento de como trabalhar a Educação Financeira para o consumo consciente foi desenvolvida uma pesquisa caracterizada como descritiva, pois para o atendimento de seu objetivo, foi utilizado a descrição e análise de dados e informações relacionados a Educação Financeira e sua relação com o consumo, enquadrando-se nas definições dadas por Richardson (1999) e Trivinhos (2010) a respeito da aplicação da pesquisa descritiva.

Ainda, foi empregada a estratégia análise bibliográfica, para a análise dos conteúdos publicados, de forma escrita ou eletrônica, permitindo uma reflexão e discussão sobre a



Educação para o consumo, comprovadamente necessária em um país de endividados, que pode ter essa situação em parte modificada a partir da Educação Financeira, principalmente se trabalhada com as novas gerações.

Desta forma, colaborando para que as crianças, adolescentes e jovens possam ser multiplicadores das ações em favor de uma vida com maior consciência em relação aos gastos. Sem deixar de lado a preocupação com o meio ambiente. Possibilitando, tanto por meio dos textos e discussões apresentadas, quanto das atividades propostas, evidenciar que cada pessoa é parte de um todo e que não existe jogar fora, pois o fora ainda seria dentro do planeta Terra.

#### **4. RESULTADOS E DISCUSSÃO - PRÁTICAS EDUCATIVAS**

Relevante para a população, a educação Financeira é um tema novo no ambiente escolar. Muitas iniciativas dos setores público e privado estão surgindo para a formação do consumidor consciente e responsável. Nesta perspectiva apresenta-se na sequência uma amostra de quatro práticas educativas, que trazem em sua temática e metodologia propostas críticas de desenvolvimento da educação financeira, voltadas para o consumo consciente, em sala de aula.

##### **Tema 1: Consumo Consciente**

Contribuir para uma sociedade mais sustentável é um desafio a ser assumido pela Educação Financeira, podendo ser atingido por meio de sensibilização para o tema de forma clara e divertida e por meio da reflexão sobre os problemas gerados pelo ritmo de consumo atual.

Ao estudar o conceito de consumo consciente e atitudes do consumidor consciente, o trabalho desenvolvido pelo instituto Akatu (2022) é enriquecedor e recomendado aos adolescentes e jovens do Ensino Médio, que terão no momento da prática em sala de aula, um portal aberto em direção as práticas voltadas para o consumo responsável.

O objetivo desta prática é introduzir o conceito de consumo consciente nos alunos.

Metodologia:

Exibição do vídeo Consciente Coletivo 08/10 - Bem estar.

Levantamentos de questões a partir do conteúdo do vídeo (debater com o coletivo a partir de roteiro, porém estimulando novas questões e anotando na lousa palavras-chaves das respostas obtidas para serem registradas no caderno do aluno)

a) Descreva o jovem humano: onde está; o que veste; o que leva consigo?

- b) Como vive o jacaré exposto no vídeo?
- c) Quais as dificuldades enfrentadas pelos humanos ao longo da História?
- d) De que maneiras os humanos conseguiram superar os primeiros desafios de sobrevivência no planeta?
- e) Que mudanças podem ser verificadas nos humanos, da monarquia até a atualidade?
- f) Explique o termo: consumidos pelo consumismo
- g) O que os produtos anunciados prometem?
- h) Quais são as coisas que realmente importam?

Apresentação à classe, da página inicial do Instituto Akatu (AKATU, 2022), sobre o Akatu/Nossa missão? Nossa visão/Nossos valores/Nossas atividades/Consumo Consciente é consumir com o melhor impacto.

Após a visualização da página, distribuir aos alunos o texto a seguir (Quadro 2):

- Distribuição do texto impresso (se possível reutilizar folhas de sulfite fazendo a cópia no verso de sobras, afinal nada educa melhor que o exemplo)
- Tarefas aos educandos: destacar no texto com cores diferentes o conceito de consumo consciente;

**Quadro 2:** Consumo consciente.

**CONSUMO CONSCIENTE É CONSUMIR COM O MELHOR IMPACTO**

Consumo consciente não significa deixar de consumir, mas consumir melhor e diferente, sem excessos, para que haja o suficiente, para todos, para sempre. Esta é uma maneira de definir sustentabilidade, com atenção especial para o modelo de consumo. Só haverá o suficiente para todos e para sempre se cada um consumir somente o suficiente para o seu bem estar e não mais do que o suficiente. Aliás, como disse Gandhi, “A Terra provê o suficiente para as necessidades de todos os homens, mas não para a voracidade de todos”.

Significa ter a visão de que o ato de consumir um produto ou serviço está num contexto maior de ciclo de produção, trazendo consequências positivas e negativas não apenas ao consumidor, mas também ao meio ambiente, à economia e à sociedade, que vão além dos impactos imediatos.

O consumidor consciente tem uma preocupação com os recursos gastos na produção do produto e como ele deve ser corretamente usado e descartado no futuro. Ele sabe que tem um grande poder em suas mãos ao escolher um produto e uma empresa produtora, e pode transformar a sua compra num ato de reconhecimento de boas práticas sustentáveis.

O consumo consciente começa com uma análise prévia da necessidade: preciso realmente comprar? Decidido que sim, o consumidor deve definir as características que precisa no produto, pensar sobre como irá comprar, escolher o fabricante de acordo com a sua responsabilidade socioambiental na produção, fazer um uso otimizado do produto para ter uma vida útil mais longa, e definir uma forma de descarte adequada. Só assim, tomando decisões conscientes em cada uma dessas fases, o consumidor poderá comparar e escolher a melhor opção.

Fonte: Akatu (n.d., p. 1).

Avaliação: Produção de texto-tema: O que é ser um consumidor consciente. Usar como referência as palavras-chaves anotadas na lousa e texto de apoio do instituto Akatu trabalhado durante a aula. Os alunos serão avaliados por suas interações e produção do texto final.

## **Tema 2: 10 Caminhos para a Produção e o Consumo Consciente**

Entre os muitos benefícios de Educação Financeira Crítica, tem-se a capacidade de contribuir para uma sociedade mais sustentável por meio da percepção de caminhos para a produção e consumo consciente.

Indicar o caminho para o consumo consciente e possíveis aplicações na prática cotidiana se faz necessário e urgente. A educação escolar pode se valer desta sugestão que pode ser apelidada de “prática coringa” ao trabalhar com o tema no Ensino Médio, visto que pode ser desenvolvida por professores de diferentes formações e aplicadas à todas as séries do Ensino Médio.

Objetivo: levar os alunos a refletirem sobre suas práticas de consumo.

Metodologia

Realizar a divisão da classe, em grupos, pelo critério de afinidade, sendo destinado, por meio de sorteio dos temas, um item a cada equipe para posterior estudo: 10 Caminhos para a Produção e o Consumo Conscientes (Quadro 3).

**Quadro 3:** 10 Caminhos a produção e o consumo conscientes.

- 1. O durável mais que o descartável**
- 2. A produção local mais que a global**
- 3. O compartilhado mais do que o individual**
- 4. O aproveitamento integral e não o desperdício**
- 5. O saudável nos produtos e na forma de viver e não o prejudicial**
- 6. O virtual mais que o material**
- 7. A suficiência e não o excesso**
- 8. A experiência e a emoção mais do que o tangível**
- 9. A cooperação para a sustentabilidade mais do que a competição**
- 10. A publicidade não voltada a provocar o consumismo**

Fonte: Akatu (2014, p. 1).

Estudo, pelas equipes, do material apresentado na página do Akatu (2014), referente aos 10 temas acima listados.

Após o estudo cada grupo irá realizar uma apresentação a turma, seguindo a numeração crescente, com apresentação das equipes sobre os temas estudados e possibilidades de serem efetivados (apresentar três exemplos de aplicação possíveis em suas rotinas). O tempo para cada equipe ser apresentar será de cinco minutos.

Produção escrita para se executar como tarefa extraclasse: listar atitudes cotidianas do consumidor consciente, exemplificando uma atitude para cada um dos 10 caminhos.

Avaliação: Os alunos serão avaliados por suas interações, apresentação do seminário e produção escrita, considerando pensamento crítico, comunicação, colaboração e criatividade.

### **Tema 3: Consumo Consciente e Responsável**

A leitura e interpretação de textos do universo financeiro é uma habilidade necessária para se despertar para decisões financeira, social e ambientalmente responsáveis, em situações de compra, que auxilia o consumidor a adquirir itens possam levá-lo ao endividamento e a inadimplência. Ainda, permite perceber o poder do ato de consumo e suas possíveis consequências para às finanças pessoais.

Com esta prática educativa o docente de qualquer disciplina que compõe o Ensino Médio tem a facilidade de trabalhar dados de endividamento e inadimplência entre os brasileiros e as Seis perguntas do consumo consciente de modo a caminhar no sentido de efetivação da Educação Financeira.

Metodologia:

Leituras individuais, pelos alunos, da matéria publicada em dezembro de 2020 (CNC, 2020b), do Quadro 4.

#### **Quadro 4: Matéria sobre o endividamento dos brasileiros.**

Endividamento dos brasileiros retorna ao nível pré-pandemia em novembro

De acordo com a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o número de brasileiros com dívidas caiu pela terceira vez consecutiva em novembro e retornou ao nível registrado em fevereiro, antes da pandemia do novo coronavírus. A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic) deste mês apresentou retração de 0,5 ponto percentual, com relação a outubro, e apontou que 66% dos consumidores estão endividados. No comparativo anual, contudo, o indicador registrou aumento de 0,9 ponto percentual.

O presidente da CNC, José Roberto Tadros, destaca que indicadores recentes têm mostrado que a recuperação da economia está mais robusta do que as estimativas indicavam, impactando, inclusive, em pressões inflacionárias pela oferta e demanda. “Deve-se considerar, porém, que a proporção de consumidores endividados no País é elevada, e grande parte do crédito dispensado durante a pandemia foi concedido com carência nos pagamentos”, alerta Tadros, reforçando a necessidade de seguir ampliando o acesso aos recursos com custos mais baixos e possibilitar o alongamento de prazos de pagamento das dívidas para mitigar o risco da inadimplência no sistema financeiro.

Entre as famílias que recebem até 10 salários mínimos, o percentual de endividamento caiu pela terceira vez seguida, chegando a 67,4% do total – após ter alcançado o recorde de 69,5%, em agosto. Entre as famílias com renda acima de 10 salários, esta mesma proporção se manteve estável, em 59,3%.

#### **INADIMPLÊNCIA TAMBÉM CONTINUA CAINDO**

O total de famílias com dívidas ou contas em atraso também apresentou a terceira redução consecutiva, caindo de 26,1%, em outubro, para 25,7%, em novembro. Em comparação com o mesmo mês do ano passado, a proporção cresceu 1 ponto percentual. A parcela das famílias que declararam não ter condições de pagar suas

contas ou dívidas em atraso e que, portanto, permaneceriam inadimplentes teve nova retração, passando de 11,9%, no mês passado, para 11,5%, em novembro. No mesmo período de 2019, o indicador havia alcançado 10,2%.

Izis Ferreira, economista da CNC responsável pela pesquisa, chama a atenção para o tempo médio de atraso na quitação das dívidas das famílias inadimplentes, que vem aumentando desde junho. “Em novembro esse período subiu para 62,5 dias, o maior desde março”. “A proporção de famílias endividadas com atrasos nas quitações acima de 90 dias vinha caindo desde antes do surto de covid-19, mas adotou trajetória de crescimento a partir de agosto, e este mês chegou a 42,9%”.

Com relação aos tipos de dívida, o cartão de crédito segue como a principal modalidade de endividamento para 77,8% das famílias – mesmo com retração em novembro. “A proporção é inferior à média do indicador em 2020, de 77,9%, o que não ocorria desde agosto”, destaca Izis. Na sequência, aparecem os carnês (16,1%) e o financiamento de veículos (10,7%), ambas modalidades associadas ao consumo de médio e longo prazos.

**Fonte:** CNC (2020b, p.1).

Explicação, pelo professor sobre o conteúdo da matéria lida.

Roda de conversa sobre o texto, tendo como diretrizes as seguintes questões:

a) A realidade do município que você vive confirma os dados de endividamento apresentadas (com base na vivência)?

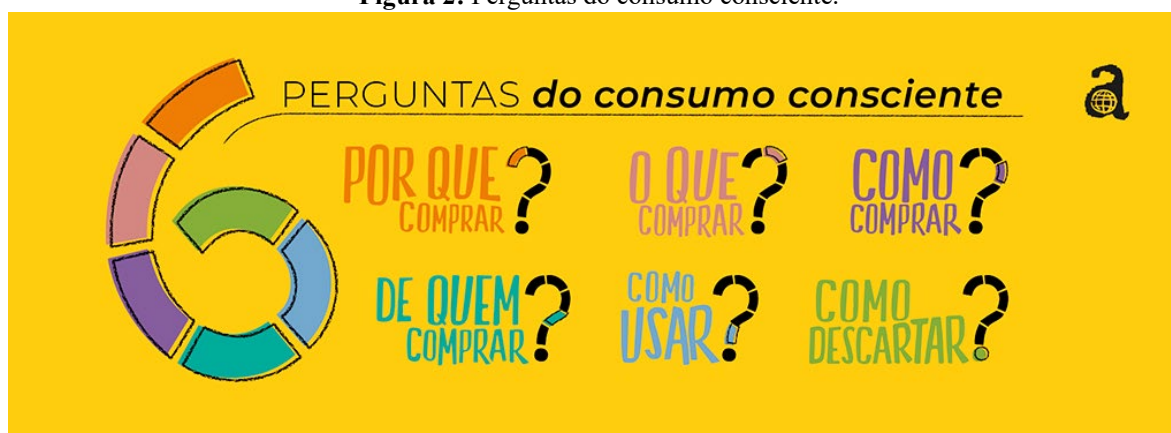
b) A que se deve a diminuição nas dívidas em período da pandemia Covid 19?

c) Mesmo com queda observa-se que os altos índices de dívidas e inadimplência continuam altos. Como superar essa situação?

d) A matéria aponta o cartão de crédito como a principal modalidade de endividamento das famílias. Na sequência, aparecem os carnês e o financiamento de veículos. Em sua família esses dados são compatíveis?

Apresentação, pelo professor, à classe de uma alternativa para diminuir dívidas desnecessárias através das 6 perguntas do consumo consciente, desenvolvidas pelo Instituto AKATU (Figura 2)

**Figura 2:** Perguntas do consumo consciente.



**Fonte:** Akatu (2014) adaptado por COEPBRASIL (n.d., p. 1).

Orientar a classe a pensar no último item que consumiu e responder as seis perguntas em relação a essa compra, produzindo um pequeno texto com as respostas obtidas para tais questões.

Ao final fazer a leitura de alguns dos textos produzidos, à classe por alunos voluntários e apreciação dos mesmos.

Avaliação: Os critérios de avaliação serão pensamento crítico, comunicação, colaboração e criatividade, expressos no texto escrito e por opiniões emitidas durante verbalizações.

#### **Tema 4: Poder de consumo e suas consequências**

A escolha do debate sobre o poder do ato de consumo e suas possíveis consequências para as finanças pessoais têm por objetivo despertar para decisões financeira social e ambientalmente responsáveis, em situações de compra oferecendo ao aluno informações e orientações que favoreçam a construção de um pensamento financeiro crítico e consistente, indo além da posição de meros ouvintes e atingindo a posição de defensores de ideias acerca da educação financeira.

Os conteúdos “Argumentos do Consumo Responsável e Equilíbrio financeiro”, por meio da metodologia aqui proposta se aplicam ao Ensino Médio, sendo de fácil adaptação por docentes de diferentes disciplinas, visto que não se tem no quadro do magistério a formação específica para tal atuação e na maioria das instituições não há uma disciplina curricular destinada exclusivamente à educação financeira.

Metodologia:

Mobilização para o estudo do tema através da divisão da classe, em três grandes grupos, para um futuro júri simulado, sendo que o primeiro grupo trabalhará a ideia de que, sem dívida não se adquire nada e o segundo grupo defenderá a compra racional e o terceiro será o júri com a tarefa de apresentar o veredito.

Exibir vídeos para auxiliar no desenvolvimento de argumentos, disponíveis no canal de Educação Financeira R\$ 100 Neuras do *Youtube*.

Elaboração das teses pelas equipes e eleição de um redator e um defensor para advogar o tema que lhes foi confiado (no momento do júri colegas podem atuar em personagens fictícios, como testemunhas, juizes, e até encenar breves cenas descritas pelo relator). Júri Simulado com o tempo de 10 minutos para cada equipe, numa soma de 30 minutos.

Apreciação dos resultados pelo professor, ressaltando benefícios da compra racional e consequente saúde financeira.

Avaliação: os alunos serão avaliados por seu envolvimento no júri simulado e argumentos construídos pelas equipes, considerando, pensamento crítico, comunicação, colaboração e criatividade

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo aqui apresentado tem uma meta em sua conclusão: Educação Financeira como necessária, urgente e possível, por meio da qual a população brasileira atingirá maiores índices de formação e melhores números ao mensurar sua saúde financeira, contudo avançando no conceito de consumo consciente e responsável.

Esses objetivos não são exclusivos da educação formal e para atingi-los são necessárias parcerias e empenho coletivo, entretanto essa educação para as finanças passa necessariamente pela escola e sendo mais específico é na sala de aula, o campo próprio para as práticas educativas, que ela pode chegar a muitos brasileiros.

Neste intuito, espera-se que esse artigo possa contribuir com a disseminação da educação financeira, por meio da reflexão realizada sobre a necessidade de se educar financeiramente para um consumo consciente. Ainda, no intuito de colocar em prática a crença dos autores de que toda crítica deve resultar em uma ação para melhoria do que se evidencia como não adequado, servem as práticas sugeridas como modelos de atividades que possam servir de auxílio aos professores para a inserção do tema no ambiente escolar.

## REFERÊNCIAS

AKATU. **Consumo consciente é consumir com o melhor impacto**. Instituto Akatu. (s.d.) Disponível em <https://www.akatu.org.br/sobre-o-akatu/>. Acesso em 02 dez. 2022.

AKATU. **10 Caminhos a produção e o consumo conscientes**. 2014. Instituto Akatu. Disponível em <https://akatu.org.br/10-caminhos-para-producao-consumo-conscientes/>. Acesso em 02 dez. 2022.

AKATU. **Seis perguntas do consumo consciente**. Instituto Akatu. 2014. Disponível em: <https://www.akatu.org.br/noticia/seis-perguntas-do-consumo-consciente/>. Acesso em 23 ago. 2022.

BAUMAN, Z. **A ética é possível num mundo de consumidores?** Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2011.

BAUMAN, Z. **A cultura no mundo líquido moderno.** Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2013.

BAUMAN, Z. **A riqueza de poucos beneficia a todos nós.** Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2015.

BOFF, L. **Virtudes para um outro mundo possível.** Vozes, 2006.

BOFF, L. **O cuidado necessário na vida, na saúde, na educação, na ecologia, na ética e na espiritualidade.** Petrópolis: Vozes, 2012.

BOTTON, A. **Desejo de status.** Porto Alegre: L&PM, 2013.

BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular.** 2017. Ministério da Educação. Disponível em [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwirsOGefHqAhUxAtQKHSohBFMQFjANegQIAxAB&url=http%3A%2F%2Fportal.mec.gov.br%2Findex.php%3Foption%3Dcom\\_docman%26view%3Ddownload%26alias%3D79601-anexo-texto-bncc-reexportado-pdf-2%26category\\_slug%3Ddezembro-2017-pdf%26Itemid%3D30192&usg=AOvVaw1ficDzVrODXHK1p5BPXnyG](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwirsOGefHqAhUxAtQKHSohBFMQFjANegQIAxAB&url=http%3A%2F%2Fportal.mec.gov.br%2Findex.php%3Foption%3Dcom_docman%26view%3Ddownload%26alias%3D79601-anexo-texto-bncc-reexportado-pdf-2%26category_slug%3Ddezembro-2017-pdf%26Itemid%3D30192&usg=AOvVaw1ficDzVrODXHK1p5BPXnyG). Acesso em 09 nov. 2022.

CNC. **Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor.** Confederação Nacional do Comércio. 2020a. Disponível em: <http://www.cnc.org.br/editorias/economia/pesquisas/pesquisa-de-endividamento-e-inadimplencia-do-consumidor-peic-junho-0>. Acesso em 05 set. 2022.

CNC. **Endividamento dos brasileiros retorna ao nível pré-pandemia.** Confederação Nacional do Comércio. 2020b. Disponível em <http://cnc.org.br/editorias/economia/noticias/endividamento-dos-brasileiros-retorna-ao-nivel-pre-pandemia-em-novembro>. Acesso em 06 dez. 2022.

COEPBRASIL. **Seis perguntas do consumo consciente.** Rede Nacional do Mobilização Social. (S.d.) Disponível em: <http://coepbrasil.org.br/covid-as-seis-perguntas-do-consumo-consciente>. Acesso em 03 dez. 2022.

CONSCIENTE COLETIVO 08/10 - **Bem estar.** Youtube. 2010. Disponível em: <https://youtu.be/wrKbACVD9es?list=PLAC955AEA8D31BD41>. Acesso em 10 dez. 2022.

D'AQUINO, C. **Como falar de dinheiro com seu filho.** 1ed. São Paulo, Saraiva, 2014.

HARARI, Y. N. **21 lições para o século 21.** São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

IPEA. **Comprometimento de renda do brasileiro é caracterizado por dívidas de prazo curto e juro alto.** Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. 2019. Disponível em: [https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=34573](https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=34573). Acesso em 20 nov. 2022.

MEC. **Educação financeira é tema de projeto piloto entre estudantes.** Ministério da Educação. 2014. Disponível em <http://portal.mec.gov.br/ultimas-noticias/211->



218175739/20289-educacao-financieira-e-tema-de-projeto-piloto-entre-estudantes. Acesso em 18 jan. 2022.

MOREIRA, E. **Economia do desejo**: a farsa da teoria neoliberal. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2020

OCDE. **Relatórios Econômicos OCDE Brasil**. 2018. Disponível em: [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj2xtfr\\_vPuAhWOILkGHfJsAsMQFjAAegQIARAD&url=https%3A%2F%2Fwww.oecd.org%2F/economy%2Fsurveys%2FBrazil-2018-OECD-economic-survey-overview-Portuguese.pdf&usq=AOvVaw2GLAFKIFMP\\_j1IneqTKli4](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj2xtfr_vPuAhWOILkGHfJsAsMQFjAAegQIARAD&url=https%3A%2F%2Fwww.oecd.org%2F/economy%2Fsurveys%2FBrazil-2018-OECD-economic-survey-overview-Portuguese.pdf&usq=AOvVaw2GLAFKIFMP_j1IneqTKli4). Acesso em: 18 fev. 2022.

REVISTA EXAME. Brasil é o 74º em ranking global de educação financeira. 2015. Disponível em: <https://exame.com/invest/minhas-financas/brasil-e-o-74o-em-ranking-global-de-educacao-financieira/>. Acesso em 01 out. 2022.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1999.

RS 100 Neura. Episódio 1: tô ligado. Youtube. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=h0RGEed-MSs4&feature=youtu.be>. Acesso em 06 dez. 2022.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução a Pesquisa em Ciências Sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 2010.

WILDE, O. **O Retrato de Dorian Gray**. Primeira Versão de 1890. São Paulo: Editora Landmark, 2014.