

Educação Financeira na fase infantojuvenil



- ✓ Educação Financeira infantojuvenil
- ✓ Publicidade direcionada às crianças
- ✓ Compreensão de valores
- ✓ Riscos da ostentação e muito mais!



“

Jamais gaste seu dinheiro antes de possuí-lo.

Thomas Jefferson

”

Introdução

Os ensinamentos financeiros podem ser ótimos motivadores para o desenvolvimento de habilidades e competências, o que valoriza ainda mais a existência da Educação Financeira no ambiente escolar. Por se tratar de um tema que possui relevância para a atuação em sociedade e estar relacionado ao cotidiano dos estudantes, a Educação Financeira é um dos *Temas Contemporâneos Transversais (TCTs)* indicados pelo *Ministério da Educação*.

A Educação Financeira nas escolas é um conceito relativamente novo, mas que tem se popularizado nos últimos anos. Este Tema Contemporâneo Transversal deve ser incorporado às propostas pedagógicas de redes estaduais, municipais e privadas de acordo com a *Base Nacional Comum Curricular - BNCC*.

Desde 2020, os *Temas Contemporâneos Transversais* visam cumprir a legislação que versa sobre a Educação Básica, garantindo aos estudantes os direitos de aprendizagem pelo acesso a conhecimentos que possibilitem a formação para o trabalho, para a cidadania, para a demo-

cracia e para o respeito às diferentes culturas e gêneros.

Os *TCTs* apontam assuntos que permeiam o cotidiano da vida em nossa sociedade e que podem ser abordados em qualquer componente curricular. Sendo assim, os educadores devem forjar oportunidades para introduzir os *TCTs*, criando planejamentos pedagógicos que dialoguem transdisciplinarmente com eles. Por exemplo, o ensino da Educação Financeira não deve se limitar à Matemática mas, sim, ser trabalhado em conjunto com outros componentes curriculares como Língua Portuguesa, História e outros, além de alinhado aos demais temas transversais como Meio Ambiente, Saúde etc.

Abordaremos os *Temas Contemporâneos Transversais* mais detalhadamente no fascículo 7, oferecendo exemplos de seu desenvolvimento com o jogo *Bons Negócios*. Por ora, vamos focar na importância de uma Educação Financeira efetiva na infância e na adolescência, para além do que indica a *BNCC*.



Iniciação financeira infantil

A importância da iniciação antecipada

A conscientização financeira orientada e positiva deve ser iniciada com a máxima brevidade possível, a partir do nascimento do indivíduo, por diversos motivos, dentre os quais precisamos citar:

- **Nenhum indivíduo nasce consumista:** tendo como parâmetro que a principal causa dos problemas financeiros pessoais e familiares é o consumo incompatível com suas rendas, esse comportamento não deve ser incentivado;

- **Formação da personalidade:** segundo estudos recentes da Neurociência, é na Primeira Infância, fase que vai dos 0 aos 6 anos de idade, que os alicerces de nossas competências e habilidades emocionais são estabelecidos. Ou seja, até os 5 anos de idade, nosso cérebro constrói a base de importantes valores a partir de nosso relacionamento com a família, a escola e a sociedade.

Especialistas afirmam que as experiências e estímulos proporcionados nessa fase têm grande reflexo em nosso comportamento futuro e nas capacidades necessárias para alcançarmos conquistas em nossa vida. Nessa fase, qualquer som, visão, gosto, movimento ou sensação são novidades para a criança, gerando, assim, a curiosidade, fator motivacional importante para a aprendizagem em qualquer fase de nossas vidas. Sendo assim, na Primeira Infância em especial, a criança apresenta uma pré-disposição natural para o aprender, mesmo nos momentos

em que não haja alguém necessariamente ensinando de forma intencional.

Por essas razões, todos os adultos devem se esforçar em manter comportamentos positivos, principalmente na presença de crianças, visto que essas ações serão vistas por elas como modelos comportamentais a serem seguidos.

É preciso, portanto, oferecer às crianças atenção, bons modelos comportamentais, ambiente familiar estável e vivências em estruturas sociais confiáveis, a fim de estimular e desenvolver seus valores de forma positiva à sua formação como indivíduo.



Abordagens importantes na Educação Financeira infantil

Durante a fase infantil, de 0 a 10 anos, os temas relacionados às diversas áreas do conhecimento, tais como Educação Financeira e Educação Ambiental, se complementam de forma muito positiva aos aprendizados formais como, por exemplo: o reconhecimento dos números, das quantidades, as operações matemáticas básicas, a compreensão de mensagens textuais ou audiovisuais, e muitos outros.

Nesse período, os indivíduos geralmente têm uma tendência maior à empatia, demonstrando um maior grau de preocupação com o próximo e com o meio em que vive. Sendo assim, o foco principal para esse tipo de formação deve ser o de despertar a reflexão sobre os valores, a fim de que os conceitos formados não se restrinjam apenas aos fatores materiais.

No entanto, atentos à linha do curso, podemos sugerir algumas ações, dependendo da faixa etária:

De 1 a 2 anos de idade: parece exagero se preocupar com ensinamentos financeiros nessa faixa etária, mas não é. Logicamente, não estamos nos referindo a lições com foco específico no dinheiro, mas orientações sobre conservação de objetos, diminuição na quantidade de brinquedos, interação com brinquedos mais simples, podem fazer grande diferença nas compreensões sobre consumo exagerado e desperdício, no futuro.

De 3 a 5 anos de idade: nessa idade já é possível explicar aos pequenos que é preciso ter dinheiro para comprar coisas e que a obtenção desse não é tão simples. Por essa razão, a decisão de comprar também não pode ser. Também é o ponto ideal para ensinar que algumas vezes é necessário saber esperar para conseguir alguma coisa. A ideia do cofrinho é ótima para dar aos bem pequenos as primeiras noções de economia. Com o cofrinho, a criança aprende que, poupando, pode atingir um objetivo (nessa idade, pode comprar figurinhas, um lanche, um sorvete, um brinquedo novo). E o que é melhor: ela é quem terá o controle do seu dinheiro, ou seja, cabe à ela a decisão de quebrar o cofrinho ou guardar para juntar mais. O cofrinho transparente facilita essa observação.

De 6 a 8 anos de idade: nessa faixa etária está na hora de ensinar à criança que existem coisas mais necessárias do que outras, que as coisas têm um custo financeiro que é expresso através do preço, quanto as coisas custam, como fazer escolhas e a importância de poupar dinheiro para poder comprar o necessário, sempre que preciso. Também é hora de se exercitar as operações e movimentações financeiras básicas como compra, pagamento e troco.

De 9 a 10 anos de idade: nesta fase pode-se explicar a relação de trabalho/dinheiro, os ciclos de recebimentos e gastos financeiros, a importância de usar o dinheiro com consciência, mostrar a diferença entre desejos e necessidades, conversar e tirar dúvidas sobre poupar, gastar, investir e planejar. Além disso, é importante motivar reflexões sobre valores como responsabilidade, comprometimento e, também, o consumo consciente como uma questão social e ambiental. A criança deve aprender desde cedo que dinheiro não jorra de uma fonte inesgotável e que, se poupado ao longo de um período, lhe possibilitará a aquisição de algo desejado. É importante que a criança descubra o prazer que há em poupar: conquistar algo com o que sonhamos, principalmente se nos envolvemos nessa conquista.



IMPORTANTE!

As ações que citamos acima estão voltadas à realização em ambiente escolar, o qual é o foco principal de nosso curso. No entanto, se também tratado em ambientes familiares, existe uma gama muito maior de ações possíveis e necessárias. É esperado que, em um projeto de Educação Financeira escolar sejam previstos, de alguma forma, momentos de interação entre escola e família, a fim de que comportamentos financeiros positivos possam ser debatidos em conjunto pela comunidade educacional.

O risco do *marketing* direcionado às crianças

Como já vimos, ninguém nasce consumista. O consumismo é um hábito mental forjado que se tornou uma das características culturais mais marcantes da sociedade atual. Não importa o gênero, a faixa etária, a nacionalidade, a crença ou o poder aquisitivo. Hoje, todos que são impactados pelas mídias de massa são estimulados a consumir de modo inconsequente.

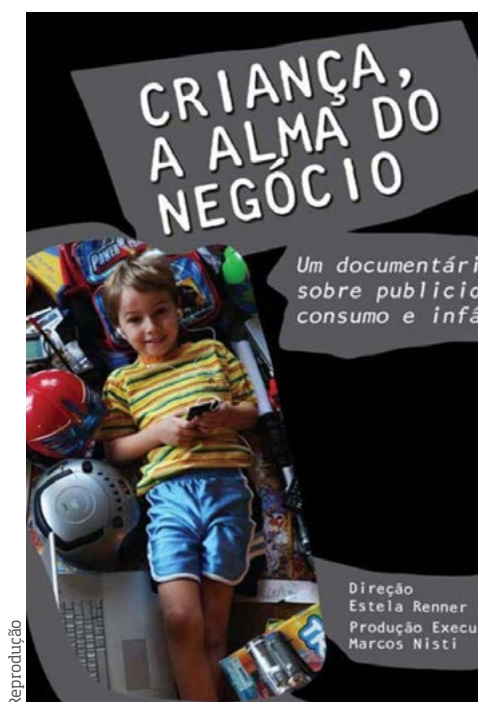
As crianças, que vivenciam uma fase de peculiar desenvolvimento e, portanto, mais vulneráveis que os adultos, não ficam fora dessa lógica e infelizmente sofrem cada vez mais cedo com as graves consequências relacionadas aos excessos do consumismo: obesidade infantil, erotização precoce, consumo precoce de tabaco e álcool, estresse familiar, banalização da agressividade e violência, entre outras. Nesse sentido, o consumismo infantil é uma questão urgente, de extrema importância e interesse geral.

De pais e educadores a agentes do mercado global, todos voltam os olhares para a infância – os primeiros preocupados com o futuro das crianças. Já os últimos fazem crer que estão preocupados apenas com os lucros de seus negócios.

Para o mercado, antes de tudo, a criança é um consumidor em formação, de hoje e do amanhã, e uma poderosa influência nos processos de escolha de produtos ou serviços. As crianças brasileiras influenciam 80% das decisões de compra de uma família (TNS/InterScience, outubro de 2003). Carros, roupas, alimentos, eletrodo-

mésticos, quase tudo dentro de casa tem por trás o palpite de uma criança, salvo decisões relacionadas a planos de seguro, combustível e produtos de limpeza, que têm pouca influência dos pequenos.

No Brasil, a publicidade na TV e na *internet* são as principais ferramentas do mercado para a persuasão do público infantil, que cada vez mais cedo é chamado a participar do universo adulto quando é diretamente exposto às complexidades das relações de consumo, sem que esteja efetivamente preparado para isso.



O filme *Criança, a Alma do Negócio* fala sobre a exposição excessiva das crianças à publicidade.

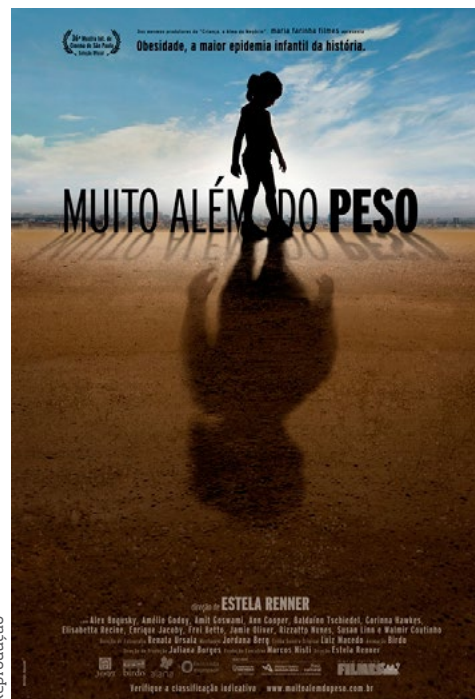
As crianças são um alvo importante, não apenas porque escolhem o que seus pais compram e são tratadas como consumidores mirins, mas também porque, impactadas desde muito jovens, tendem a ser mais fiéis a marcas e ao próprio hábito consumista que lhes é praticamente imposto.

Nada, no meio publicitário, é deliberado sem um estudo detalhado. Em 2006, os investimentos publicitários destinados à categoria de produtos infantis foram de R\$ 209 milhões (*Ibope Monitor, 2005 x 2006, categorias infantis*). No entanto, a publicidade não se dirige às crianças apenas para vender produtos infantis. Elas são assediadas pelo mercado como eficientes promotoras de vendas de produtos direcionados também aos adultos.

O *Ibope Mídia*, que anualmente divulga os dados de investimento publicitário no Brasil, constatou que foram movimentados cerca de R\$ 112 bilhões em 2013 com publicidade. A televisão permanece a principal mídia utilizada pela publicidade, representando 70% do investimento. Ao cruzar essa informação com o fato de que a criança brasileira passa, em média, 5 horas e 35 minutos por dia assistindo à programação televisiva (*Painel Nacional de Televisores, Ibope 2015*), é possível imaginar o impacto da publicidade na infância.

Apesar de toda essa força, a publicidade veiculada na televisão é apenas um dos fatores que contribuem para o consumismo infantil. O *TNS Global*, instituto de pesquisa que atua em mais de 70 países, divulgou dados em setembro de 2007 que evidenciaram outros fatores que influenciam as crianças brasileiras nas práticas de consumo. Elas sentem-se mais atraídas por produtos e serviços que sejam associados a personagens famosos, brindes, jogos e embalagens chamativas. A opinião dos amigos também foi identificada como uma forte influência.

No âmbito da alimentação, a publicidade é um fator que estimula a disseminação da maior epi-



Reprodução

O filme *Muito Além do Peso* retrata o problema da obesidade infantil do ponto de vista do consumo irrefletido

demia infantil da história: a obesidade. A pesquisa *Targeting Children With Treats (Alvejando crianças com guloseimas*, em livre tradução do inglês) de 2013, aponta que as crianças que já têm sobrepeso aumentam em 134% o consumo de alimentos com altos teores de sódio, gorduras trans e saturadas e açúcar, quando expostas à publicidade destes produtos.

O consumismo está relacionado à ideia de devorar, destruir e extinguir. Se agora, tragédias naturais como queimadas, furacões, inundações gigantescas, enchentes e períodos prolongados de seca são muito mais comuns e frequentes, é porque a exploração irresponsável do meio ambiente prevaleceu ao longo de décadas.

O consumismo infantil é, portanto, um problema que não está ligado apenas à educação escolar e doméstica. Embora a questão seja tratada quase sempre como algo relacionado à esfera familiar, crianças que aprendem a consumir de forma inconsequente e desenvolvem critérios e valores distorcidos são, de fato, um problema de ordem global.

Existem movimentos da sociedade civil que defendem a manutenção de políticas proibitivas para a publicidade infantil e que merecem destaque. [Clique aqui](#) para saber mais!

Compreendendo valores existenciais, emocionais e materiais

Toda e qualquer operação financeira gira em torno de valores. No entanto, a mesma operação envolve valores diferentes, dependendo de alguns parâmetros das partes envolvidas. Uma mesma operação pode ser considerada barata e justa por uns e, por outros, cara e até absurda.

Mas por que isso acontece?

Simples: cada indivíduo possui um senso de valor particular, o qual impacta no momento da decisão. Além disso, esses valores podem sofrer variações pontuais, dependendo de alguns fatores, tais como:

- **situação existencial:** dependendo da situação existencial que o indivíduo está vivendo, ou sendo obrigado a viver, as prioridades se apresentam de forma diferente. Por exemplo: operações financeiras tendem a ser consideradas supérfluas, sem valor e caras para quem está passando fome.

- **situação financeira:** de acordo com a quantidade monetária disponível pelo sujeito no momento, uma ida ao *shopping* e a aquisição de produtos não programada pode não ter nenhuma consequência. Já para outros, pode significar o não pagamento da conta de água no fim do mês, por exemplo.

- **consciência financeira:** quando se tem mais consciência dos objetivos financeiros, o sujeito passa a não realizar algumas compras, mesmo que pareçam baratas e valiosas no momento, pois ele realiza avaliações criteriosas de todas as necessidades, prioridades e gastos a todo o momento.

- **inteligência financeira e/ou empreendedora:** com o olhar preparado para ver as oportunidades, as pessoas com maior inteligência financeira investem quantias em coisas que, para muitos, não há valor algum, enquanto outros deixam oportunidades de ganhos futuros passarem.



Sendo assim, ao se tratar de ações pedagógicas e de conscientização de jovens em ambiente escolar, se faz importante potencializar e solidificar as noções e o senso crítico relacionados a valores, prioridades e oportunidades, através de atividades e até simulações que promovam essas reflexões.

O dinheiro em nossas vidas

Em nossas proposições anteriores, sugerimos que o tema dinheiro já fosse abordado desde a Primeira Infância. Na fase da adolescência, é preciso aprofundar a relação entre indivíduo e dinheiro, identificando desde como ele se origina em nossa história pessoal, para o que deve servir e, principalmente, quais impactos negativos podem ocorrer pela falta desse em nossas existências. Em contraponto às ações da mídia publicitária irresponsável, a educação deve fortalecer a visão de que gastar sem pensar, quase sem nenhuma exceção, é ruim.

De certa forma, parece natural que o dinheiro seja uma presença frequente nos pensamentos de todos nós. Isso acontece porque ele representa segurança, assim como um meio para conseguir o que precisamos e queremos. Não ter o suficiente significa uma série infinita de aflições, humilhações e privações. Apesar disso, na verdade, nossa obsessão pelo dinheiro tem também alguns aspectos estranhos que revelam características profundas da condição humana moderna.

Para entendermos melhor essa relação, precisamos fazer uma diferenciação entre problemas com dinheiro e preocupações com dinheiro. Os problemas são dificuldades imediatas e diretas, como, por exemplo, não conseguir pagar uma dívida, uma conta ou coisas das quais você realmente precisa em dado momento. As

preocupações, por outro lado, podem afetar até mesmo pessoas que têm o suficiente.

Você pode se afligir, por exemplo, por acreditar que não vai ter dinheiro o bastante daqui a cinco ou dez anos; por talvez ter tomado uma decisão ruim há alguns anos, que não o deixou tão tranquilo quanto poderia estar agora; pode se preocupar por ter gastado muito, apesar de ter sorte financeiramente; por ser financeiramente dependente de seu parceiro, embora ele tenha o bastante para sustentar você; por ter ganhado muito menos dinheiro do que algum colega da faculdade.

Como essas preocupações não têm a ver com dificuldades financeiras reais e urgentes, podem facilmente ser consideradas egoístas ou injustas. De um jeito rígido, podemos ficar tentados a dizer a nós mesmos para cessar com essa autocomiseração e ficar felizes por termos o suficiente para nos mantermos. Podemos acabar não apenas inquietos em relação aos nossos ganhos financeiros, mas também nos sentindo culpados por nos preocuparmos tanto com isso.

Uma estratégia diferente e mais produtiva é não menosprezar as preocupações, mas levá-las muito a sério, ou seja, dar a elas nossos melhores pensamentos e atenção. Deveríamos tentar entendê-las melhor, ao invés de fingir ignorá-las.



Nós nos preocupamos com dinheiro por vários motivos importantes que, estranhamente, não são de natureza essencialmente financeira ou econômica. Um dos principais motivos para nos preocuparmos com nossos ganhos é que eles parecem ser, no mundo contemporâneo, uma medida para o nosso valor humano, que também pode ser chamado de *status* social.

Basear nossas decisões financeiras no patamar do *status* implica que, ao invés de cuidarmos do nosso bem-estar existencial, principalmente a médio e longo prazo, estaremos nos preocupando em apresentar aos outros uma imagem, muitas vezes ilusória, de que estamos bem ou até mesmo muito melhor do que estamos, atitude reconhecida principalmente pelos mais jovens como **Ostentação**.

É dever de todo educador, inclusive financeiro, salientar que, mesmo que baseada em situação verdadeira, a ostentação não pode ser entendida como positiva enquanto houver pessoas passando fome, por exemplo.



O conhecimento a nosso favor

A fase da adolescência, infelizmente, costuma ser a que mais apresenta desmotivação e desinteresse do indivíduo em relação aos estudos.

Muitas pesquisas realizadas demonstraram que a maioria dos jovens não conseguem fazer uma

relação de valor entre o conteúdo abordado nas escolas e sua realidade. Nos últimos anos, o desinteresse foi potencializado pelas inúmeras possibilidades concorrentes ao foco escolar, principalmente com o que podemos chamar de **movimento da internet no bolso** por meio de celulares, que trouxe a impressão de que qualquer informação pode ser acessada se e quando necessária. No entanto, nós educadores e, principalmente, profissionais de ensino sabemos não ser assim. Mas o que podemos fazer?

Como já vimos em tópicos anteriores, independentemente de sexo, idade, crenças e nível de estudo, durante toda nossa existência estaremos expostos a diferentes situações financeiras e, nos momentos de decisão, quanto mais preparados estivermos, maior a probabilidade favorável para nós. Assim, além da evidente importância dos conhecimentos financeiros, temos aqui uma oportunidade de firmar elos entre conteúdos e realidade baseados em situações as quais podemos afirmar que acontecerão.





Ter raciocínio matemático e compreensão de texto apurados fará muita diferença em momentos de decisão, de competição e de conquistas futuras, resultados positivos esses que, na maioria das vezes, deverão resultar em ganhos financeiros diretos ou indiretos.

Exercitar o entendimento das progressões aritmética e geométrica através das taxas de correção e de juros, simular e demonstrar como o dinheiro pode “crescer”, costuma despertar interesse em qualquer pessoa.

Interpretar e entender o contexto de mensagens publicitárias, anúncios, contratos etc., pode fazer grande diferença para que o indivíduo não caia em armadilhas e proteja seu dinheiro, tanto aquele que já tenha, quanto o que ainda venha a receber.

Nesse sentido, a Educação Financeira, trabalhada de forma transversal como preconiza a *Base Nacional Comum Curricular - BNCC*, pode trazer efeitos positivos no que se refere à prevenção à evasão escolar, assim como à valorização do professor.

Para finalizar

Finalizamos esse terceiro fascículo chegando às abordagens iniciais relacionadas à Educação Financeira. Para isso, precisamos seguir de uma visão macro, passando pelas reflexões pessoal e familiar até chegar aqui.

É importante que essas visões estejam didaticamente relacionadas a fim de que a construção dos saberes financeiros venha se solidificando através de várias fontes de ação e conteúdo, da forma mais positiva possível.

No próximo fascículo, abordaremos mais especificamente as ações no ambiente escolar e junto à sua comunidade educacional.



ANEXO COMPLEMENTAR

Pensando em ações de incentivo à leitura que possam motivar as aprendizagens de Educação Financeira, apresentamos a coluna Maurício de Souza, o criador da *Turma da Mônica*, para o site *Meu Bolso Feliz*, uma iniciativa do Serviço de Proteção ao Crédito - SPC Brasil.

Economizando com pequenas atitudes



© MSP - BRASIL

Fonte: meubolsofeliz.com.br/artigos-do-mauricio-de-souza



Pesquisar para economizar



© MSP - BRASIL

Fonte: meubolsofeliz.com.br/artigos-do-mauricio-de-souza

Compras por Impulso

TURMA DA MÔNICA
em
Meu bolso Feliz
Iniciativa: **SPC BRASIL**
meubolsofeliz.com.br
MAURICIO



© MSP - BRASIL

Fonte: meubolsofeliz.com.br/artigos-do-mauricio-de-souza

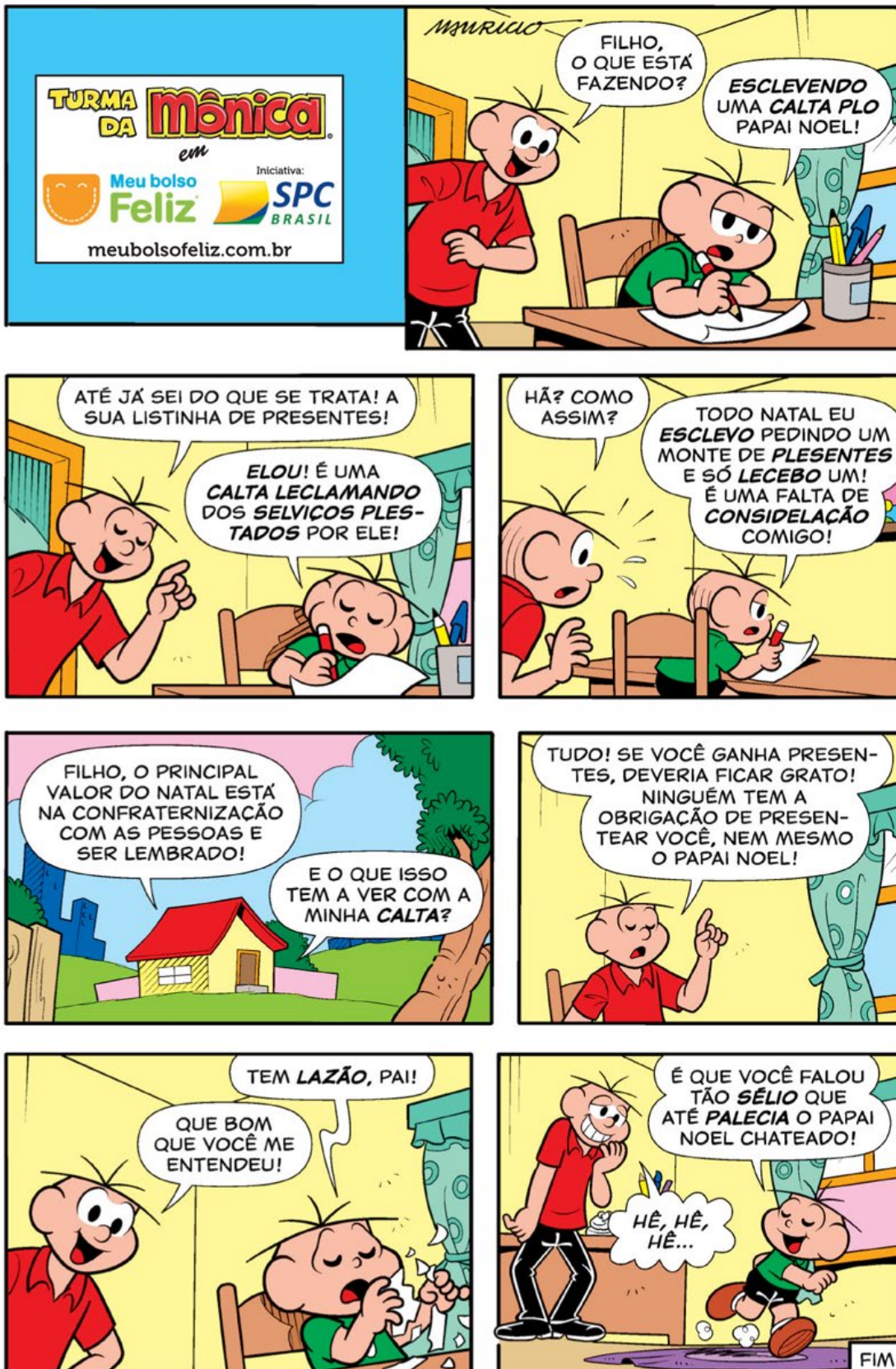
Lista de compras é importante

Fonte: meubolsofeliz.com.br/artigos-do-mauricio-de-souza



© MSP - BRASIL

O verdadeiro espírito do Natal



Fonte: meubolsofeliz.com.br/artigos-do-mauricio-de-souza

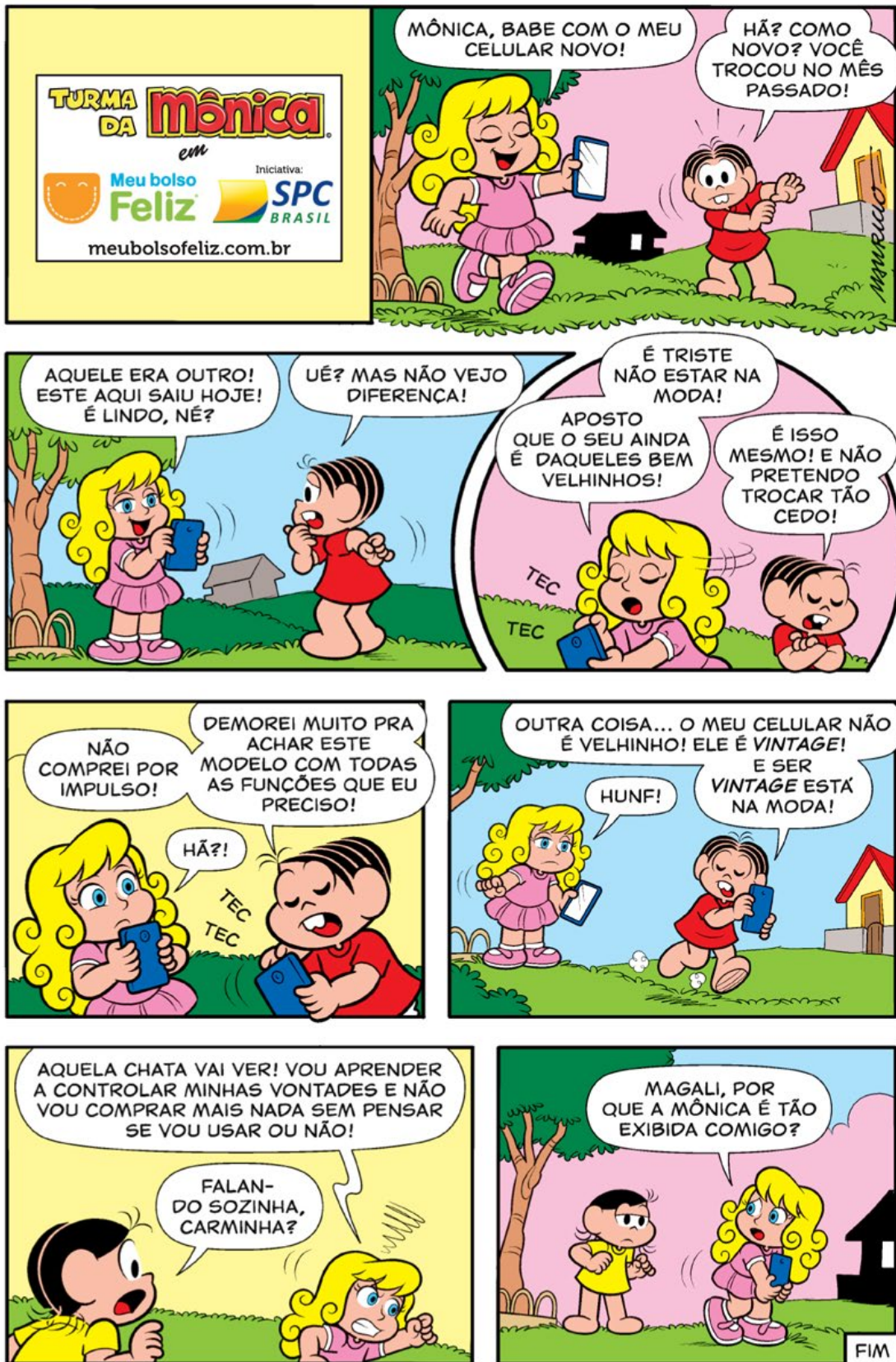
Consumo Consciente

Fonte: meubolsofeliz.com.br/artigos-do-mauricio-de-souza



© MSP - BRASIL

Compras desnecessárias



Fonte: meubolsofeliz.com.br/artigos-do-mauricio-de-souza

Referências bibliográficas

AEF Brasil - Associação de Educação Financeira do Brasil. Disponível em: <<https://www.aefbrasil.org.br/index.php/educacao-financeira/>>. Acesso em: 23 de outubro de 2020.

Agência Brasil. Publicidade infantil. Entenda o Debate. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-07/publicidade-infantil-entenda-o-debate-e-saiba-como-questao-e-regulamentada>>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2021.

Criança e Consumo: Consumismo infantil. Disponível em: <<https://criancaconsumo.org.br/consumismo-infantil/>>. Acesso em: 14 de fevereiro de 2021.

D'AQUINO, Cassia. Como falar de dinheiro com seu filho. 1º Ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

ENEF. Disponível em: <<https://www.vidaedinheiro.gov.br/>>. Acesso em: 15 de outubro de 2020.

ENEF. Livros - Ensino Fundamental. Disponível em: <<https://www.vidaedinheiro.gov.br/livros-ensino-fundamental/>>. Acesso em: 15 de outubro de 2020.

ENEF. Livros - Ensino Médio. Disponível em: <<https://www.vidaedinheiro.gov.br/livros-ensino-medio/>>. Acesso em: 15 de outubro de 2020.

Exemplos de escolas. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=WmXOBlaL7tQ>>. Acesso em: 15 de outubro de 2020.

Por que damos tanta atenção ao dinheiro. Fortíssima. Disponível em: <<https://vidasimples.co/transformar/por-que-damos-tanta-importancia-para-o-dinheiro/>>. Acesso em: 14 de fevereiro de 2021.

SPC BRASIL. 48% dos brasileiros não controlam o próprio orçamento, revela pesquisa CNDL/SPC Brasil, publicado em 20 de janeiro de 2020. Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/7171>>. Acesso em: 14 de julho de 2020.



Conteúdo protegido - Proibida a reprodução sem créditos ao Instituto Brasil Solidário
para fotos ou contextos de projetos apresentados



Instituto
**BRASIL
SOLIDÁRIO**

INSTITUTO BRASIL SOLIDÁRIO - IBS
www.brasilsolidario.org.br