

EDUCAÇÃO FINANCEIRA POR MEIO DE DADOS REAIS: ATIVIDADES DIDÁTICAS PARA A EDUCAÇÃO BÁSICA

FINANCIAL EDUCATION WITH REAL DATA: DIDACTIC ACTIVITIES FOR BASIC EDUCATION

Ana Carolina Gadotti¹

Tânia Baier²

Resumo

O presente artigo apresenta parte de uma pesquisa desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Ensino de Ciências Naturais e Matemática (PPGECIM) – Mestrado Profissional – Universidade de Blumenau. O objetivo geral da pesquisa foi elaborar e aplicar atividades didáticas para a educação básica sobre o tema Educação Financeira fundamentadas em dados reais, colaborando na formação dos estudantes para o consumo sustentável e uma vida financeira responsável. Na atualidade, dados estatísticos mostram que o endividamento das pessoas e das famílias acontece por despesas não previstas, ou seja, por gastos não planejados realizados por impulso. Este artigo tem por objetivo apresentar a importância da Educação Financeira e a análise de duas atividades desenvolvidas com duas turmas dos anos finais do ensino fundamental, aplicadas com 46 estudantes de escolas públicas localizadas nos municípios de Blumenau e Timbó – SC. Com essas atividades, espera-se contribuir para o aprendizado da Educação Financeira em sala de aula, conscientizando os estudantes sobre a importância desse tema através de atividades didáticas baseadas em dados reais, contribuindo para a construção da cidadania e também para o bem estar econômico e financeiro dos jovens.

Palavras-chave :Educação Financeira. Ensino fundamental. Atividades.

Abstract

This paper presents part of a research developed in the MSc Program in Natural Sciences and Mathematics Teaching Program (PPGECIM) – Professional Master Degree – Blumenau University. The research's main goal was to elaborate and apply didactic activities for basic education that are about financial education based on real data, which help students having a sustainable consumption and a responsible financial life. Current statistic data shows that people's and family's debts come from unpredictable expenses, that is, from spending without planning and by impulse. Therefore, this paper aims to present the importance of financial education and the analysis of two activities developed with two classes of final years in Basic School, applied on forty-six students from public schools located in Blumenau and Timbó, SC. It's expected from those activities to contribute with the learning of financial education in classrooms, helping the students becoming aware of the importance of that subject by using didactic activities based on real data, which will contribute to the construction of citizenship and to the student's economic and financial well-being.

Keywords: Financial education. Basic education. Activities.

¹ Universidade Regional de Blumenau

² Universidade Regional de Blumenau

Introdução

Nos dias de hoje, muito mais que há alguns anos, ouve-se falar sobre o endividamento da população, consumismo e crise financeira. Peretti (2008) ressalta que o objetivo da Educação Financeira é atingir a maturidade financeira, sendo importante para formação da consciência do controle e também do bom senso. O autor também destaca que a Educação Financeira desenvolve o caráter e a personalidade das pessoas, afastando-as do medo e fazendo que elas criem coragem para resolver os seus problemas financeiros.

Assumindo como sendo importante a prática da Educação Financeira, seja na escola ou em casa, das crianças e adolescentes que estão cursando a educação básica, um aspecto a ser considerado de modo especial é o uso do dinheiro. Usualmente as pessoas entendem que o dinheiro deve ser economizado, no entanto, Godfrey e Edwards (2007) ressaltam que devemos ensinar às crianças que economizar dinheiro é importante, porém, o modo de gastá-lo com responsabilidade e sabedoria tem a mesma relevância.

Nos dias de hoje dados estatísticos mostram que a cada ano acontece o endividamento das pessoas e das famílias principalmente por despesas não previstas, ou seja, gastos não planejados, e muitas dessas compras são realizadas por impulso. Também é apontado nas pesquisas que essas compras por impulso e sem planejamento ocorrem de modo excessivo principalmente nas épocas que antecedem as datas comemorativas, por exemplo, no Natal, na Páscoa, no dia das mães, dos pais, das crianças etc.

É comum também perceber o quanto as propagandas publicitárias instigam as pessoas a comprarem nessas épocas do ano, incentivando a aquisição de mercadorias. Em meados de janeiro e fevereiro, é comum ouvir notícias nas mídias sobre o endividamento da população, sendo que o principal motivo são as compras de fim de ano, tais como presentes, gastos com festas e viagens de férias. Outro motivo do endividamento da população já no início do ano são os gastos com IPTU, Imposto de Renda e material escolar para os filhos. As dívidas não planejadas podem ser evitadas se as pessoas tiverem consciência do quanto ganham e do quanto podem gastar e uma alternativa é controlar e planejar os seus gastos.

Este artigo tem por objetivo apresentar a análise de duas atividades desenvolvidas com duas turmas dos anos finais do ensino fundamental, em uma pesquisa desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Ensino de Ciências Naturais e Matemática (PPGECIM) – Mestrado Profissional - da Universidade XXX. As atividades foram aplicadas em duas escolas públicas de área urbana, com um total de 46 estudantes com faixa etária de 13 a 15 anos de idade. Na primeira escola, localizada em Blumenau-SC, 26 estudantes participaram da pesquisa, e na segunda escola, localizada em Timbó-SC, 20 estudantes. Para preservar o anonimato, os estudantes da primeira

escola foram designados pelos algarismos de 1 até 26 e os da segunda escola foram representados pelas letras de A até S.

Esta pesquisa seguiu os princípios da investigação qualitativa, sendo que os dados descritivos foram coletados em sala de aula no contato direto com os estudantes. Conforme orientam Lüdke e André (1986), numa abordagem qualitativa, a observação é um dos principais métodos de investigação. Seguindo esses autores, durante o processo de realização das atividades, ocorreu uma preocupação contínua em coletar dados descritivos focados na perspectiva dos estudantes, sendo anotadas as dúvidas que surgiram no decorrer da realização dos cálculos e realizada a análise dos comentários escritos nas questões dissertativas.

A importância da Educação Financeira

Por meio da Educação Financeira os indivíduos e as sociedades podem melhorar os seus conceitos e a sua compreensão sobre produtos financeiros, contribuindo, de maneira consciente, para a formação de pessoas responsáveis e comprometidas com o futuro (BCB, [s.d.]). Pode-se entender que Educação Financeira:

É proporcionar uma mentalidade inteligente e saudável sobre dinheiro. É criar consciência dos limites. É saber ganhar, gastar, poupar, investir e doar dinheiro. É a capacidade de administrar o seu rico dinheiro. É fazer tudo o que se deseja com responsabilidade, ética e maturidade. Educação financeira é despertar para a inteligência financeira, ou seja, dinheiro trabalhando para você. Ser inteligente é ser capaz de responder o que a vida nos propõe. É saber plantar para depois colher. É criar o hábito de poupar para aprender a investir. É criar a independência financeira. (PERETTI, 2008, p. 17)

Para Savoia, Saito e Santana (2007, p. 1122) a Educação Financeira pode ser entendida “[...] como um processo de transmissão de conhecimento que permite o desenvolvimento de habilidades nos indivíduos, para que eles possam tomar decisões fundamentadas e seguras, melhorando o gerenciamento de suas finanças pessoais”. Para os autores, a Educação Financeira tornou-se uma preocupação crescente em vários países, o que gera um aprofundamento nos estudos sobre o tema.

No *site* da ENEF (Estratégia Nacional de Educação Financeira) é apresentado o conceito de Educação Financeira no Brasil segundo a OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico), no ano de 2005, apontando que a Educação Financeira é o processo através do qual os indivíduos e as sociedades em um todo melhoram a sua compreensão sobre conceitos e produtos financeiros, sendo que, com informações, formações e orientações, todos possam desenvolver valores e competências que são necessários para se tornarem pessoas mais conscientes das oportunidades e também dos riscos neles envolvidos. Com isso, todos podem

ter escolhas bem informadas, ter o conhecimento de, se necessário, onde procurar ajuda, como também adotar outras ações que favorecem o seu bem-estar. Desse modo, segundo a OCDE, a Educação Financeira pode contribuir com a formação de indivíduos e sociedades mais responsáveis e comprometidos com o futuro (ENEF, [s.d.]).

Segundo o Banco Central do Brasil ([s.d.]), a Estratégia Nacional de Educação Financeira foi instituída com a finalidade de promover a Educação Financeira contribuindo para o fortalecimento da cidadania, para a eficiência e solidez do Sistema Financeiro Nacional (SFN) e também para os consumidores tomarem decisões mais conscientes. Domingos (2011) aponta que, com a criação da ENEF, a realidade da Educação Financeira nos currículos escolares tende a mudar.

A ENEF institui, entre outras coisas, que a temática seja incluída no ensino básico e que outras iniciativas sejam desenvolvidas, para orientar também os adultos. Ou seja, o conhecimento da importância da educação financeira na vida das pessoas já é um fato concreto. Mas ainda temos um longo caminho pela frente, inclusive para superar o estigma de que a educação financeira está relacionadas às ciências exatas, quando, na verdade, o componente comportamental, os hábitos e costumes, é que estão na base de tudo. (DOMINGOS, 2011, p. 22)

Em 2013 foi elaborado pelo Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF) um livro sobre Educação Financeira escolar, que faz parte do Programa Educação Financeira nas Escolas, que é um importante programa educacional brasileiro, sendo uma iniciativa da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF). O objetivo desse livro é oferecer aos jovens estudantes a formação necessária para que eles possam tomar decisões financeiras conscientes e sustentáveis, tanto para a sua vida pessoal, quanto para o país.

Segundo o CONEF (2013), esse programa foi desenvolvido para a instituição escolar que é um espaço fundamental onde as crianças e os jovens podem adquirir as competências necessárias para enfrentar os desafios sociais e econômicos da sociedade, como também para a construção e o exercício da cidadania. Os autores do livro justificam a entrada da Educação Financeira nas escolas por diversas razões que já foram identificadas em vários países que já acumulam experiência na área. “Entre essas razões se destacam os benefícios de se conhecer o universo financeiro e de se tomar decisões financeiras adequadas, que fortaleçam o comando autônomo da própria vida e, por extensão, do âmbito familiar e comunitário” (CONEF, 2013, p. 1). Os autores também justificam que a Educação Financeira no ambiente escolar é uma estratégia fundamental para ajudar as pessoas a enfrentarem os seus desafios cotidianos e também a realizar os seus sonhos individuais e coletivos.

Discentes e docentes financeiramente educados são mais autônomos em relação a suas finanças e menos suscetíveis a dívidas descontroladas, fraudes e situações

comprometedoras que prejudiquem não só a própria qualidade de vida como a de outras pessoas. A Educação Financeira tem um papel fundamental ao desenvolver competências que permitem consumir, poupar e investir de forma responsável e consciente, propiciando uma base mais segura para o desenvolvimento do país. Tal desenvolvimento retorna para as pessoas sob a forma de serviços mais eficientes e eficazes por parte do Estado, numa relação saudável das partes com o todo. (CONEF, 2013, p. 1)

Com as competências adquiridas e a mudança de postura alcançadas por meio da Educação Financeira, espera-se poder ajudar as pessoas a solucionarem seus desafios cotidianos. O cotidiano sempre se passa em tempos e espaços determinados e a Educação Financeira é comprometida com isso, por esse motivo é sugerido que ela seja estudada nas dimensões espacial e temporal. Os conceitos de Educação Financeira na dimensão espacial são pautados no impacto das ações individuais sobre o contexto social e compreende os níveis individual, local, regional, nacional e global, onde se encontram organizados de maneira inclusiva. Já na dimensão temporal, os conceitos são apresentados com base na noção que as decisões tomadas hoje, ou seja, no presente, podem afetar no futuro (CONEF, 2013).

Godfrey e Edwards (2007) ressaltam que não é preciso ensinar todos os conceitos de Educação Financeira enquanto as crianças estiverem no jardim de infância, porém, nunca se é jovem demais para começar a ter noção e aprender sobre dinheiro e também sobre o seu valor. “As crianças tomam conhecimento do dinheiro logo que começam a interagir com o mundo que as rodeiam. Isso significa que você pode começar a ensinar a elas os princípios da administração financeira em idade surpreendentemente precoce” (GODFREY; EDWARDS, 2007, p. 13).

Apontando a importância da Educação Financeira no Brasil, Campos (2012, p. 23) afirma que “[...] discutir a Educação Financeira no sistema de ensino é vislumbrar a possibilidade de atingir diversos segmentos da população, tendo em vista a busca da universalização da Educação Básica”. O autor também destaca ser importante considerar que os estudantes podem levar questões ensinadas em sala de aula para serem discutidas em sua casa, fazendo assim, uma ampliação do alcance da proposta.

Descrição e análise das atividades aplicadas com os estudantes

Em ambas as escolas, antes de iniciar a aplicação das atividades em sala de aula, a pesquisadora discutiu com os estudantes a importância da Educação Financeira no ambiente escolar e familiar, o problema do consumismo e o quanto o consumo exagerado de mercadorias compromete o nosso meio ambiente, o crescimento do endividamento da população, suas causas e consequências, e o panorama brasileiro econômico e financeiro atualmente.

Uma das atividades propostas para os 26 estudantes da escola de Blumenau – SC foi a seguinte:

Uma pesquisa realizada pelo SPC e pelo CNDL em 2016 mostra que 29,5% dos consumidores admitem que fazer compras melhora o humor. Esse estudo demonstra também que as mulheres são as que mais compram por impulso, sendo que 37,7% das mulheres contra 26,5% dos homens admitem que compram sem planejar.

- a) O que significa comprar por impulso?
- b) Segundo a pesquisa 29,5% se sentem melhor comprando. Assim, aproximadamente, de cada 10 pessoas, quantas agem desse modo?
- c) Quem mais compra sem planejar? Os homens ou as mulheres?
- d) Nessa notícia vimos que 37,7% das mulheres consumidoras admitem comprar sem planejar, contra 26,5% dos homens. Calcule a porcentagem dos consumidores que não compram por impulso.
- e) Qual a sua opinião sobre comprar sem planejar?

Com esta atividade, espera-se que os estudantes conheçam o que é o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e também a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL). Espera-se que os estudantes reflitam sobre a atitude de comprar por impulso e se realmente fazer compras melhora o humor das pessoas. Os estudantes têm a oportunidade de expor a sua opinião sobre comprar sem planejar, destacando se acham essa atitude certa ou não, fazendo que eles pensem nas suas atitudes do dia a dia. Também é esperado que os estudantes não encontrem dificuldade na interpretação os dados apresentados na questão, realizando-as com o uso de regra de três e arredondamento de dados.

Todos os 26 estudantes conseguiram responder a letra *a* corretamente, e explicaram de diversas formas diferentes o que significa comprar por impulso. Um dos estudantes escreveu que: “*Significa comprar sem pensar, isso acontece geralmente com roupas, passa na frente, acha bonita e não planeja para ver quanto ela tem e quanto ela pode gastar*” (Estudante 4). Outro estudante já concluiu que: “*Significa a pessoa comprar sem pensar, sem planejamento, e gastar dinheiro em vão*” (Estudante 5).

Na letra *b*, onde os estudantes poderiam utilizar a regra de três para resolver a questão, 19 estudantes conseguiram efetuar o cálculo e o arredondamento corretamente. Na letra *c*, que questionava quem mais compra sem planejar, se são os homens ou as mulheres, apenas um estudante não respondeu a questão corretamente, sendo que essa questão envolvia apenas a leitura e a interpretação da questão proposta, pois a resposta estava no enunciado da questão.

Na letra *d*, 17 dos 26 estudantes responderam corretamente. A última questão da atividade 2, letra *e*, os estudantes precisavam expressar sua opinião sobre comprar sem planejar. Todos os

estudantes conseguiram responder essa questão, e, enquanto alguns opinaram que acreditam que comprar sem planejar é algo ruim: *“Eu acho que as pessoas deveriam planejar antes de comprar por que as vezes as pessoas acabam comprando por impulso algo que na verdade nem era necessário e você acaba não utilizando”*. (Estudante 6), outros dois estudantes destacaram que, na sua opinião, comprar sem planejar não é um problema: *“Eu acho que se você viu uma coisa que você gosta muito numa loja você vai e compra, comprar sem planejar as vezes é bom...”* (Estudante 7). *“Bom na minha opinião isso não é errado por que eu sou acostumada a comprar coisas sem planejar, e cada um é cada um (por isso minha opinião é essa)”* (Estudante 2).

Domingos (2011, p. 50) apresenta que grande parte das compras que as pessoas realizam, muitas vezes, são realizadas por impulso. Para o autor, essas compras são feitas “[...] seja como forma de extravasar sentimentos, seja pela sensação de poder que o ato da compra proporciona”. Domingos (2011, p.50-51) aconselha as pessoas a pensar duas vezes em toda e qualquer situação de compra, sendo que, para evitar as compras por impulso, o autor sugere:

- Resista ao impulso: deixa para o dia seguinte, pois, se esse item for realmente necessário, você retornará depois para comprá-lo.
- Não compre nada que você não tenha certeza de que precisa e que realmente irá agregar algo à sua vida.
- Se for possível, experimente o bem desejado para ter certeza de que ele lhe agrada.
- Não leve dinheiro ou cartão de crédito ao sair de casa se não tem intenção de efetuar uma compra.
- Se não possuir dinheiro suficiente para comprar o que deseja, evite comprar a prazo.
- Verifique se esse gasto cabe em seu orçamento.

Para Domingos (2011) todas as pessoas precisam conhecer o seu “eu” financeiro, observando tudo o que consomem e em quais situações do dia a dia as compras sem necessidade são feitas. O autor destaca que, antes de comprar, as pessoas devem parar e refletir, observando se as suas compras estão sendo motivadas pela busca da satisfação emocional ou pela real necessidade de determinado produto.

Já foi comprovado em vários estudos que muitas compras realizadas acontecem por impulso, e a grande razão dessas compras sem planejamento são as eficientes estratégias de *marketing* criadas pelas empresas, visto que grandes investimentos e tecnologias são utilizados pelas empresas para que as pessoas sejam convencidas a levar um produto para a sua casa (CERBASI, 2003).

A todo instante somos bombardeados por apelos de marketing. Durante nossas compras em supermercado não vemos o produto que queremos. Ao invés disso, vemos embalagens feitas para chamar nossa atenção, letras e formatos chamativos, fotos de lugares e situações em que desejaríamos estar, atendentes

bonitas oferecendo amostras de artigos que nunca pensamos em comprar. Artigos fúteis expostos ao lado de bens de primeira necessidade. Embalagens promocionais, embalagens novas, brindes que terão utilidade duvidosa em nossos armários de casa. Leve doze e pague dez, e tantas outras promoções que lhe empurram produtos e quantidades além daqueles que você planejava comprar. É claro que há casos em que essas promoções são realmente interessantes, desde que você faça uso de todos os itens adquiridos. (CERBASI, 2003, p. 58)

Todas essas situações que envolvem apelos de *marketing* estão presentes nos dias de hoje, tornando assim as pessoas cada vez mais consumistas. Os comerciais estão sendo criados a cada dia mais atraentes e muitas vezes iludindo as pessoas. Domingos (2008, p.49) ressalta que comprar e gastar faz parte da nossa vida e muitas mercadorias que estão à nossa disposição realmente são fundamentais, porém, temos que fazer uma análise do nosso comportamento de consumo e mudar os hábitos que não fazem bem para a nossa saúde e para as nossas finanças, porque somos atingidos com mensagens publicitárias: “Vivemos em uma sociedade totalmente consumista, em que a maioria dos hábitos de consumo se baseia em padrões sociais”.

Outra atividade proposta pela pesquisadora, e aplicada com 20 estudantes de uma escola pública de Timbó – SC, tratava-se de uma atividade sobre propagandas enganosas:

Um comerciante vende o ventilador Furacão por R\$100,00, aumentou em 25% o preço dele, e depois divulgou 20% de desconto.

a) Analise a situação.

b) Esses cálculos são realizados por muitos comerciantes porque o desconto divulgado chama a atenção dos consumidores. Você já notou em que período do ano essa prática acontece mais?

Com essa atividade espera-se que os estudantes reflitam sobre as *propagandas enganosas* no mercado. Após a realização da atividade, é importante discutir com os estudantes que nos períodos que antecedem datas comemorativas, por exemplo, no natal, dia das mães, dos pais, dos namorados, as lojas geralmente anunciam promoções, e os consumidores precisam estar atentos se realmente há um desconto no produto ou não.

Primeiramente a pesquisadora leu e explicou toda a questão. Alguns estudantes não entenderam a primeira atividade, letra *a*, que pedia que os estudantes analisassem a situação descrita. Então a pesquisadora explicou que eles deveriam analisar se esse desconto era uma propaganda enganosa ou não, e para que eles descobrissem isso precisavam calcular o aumento de 25% do ventilador, e após esse valor encontrado, diminuir os 20% de desconto que o comerciante estava anunciando. Um dos estudantes logo comentou: “*Acho que o ventilador vai voltar a custar R\$100,00*”. Apenas 1 dos 20 estudantes não conseguiu compreender que o ventilador estava sendo vendido

novamente por R\$100,00, apesar de ter realizado os cálculos corretamente. Os outros 19 estudantes resolveram todos os cálculos e apresentaram a conclusão da questão de maneira correta.

Já na pergunta seguinte, letra *b*, a pesquisadora explicou que muitos comerciantes anunciam descontos em seus produtos porque isso chama a atenção dos consumidores. Um estudante comentou: “*Isso acontece no Black Friday*”. Por conta desse comentário, três estudantes comentaram sobre o *Black Friday* na questão proposta pela pesquisadora: “*Essa prática acontece mais em datas comemorativas como por exemplo: natal, dia das mães ou em Black Fridays*” (Estudante E). “*Sim eu já notei isso e isso acontece nas datas comemorativas ou na Black Friday*” (Estudante F). “*Black Friday e datas comemorativas, exemplo: dia das mães, dia das crianças, dia dos pais, natal etc.*” (Estudante G).

Outras respostas apresentadas pelos estudantes na letra *b* foram: “*Eles fazem isso no natal, páscoa, ano novo, dia das mães etc... Mas não diferencia no preço pois eles aumentam o preço e colocam desconto mais fica o mesmo preço*” (Estudante C). “*Sim, notei que quando chega a temporada (verão) eles aumentam o preço e dão um grande desconto para chamar atenção*” (Estudante D).

Segundo o CONEF (2013), um dos benefícios da Educação Financeira consiste em aprender a fazer um julgamento crítico em relação à publicidade, pois o seu campo procura aumentar a eficiência das mensagens de consumo e também a provocar o desejo das pessoas em adquirir determinados produtos.

Considerações finais

Este artigo teve como finalidade descrever sobre a importância da Educação Financeira e relatar duas atividades didáticas que foram aplicadas em duas turmas dos anos finais do ensino fundamental. Uma das atividades foi aplicada com estudantes de uma escola pública de Blumenau-SC e outra atividade com estudantes de uma escola pública de Timbó-SC. Com essa pesquisa, foi possível perceber que muitos estudantes sabem como os pais lidam com o dinheiro e seguem as suas práticas financeiras. Após a discussão do tema Educação Financeira e durante a realização das atividades, alguns estudantes comentaram que os pais gastam demais e estão endividados.

Com base nos resultados obtidos após a explicação do conteúdo e da aplicação das atividades, constatou-se que grande parte dos estudantes compreendem os conceitos e a importância da Educação Financeira, não somente no ambiente escolar, como também no seu dia a dia. Durante a realização das atividades percebeu-se também que alguns estudantes possuem dificuldades em realizar cálculos básicos, como por exemplo a regra de três.

Em ambas as escolas, onde as atividades foram aplicadas, os primeiros momentos em sala de aula foram utilizados para apresentar situações relacionadas com o tema Educação Financeira. É importante que os estudantes participem em discussões sobre questões financeiras, enfocadas

em dados que refletem a realidade financeira das pessoas nos dias de hoje. Assim, com essas atividades, espera-se contribuir para o aprendizado da Educação Financeira em sala de aula, conscientizando os estudantes sobre a importância desse tema através de atividades didáticas baseadas em dados reais, contribuindo para a construção da cidadania e também para o bem estar econômico e financeiro dos jovens.

Referências

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **O Programa de Educação Financeira do Banco Central**. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/?BCEDFIN>>. Acesso em: 23 jun. 2016.

CAMPOS, M. B. **Educação financeira na matemática do ensino fundamental**: uma análise da produção de significados. 2012. 179f. Dissertação (Mestrado Profissional em Educação Matemática). Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2012.

CERBASI, G. P. **Dinheiro**: os segredos de quem tem. São Paulo: Gente, 2003.

CONEF. **Educação financeira nas escolas**: ensino médio: livro do professor. Brasília: CONEF, 2013.

DOMINGOS, R. **Terapia financeira**: realize seus sonhos com educação financeira. São Paulo: DSOP Educação Financeira, 2011.

ENEF. **Conceito de Educação Financeira no Brasil**. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.vidaedinheiro.gov.br/educacao-financeira.php>>. Acesso em 11 maio 2016.

GODFREY, N. S.; EDWARDS, C. **Dinheiro não dá em árvore**: um guia para os pais criarem filhos financeiramente responsáveis. Tradução de Elizabeth Arantes Bueno. São Paulo: Jardim dos Livros, 2007.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M. E. D. A. **Pesquisa em Educação**: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986. 99 p.

PERETTI, L. C. **Educação financeira**: aprenda a cuidar do seu dinheiro. 3.ed. Paraná: Impressul, 2008.

SAVOIA, J. R. F.; SAITO, A. T.; SANTANA, F. A. Paradigmas da educação financeira no Brasil. **Revista de Administração Pública (RAP)**, Rio de Janeiro, v. 41, n. 6, p. 1121-1141, 2007.