

A MATEMÁTICA FINANCEIRA E A EDUCAÇÃO PARA O
CONSUMO: UMA PERSPECTIVA DIANTE A SOCIEDADE
CONSUMISTA

Categoria: Ensino Fundamental – Anos Finais

Modalidade: Matemática Aplicada e/ou Inter-relação com outras disciplinas

JACOBS, Bruna Nicole Rempel; SCHITTLER, Bibiana de Oliveira;
BULLMANN, Cátia Luana.

Instituição participante: Fundação Educacional Machado de Assis- Santa Rosa/RS

INTRODUÇÃO

Em meio à sociedade em que vivemos muito se fala em educação financeira. Mas afinal, o que é educação financeira? E como relacionar esta ao meio educacional?

Segundo Cosentino,

A educação financeira trata como um indivíduo, uma família ou sociedade administra sua renda. O estudo das finanças envolve conceitos e técnicas fundamentais à existência de uma gestão eficiente da renda de uma família ou sociedade, (2014, p.4).

De acordo com informações do IBGE (2019), em média 60% das famílias brasileiras vivem em situação de endividamento, e isto se deve a diversos fatores como a grande oferta de créditos e o consumo exagerado. E quando se fala em ‘família’, referimo-nos aos adultos, jovens e crianças que a integram.

Neste sentido, pensamos a educação financeira como um tema transversal na escola, muito além dos cálculos de trocos, juros e porcentagens, interpretação de gráficos e tabelas que são propostos em situações problemas no componente curricular de matemática. A educação financeira precisa ser desenvolvida de modo a envolver as crianças na compreensão de poupar e planejar gastos, na capacidade de diferenciar o que é o supérfluo do que é necessário diante da atual sociedade capitalista.

Dentre as competências específicas da matemática segundo a BNCC (2017), tem-se: “utilizar processos e ferramentas matemáticas, inclusive tecnologias digitais disponíveis, para modelar e resolver problemas cotidianos, sociais e de outras áreas de

conhecimento, validando estratégias e resultados”. Assim, buscamos integrar a esta competência o objetivo da experiência educativa, ou seja, compreender a educação financeira enquanto tema relevante diante a sociedade e, ao mesmo tempo, reflexiva no ambiente escolar enquanto se trabalhava o tema consumo e consumismo. Esta experiência foi desenvolvida com uma turma de 26 alunos do 7º ano do ensino fundamental, durante o primeiro trimestre letivo deste ano, ou seja, 2019. O trabalho foi desenvolvido na disciplina de educação financeira e teve o desenvolvimento de conhecimentos da disciplina de matemática. Cabe ressaltar que no decorrer do relato os alunos serão nomeados por letras do alfabeto como, por exemplo, aluna C.

Com a possibilidade de promover discussões sobre o ato de consumo e consumismo do ser humano e a importância dos conhecimentos matemáticos para compreender o processo evolutivo das finanças no desenvolvimento deste trabalho, buscamos atender os seguintes objetivos específicos: entender a educação financeira como subsídio teórico para que os estudantes percebam a importância das finanças juntamente as suas famílias e possibilitar aos sujeitos a interpretação de situações referente ao consumo exagerado de mercadorias e suas consequências de modo a estimulá-los no controle dos gastos.

CAMINHOS METODOLÓGICOS, RESULTADOS E DISCUSSÃO

Diante os avanços tecnológicos da atual sociedade estudos e pesquisas apresentam alternativas variadas que podem auxiliar os docentes durante o desenvolvimento do processo educativo nos ambientes escolares, de modo a incentivar o interesse dos alunos na busca de respostas e aprendizagem de novos conceitos. É possível dizer que o educador precisa estabelecer uma proposta de ensino e aprendizagem que valoriza as experiências dos alunos diante a mediação do conhecimento. No entendimento de Gasparin (2007, p.15)

O primeiro passo do método caracteriza-se por uma preparação, uma mobilização do aluno para a construção do conhecimento escolar. É uma primeira leitura da realidade, um contato inicial com o tema a ser estudado [...] Uma das formas para motivar os alunos é conhecer sua prática social imediata a respeito do conteúdo curricular proposto.

Considerando que a Educação Financeira possui aplicabilidade em situações contextualizados dos estudantes, fez-se o estudo de consumo e consumismo através da apresentação de situações cotidianas vivenciadas por crianças e adolescentes juntamente a suas famílias. Inicialmente estas situações foram apresentadas em forma de vídeos

retirados da internet como, por exemplo, “A diferença entre consumo e consumismo”, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xXRURt31Cw4>. Após a apresentação do vídeo, a professora indagou os alunos com relação às consequências do consumismo para a sociedade trazendo a seguinte imagem:

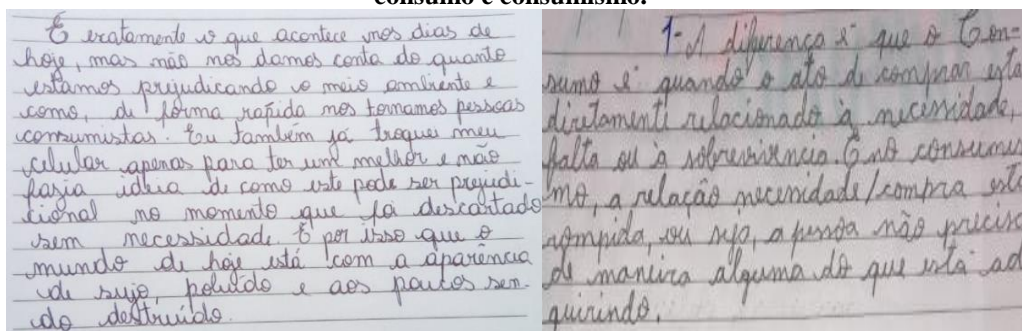
Figura 1 – Consequências do Consumismo



Fonte: Elaborado com base nos dados disponíveis em: www.lixoeletronico.org, acesso em: 03 març. 2019.

A professora fez a mediação do tema solicitando aos alunos a análise da Figura 1 bem como a relação do que é representando nesta com os conceitos consumo e consumismo. Para tal, obteve as seguintes respostas dos alunos C e D, respectivamente.

Figura 2 – Respostas dos alunos mediante a indagação da professora sobre o assunto consumo e consumismo.



Fonte: Registros dos alunos, (2019).

Mediante as respostas dos alunos percebemos o impacto deste assunto na vida destes alunos, jovens adolescentes. Os mesmos conseguem ter a percepção de atos que os levam a seres consumistas sem se dar por conta das consequências disso para a humanidade e a sociedade em que habitam.

Sabe-se que o consumismo vem tendo um forte crescimento em nossa sociedade e, um fator que influencia neste resultado é a mídia e suas propagandas. Santana (2010) reforça que a mídia exerce uma proporção abundante de influência sobre os indivíduos, alimentando-os com prazeres imediatos. E dentre estes prazeres, os mais cobiçados são os alimentos, roupas e calçados de marcas.

Para isso, a professora trabalhou com os alunos o poema “Eu Etiqueta” de Carlos Drummond de Andrade com seus versos que remetem ao ser humano como um ‘homem anúncio’ na atual sociedade a medida que veste uma roupa ou um calçado de marca. Na sistematização o grupo de alunos juntamente a professora concluiu que, muitas vezes se compra algo de marca sem se quer ter o dinheiro o suficiente para pagar o produto e é neste momento que o consumismo passa a influenciar na vida financeira das pessoas e muitas vezes, estas acabam endividadas. A partir desta discussão a professora chamou a atenção dos alunos informando que isso também acontece no ramo alimentício.

Portanto, com o objetivo de diferenciar o necessário do supérfluo afim de não se tornar um ser consumista em um supermercado, criamos um mercado fictício e os alunos em grupos, tinham de fazer compras. Num primeiro momento compravam aquilo que quisessem sem considerar valores e o necessário. Num segundo momento, foi preciso então fazer a seleção dos produtos que haviam comprados em necessários e supérfluos na intenção de verificar o quanto se gasta e muitas vezes, sem necessidade.

Para a atividade desenvolvida, inicialmente os alunos tinham um certo valor em dinheiro e com este, tinham de fazer suas compras e calcular seus gastos e o que conseguiram fazer ‘sobrar’ do dinheiro que tinham. Neste processo, as habilidades matemáticas desenvolvidas pelos alunos foram de extrema importância na integração aos conceitos de educação financeira, pois além de verificar a valorização do dinheiro, os alunos puderam compreender o seu significado diante de seus hábitos financeiros, integrar-se a vida financeira da família de maneira a ajudar aos seus responsáveis no orçamento familiar.

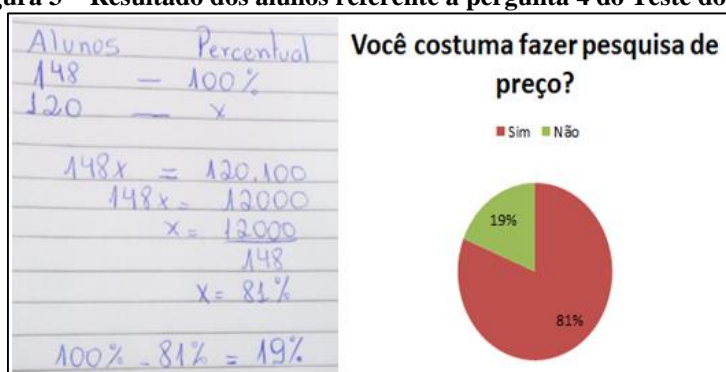
Além disso, os alunos puderam perceber que a pessoa consumista tem atitudes diferentes da pessoa consumidora, ou seja, aquela que compra mercadorias que necessita para sua existência. O ser consumista está sempre em busca das necessidades mas também de mercadorias supérfluas e momentâneas. O resultado dessa atitude impulsiva é geralmente o endividamento crescente, a destruição dos recursos naturais e a poluição do meio ambiente com os produtos que são descartados sem necessidade.

Para concluir o estudo sobre o consumo e consumismo, surgiu a curiosidade de verificar a porcentagem de pessoas consumistas no meio em que os estudantes convivem. Por isso, desenvolvemos o ‘Teste do consumidor’ com os alunos do ensino médio da escola. O teste era composto de 12 perguntas, onde os alunos tinham de responder apenas

‘sim’ ou ‘não’. Ao final, se o aluno respondesse ‘não’ a sete ou mais perguntas, tudo indica que este aluno é um ser consumista. Responderam ao teste, 148 alunos.

Para verificar os resultados os alunos tinham de realizar o cálculo do percentual de alunos que responderam ‘sim’ ou ‘não’ as perguntas e apresentar de forma gráfica. Considerando as discussões citadas anteriormente, as perguntas do Teste do consumidor foram direcionadas a situações cotidianas dos próprios alunos. Portanto, para fazer a compra de algum produto é curioso fazer pesquisa de preço, considerando a diferença do valor entre as lojas que oferecem. A pergunta 4: “Você costuma fazer pesquisa de preço?”, teve o resultado apresentado na Figura abaixo.

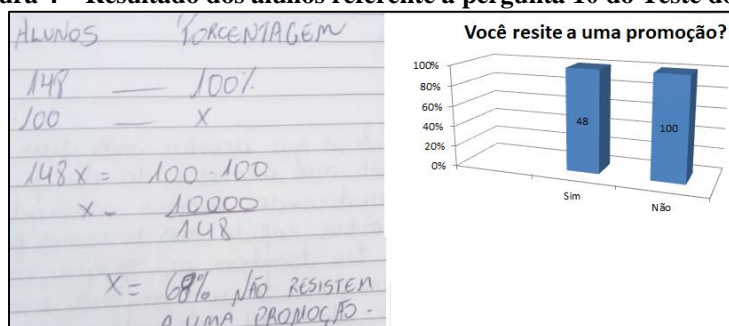
Figura 3 – Resultado dos alunos referente a pergunta 4 do Teste do consumidor.



Fonte: Registro dos alunos, (2019).

Percebe-se que a maioria dos estudantes costuma fazer pesquisa de preço o que se torna um ponto positivo para a relação de consumo e consumismo. No entanto, quando perguntados “Você resiste a uma promoção?”, pergunta 10 do Teste do consumidor tivemos uma resposta um tanto contrária do resultado da questão analisada acima.

Figura 4 – Resultado dos alunos referente a pergunta 10 do Teste do consumidor.

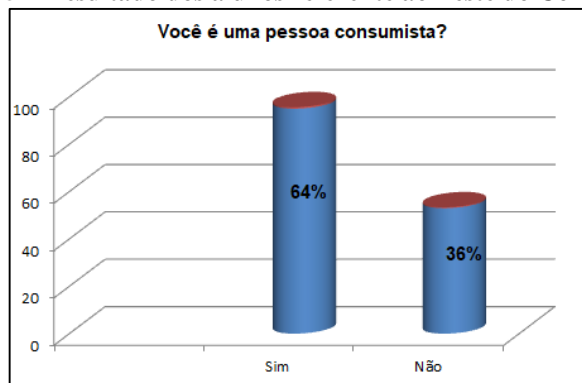


Fonte: Registro dos alunos, (2019).

Este resultado nos remete a um fato já discutido, ou seja, as mídias. É através das destas que as promoções são divulgadas em sua grande maioria e chegam até as pessoas. Atualmente as promoções são as mais esperadas pela população no mercado de trabalho, mas também são elas que com maior facilidade levam o ser humano ao endividamento,

pois acabam não verificando o real valor do produto e são iludidos pela oferta da promoção. De uma forma geral buscamos verificar através do Teste do consumidor a quantidade de alunos que constatou ser uma pessoa consumista ou não. Conforme o resultado obtido, do total de 148 alunos, 95 se identificaram como seres consumistas, o que leva a perceber que mais de 50% destes adolescentes precisam dar uma atenção maior a seus hábitos financeiros para que não façam parte de uma sociedade capitalista.

Figura 5 – Resultado dos alunos referente ao Teste do Consumidor



Fonte: Registro dos alunos, (2019).

Com estes resultados após o Teste do Consumidor percebemos o quanto ainda precisamos desenvolver atividades na área de educação financeira que levam as pessoas a conscientizarem-se de que nossas atitudes enquanto seres consumistas pode prejudicar a nós mesmos e a sociedade em que vivemos. Precisamos nos tornar seres críticos capazes de refletir sobre nossas ações diante da sociedade capitalista.

CONCLUSÕES

Esta experiência educativa foi bastante instigante uma vez que, promoveu a participação dos estudantes em todas as tarefas propostas pela professora. A troca de experiências e vivências do próprio cotidiano dos alunos pode reconstruir pensamentos que regem os estudantes a uma visão da totalidade que o mundo atual impõe ao consumismo.

Além disso, seu desenvolvimento foi fundamental para repensar os hábitos financeiros dos estudantes que se envolveram nas atividades e a partir destas criarmos uma sociedade mais saudável financeiramente e diminuir o percentual de pessoas endividadas e rotuladas como consumistas. Buscamos durante toda atividade trabalhar a autoformação desde o princípio.

REFERÊNCIAS

A diferença entre consumo e consumismo. disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xXRURt31Cw4>. Acesso em: 07 fev.2019.

BRASIL. Base Nacional Comum Curricular: Educação Infantil e Ensino Fundamental. Brasília: MEC/Secretaria de Educação Básica, 2017.

COSENTINO, D. V.Silva, R.GAMBI, T. **a crítica à teoria econômica: uma análise de Esboço dos Fundamentos da Teoria Econômica.** 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas) - Universidade Federal de Alfenas.

GASPARIN, J. L. **Uma Didática para a Pedagogia Histórico-Crítica.** 3.ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2007.

IBGE. Disponível em: <https://ibge.gov.br/>. Acesso em: 20 mai.2019.
Hábitos de consumo americanos se espalham para países emergentes, como Brasil e China, diz WWI. Disponível em: www.estado.com.br/noticias/vidae.consumismo-e-ameaca-ambiental-global-adverte-relatorio. Acesso em: 07 fev.2019.

SANTANA, A. F. R. S. **Mídia e consumo: influências da publicidade no comportamento infantil.** 2010. 61 folhas. Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Pedagogia. Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2010. Disponível em: <https://www.uel.br/ceca/pedagogia/pages/arquivos/ALINE%20FRANCINE%20RIBEIRO%20SANTANA.pdf>. Acesso em: 27 out. 2012.

Trabalho desenvolvido com a turma do 7º ano, da Escola Fundação Educacional Machado de Assis, pelos alunos: Ana Vitória Froelich; Bibiana de Oliveira Schittler; Bruna Nicoli Rempel Jacobs; Davy Lottermann; Eduarda Vitoria Ferreira Mazzocco; Gabriel Donel; Gabriela da Cruz; Giovana Eloísa Viana de Vargas; Isadora Goettems; Juliana Wiest; Laura de Miranda; Laura Hackenhaar Heck; Laura Silveira dos Santos; Letícia Vitória Kist; Lorenzo Batista Pimmel; Louize Isabelle Muraro; Luísa Rockenbach Kuhn; Luísa Stefan;

Marcelo Marques Costa; Patrick Morgenstern de Lima; Pedro Felipe Speroni; Pedro Rodrigo Bastos Silva; Valentina de Oliveira Schittler; Víctor Alexandre Souza.

Dados para contato:

Expositor: Bruna Nicole Rempel Jacobs; **e-mail:** catiabullmann@gmail.com

Expositor: Bibiana de Oliveira Schittler; **e-mail:** catiabullmann@gmail.com

Professor Orientador: Cátia Luana Bullmann; **e-mail:** catiabullmann@gmail.com