

**MÍDIA, CONSUMO E EDUCAÇÃO
FINANCEIRA: UMA PROPOSTA DE
FORMAÇÃO CRÍTICA E EMANCIPATÓRIA
NO ENSINO MÉDIO INTEGRADO DO
IFTM – CAMPUS PARACATU**

Autora: Alda Kelly Neiva

Orientador: Marcelo de Faria Salviano

AUTORES:

ALDA KELLY NEIVA

Bacharela em Administração de Empresas pela União Pioneira de Integração Social (UPIS), Formação Pedagógica em Letras pelo Centro Universitário ETEP. Especialista em Educação Especial Inclusiva pela Faculdade UNIBF; Especialista em Educação Empreendedora pela Pontifícia Universidade Católica (PUC), Especialista em Administração de Recursos Humanos pela Universidade Paulista (UNIP). Desde 2011 atua como Administradora do Instituto Federal do Triângulo Mineiro – IFTM Campus Paracatu e é Mestranda do Programa de Pós Graduação em Educação Profissional e Tecnológica (PROFEPT) – Campus Brasília/DF.

MARCELO DE FARIA SALVIANO

Dr. Marcelo de Faria Salviano: Professor do Curso de Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica do Instituto Federal de Brasília (IFB) e do curso de Licenciatura em Biologia na mesma instituição. Graduado em Ciências Biológicas dupla habilitação (Licenciatura e Bacharelado) pela Universidade de Brasília (UnB). Mestre em Biologia Animal e Doutor em Ciências do Comportamento pela Universidade de Brasília (UnB).

Brasília – DF
Junho 2026

SUMÁRIO

1. EDUCAÇÃO FINANCEIRA: Promovendo a Autonomia e o Senso Crítico no Ensino Médio Integrado -----	4
2. PRODUTO EDUCACIONAL: e-book -----	6
2.1 Apresentação e Origem do Produto Educacional -----	6
2.2 Justificativa e Público-Alvo -----	6
2.3 Estrutura e Carga Horária -----	6
2.4 Fundamentação Teórico Metodológica -----	7
2.5 Objetivos do Produto Educacional -----	7
2.6 Avaliação da Aprendizagem -----	8
2.7 Replicabilidade e Adaptações -----	8
2.8 Impactos -----	8
3. 1º ENCONTRO -----	9
Aula 1 -----	9
4. 2º ENCONTRO -----	16
Aula 2 -----	17
Aula 3 -----	24
5. 3º ENCONTRO -----	27
Aula 4 -----	28
6. ENCERRAMENTO -----	36
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS -----	37
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS -----	39

1. EDUCAÇÃO FINANCEIRA: PROMOVENDO A AUTONOMIA E O SENSO CRÍTICO NO ENSINO MÉDIO INTEGRADO.

A Educação Financeira, no contexto contemporâneo, exige o alargamento de sua concepção tradicional, historicamente restrita à gestão de recursos, ao controle de gastos e à realização de investimentos. Embora tais aspectos permaneçam relevantes, mostram-se insuficientes diante da complexidade das dinâmicas sociais, culturais e midiáticas que estruturam o consumo na sociedade atual. Nessa direção, o presente *e-book* adota uma abordagem ampliada da educação financeira, compreendendo-a como um processo formativo que articula dimensões cognitivas, comportamentais, sociais e culturais, orientado à construção de uma postura reflexiva acerca do consumo e de suas determinações.

O comportamento financeiro dos estudantes não se fundamenta exclusivamente em critérios racionais, sendo significativamente influenciado por fatores simbólicos, identitários e midiáticos. O consumo, nesse contexto, assume função central na construção do pertencimento social e na afirmação de identidades juvenis, o que reforça a necessidade de uma abordagem educativa que problematize tais influências. Tal compreensão dialoga com a perspectiva de Bauman (2008), ao afirmar que, na sociedade contemporânea, o consumo transcendeu sua dimensão puramente utilitária, consolidando-se como um pilar central na confirmação de autenticidade, consolidação de caráter e na busca por reconhecimento social. Esse fenômeno intensifica a necessidade de implementar a educação financeira no ambiente escolar, como forma de preparar os jovens para os desafios dessa nova dinâmica de consumo. Sob essa perspectiva, a educação financeira pode ser definida como um processo educativo destinado ao desenvolvimento de conhecimentos, habilidades e atitudes que possibilitem aos indivíduos compreender, analisar e intervir de maneira consciente em suas práticas de aquisição e na gestão de seus recursos. Seu objetivo central consiste na concepção de sujeitos capazes de tomar decisões financeiras autônomas, responsáveis e fundamentadas, superando a dissociação entre o conhecimento teórico e sua aplicação prática (Brasil, 2010). Nesse sentido, percebe-se que o domínio conceitual não garante, por si só, modificações nos padrões de conduta, sendo necessária a internalização prática do conhecimento para que este se traduza em ação.

Domingos (2022) relata que a finalidade da educação financeira ultrapassa a dimensão estritamente econômica, inserindo-se no campo do pensamento analítico,

trata-se de promover a constituição de uma cidadania econômica crítica, na qual os indivíduos sejam capazes de reconhecer os mecanismos de influência presentes nas mídias, distinguir necessidades reais de desejos socialmente construídos e desenvolver práticas financeiras sustentáveis, implicando na formação de cidadãos aptos a interpretar o mundo do consumo, questionar padrões impostos e exercer sua emancipação intelectual de forma racional e responsável.

Nesse contexto, evidencia-se a necessidade de uma estratégia pedagógica capaz de organizar o processo de ensino-aprendizagem de forma articulada e progressiva, contemplando etapas de diagnóstico, problematização, fundamentação teórica e aplicação prática. A adoção do *e-book* configura-se como uma alternativa consistente para a promoção de uma aprendizagem significativa, na medida em que possibilita a articulação entre os conhecimentos prévios dos discentes e novos referenciais teóricos, favorecendo a ressignificação das experiências formativas.

O *e-book*, ao estruturar o percurso formativo de maneira intencional e sistematizada, contribui para a construção de sentidos pelos estudantes, uma vez que integra diferentes momentos do processo educativo em uma lógica coerente e contextualizada. Tal abordagem permite que os discentes avancem de uma compreensão inicial para níveis mais complexos de análise, articulando teoria e prática de modo contínuo (Gil, 2002).

Além disso, sua utilização como Produto Educacional potencializa a integração entre o “saber” e o “fazer”, aspecto fundamental no âmbito da Educação Profissional e Tecnológica. Ao propor atividades contextualizadas, reflexivas e situadas na realidade dos estudantes, este *e-book* favorece não apenas a compreensão dos conceitos relacionados a práticas de ordenamento orçamentário, mas também sua incorporação no cotidiano e nos processos de tomada de decisão.

Outro aspecto relevante refere-se ao seu potencial para fomentar metodologias ativas e dialógicas. Gil (2002) preceitua que esse modelo promove maior engajamento dos estudantes em atividades que envolvem problematização, debate e participação ativa, o que reforça a importância de critérios de ensino que ultrapassem modelos tradicionais centrados na transmissão passiva de conteúdo. Nesse sentido, esse Produto Educacional contribui para a constituição do estudante como um ser protagonista no processo de aprendizagem, promovendo uma postura crítica e reflexiva.

Ao abordar a educação financeira sob uma perspectiva crítica, tal metodologia contribui para a formação integral dos estudantes, preparando-os não apenas para o mundo do trabalho, mas também para a compreensão de como os fatores sociais, culturais e os meios de comunicação direcionam o que e como as pessoas consomem. Ademais, destaca-se seu potencial de replicabilidade, uma vez que pode ser adaptada a diferentes contextos educacionais sem perder sua intencionalidade pedagógica. Essa característica reforça sua relevância no âmbito dos Mestrados Profissionais, ao possibilitar a articulação entre produção de conhecimento e prática pedagógica, ampliando, assim, seu alcance e impacto social.

2. PRODUTO EDUCACIONAL: E-BOOK

2.1 Apresentação e Origem do Produto

Este Produto Educacional é resultante da pesquisa intitulada “Mídia, consumo e educação financeira: uma proposta de formação crítica e emancipatória no Ensino Médio Integrado”, desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Educação Profissional e Tecnológica (ProfEPT), do Instituto Federal de Brasília (IFB), Campus Brasília/DF.

Trata-se de um material pedagógico organizado na forma de um *e-book* de caráter expansível, destinada prioritariamente ao Ensino Médio, mas flexível para ser aplicado em diferentes realidades da Educação Básica.

2.2 Justificativa e Público-Alvo

Justifica-se pela necessidade de uma formação financeira que transcenda o cálculo, promovendo uma reflexão problematizadora sobre os impactos dos apelos midiáticos e do consumo desenfreado na conduta da juventude

O público-alvo são estudantes do 3º ano do curso Técnico em Administração Integrado ao Ensino Médio do IFTM – Campus Paracatu.

2.3 Estrutura e Carga Horária

A proposta foi concebida a partir de uma intervenção pedagógica desenvolvida por meio de um Projeto de Extensão, com carga horária total de 5 horas, organizada em três encontros/aulas, conforme detalhado abaixo:

ENCONTRO	TEMÁTICA CENTRAL	DURAÇÃO
1º Encontro	Aula 1: Introdução à Educação Financeira	100m
2º Encontro	Aula 2: Consumo e Consumismo Aula 3: Mídia e Pertencimento	100m
3º Encontro	Aula 4: Planejamento Financeiro; Formação de Cidadãos Críticos	90m
Encerramento	Painel de Manifestação Individual	10m

2.4 Fundamentação Teórico-Metodológica

Do ponto de vista teórico-metodológico, a proposta fundamenta-se em dois pilares principais:

- **Aprendizagem significativa:** As atividades partem dos conhecimentos prévios dos alunos sobre finanças e consumo, conectando-os a novos conceitos críticos.
- **Abordagem crítica da educação financeira:** busca-se tensionar as conexões entre os meios de comunicação, o ato de compras impulsiva, integrando as dimensões social, cultural e psicológica que moldam as escolhas financeiras. Desse modo, o estudo se distancia de uma visão puramente utilitarista, tradicionalmente restrita às fórmulas da matemática financeira

2.5 Objetivos do Produto Educacional

- **Geral:** Favorecer o desenvolvimento de uma postura reflexiva e da autonomia dos estudantes frente às dinâmicas de consumo, estimulando reflexões sobre desejos, necessidades, pertencimento social e influências midiáticas.

Objetivos Específicos:

- Capacitar os jovens para a tomada de decisões financeiras informadas e conscientes;
- Promover a interpretação analítica do cenário econômico e social, superando abordagens meramente empíricas;

- Contribuir para a construção de atitudes mais responsáveis em relação ao uso do dinheiro;
- Incentivar a adoção de práticas que favoreçam o equilíbrio financeiro pessoal e familiar.

2.6 Avaliação da Aprendizagem

A avaliação deve ser processual e formativa, considerando:

- Engajamento e a relevância das intervenções nos debates;
- Desempenho e colaboração nas atividades propostas;
- Qualidade da análise crítica demonstrada no decorrer das aulas;
- Reflexão do aluno sobre os temas estudados, as estratégias didáticas utilizadas e sua mudança de atitude em relação às práticas de consumo;
- Análise das percepções dos discentes e do nível de absorção do conteúdo.

Estas permitem identificar não apenas o domínio técnico dos temas abordados, mas também como os estudantes interpretam e significam os conceitos apresentados em sala de aula.

2.7 Replicabilidade e Adaptações

A proposta foi desenvolvida para ser ajustável às diferentes realidades escolares, permitindo sua ampliação e desdobramento pedagógico de forma fluida. Recomenda-se que o professor:

- Ajuste a carga horária das atividades conforme o andamento da turma;
- Adapte a linguagem, os níveis de complexidade e as estratégias didáticas de acordo com o perfil da turma e seus conhecimentos prévios;
- Incorpore temas, situações-problema e exemplos do cotidiano dos estudantes, de modo a favorecer a contextualização das atividades propostas;
- Substitua os recursos tecnológicos por materiais impressos, caso haja limitações de infraestrutura;
- Realize adaptações inclusivas, considerando as necessidades específicas dos estudantes, de modo a garantir acessibilidade e participação efetiva de todos.

2.8 Impactos

Ao término da intervenção pedagógica, espera-se que os estudantes desenvolvam uma compreensão do universo financeiro ancorada em uma perspectiva

contextualizada, crítica e reflexiva, de modo a ressignificar suas práticas individuais de consumo. Tal compreensão implica não apenas o reconhecimento dos aspectos técnicos relacionados à gestão de recursos, mas, sobretudo, a problematização das influências socioculturais e dos meios de comunicação que permeiam as decisões financeiras, favorecendo a construção de uma postura sábia diante do consumo.

Ademais, almeja-se que esse processo formativo produza desdobramentos que ultrapassem o âmbito individual, repercutindo no contexto social em que os estudantes estão inseridos. Nesse sentido, espera-se a ampliação da consciência acerca das implicações econômicas e das escolhas de compras, contribuindo para a formação de sujeitos capazes de desenvolver um olhar analítico sobre a cultura do “desnecessário” e os impactos gerados por essas escolhas.

Assim, o Produto Educacional tem como finalidade promover o bem-estar econômico dos estudantes, compreendido não apenas como equilíbrio financeiro, mas como parte de um projeto mais amplo de formação humana integral. O propósito, desse modo, é impulsionar a formação de sujeitos críticos, dotados de independência nas tomadas de decisão e de um compromisso ético na gestão de suas finanças, promovendo uma interação mais ponderada e madura com a realidade econômica, em perfeita consonância com os pressupostos de um letramento financeiro perscrutador e libertador.

3. 1º Encontro

Aula 1: 1h40m

TEMAS

Introdução a Educação Financeira

OBJETIVOS

Geral

Introduzir os estudantes aos conceitos de educação financeira crítica, promovendo reflexões sobre hábitos de consumo, influência midiática e tomada de decisões financeiras conscientes.

Específicos:

- ✓ Sensibilizar os discentes sobre a importância da educação financeira no cotidiano, identificando percepções e comportamentos relacionados ao uso do dinheiro;
- ✓ Refletir sobre a relação entre desejo, necessidade e práticas de consumo presentes no cotidiano dos estudantes;
- ✓ Compreender como as decisões financeiras atuais podem impactar o futuro, promovendo escolhas mais conscientes e responsáveis.

CONTEÚDO

- ✓ Conceito de educação financeira;
- ✓ Impacto das escolhas financeiras na vida presente e futura;
- ✓ Caracterização de perfis financeiros.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

1. A aula será conduzida por meio de uma abordagem dialógica, participativa e problematizadora, alinhada aos pressupostos da pesquisa-ação e da aprendizagem significativa.

Inicialmente, será realizada uma atividade provocativa que permitirá identificar comportamentos financeiros e estimular reflexões iniciais sobre prioridades, desejos e planejamento, com a finalidade de traçar os perfis financeiros comportamentais dos estudantes.

2. Posteriormente, será exibido um vídeo introdutório sobre educação financeira e consumo consciente, seguido de uma aula expositiva dialogada abordando:

- ✓ Conceito ampliado de educação financeira;
- ✓ Impactos das escolhas financeiras;
- ✓ Influência das mídias digitais;
- ✓ Diferenças entre desejo e necessidade.

RECURSOS NECESSÁRIOS

Quadro branco e marcadores

Acesso à internet;

Papéis avulsos para atividade provocativa (coloridos para facilitar a organização);

Envelopes ou pasta para armazenamento das respostas;

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Z. **Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

DOMINGOS, R. A. **Educação financeira uma ciência comportamental**. RECIMA 21, São Paulo, v. 3, n. 4, p. 1-21, abr. 2022.

SERASA – Serviço de Assessoria S.A. **Perfil financeiro: os principais tipos**. Disponível em: <https://www.serasa.com.br/blog/perfil-financeiro/>. Acesso em 31

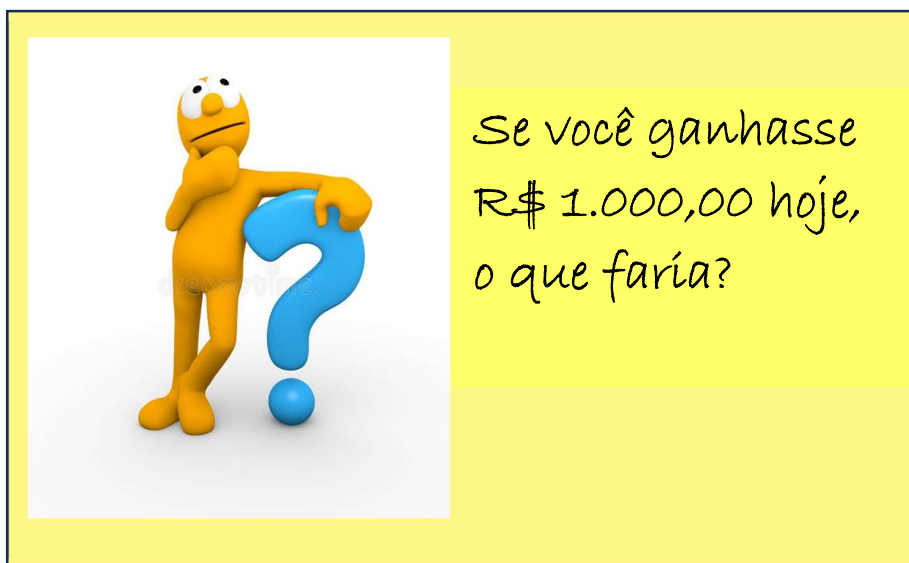


SEQUÊNCIA



➔ Pergunta Provocativa

Para descontrair a turma e, simultaneamente, mapear o perfil financeiro atitudinal dos alunos, no início da abordagem da matéria, faz-se uma pergunta instigante e direta. Cada estudante deve receber um pequeno pedaço de papel com a seguinte provocação:



- **Papel da pergunta introdutória:** O objetivo central é acessar o "eu financeiro" de cada aluno sem a pressão de questionários técnicos. Ao oferecer um valor tangível, as questões conseguem extrair respostas que revelam prioridades e hábitos;
 - **Engajamento imediato:** A pergunta gera curiosidade e permite que o aluno projete seus desejos e necessidades reais;
 - **Diagnóstico silencioso:** As respostas fornecem um vislumbre sobre quem são os poupadores, os consumistas, os investidores ou aqueles que usariam o recurso para quitar dívidas;
 - **Ambiente seguro:** O uso do papel individual garante privacidade, permitindo que a honestidade prevaleça sobre a necessidade de "parecer financeiramente correto" perante a turma;
 - **Do lúdico ao científico:** O que começa como uma brincadeira de sala de aula torna-se o alicerce para a análise da conduta monetária dos alunos. Ao categorizar as respostas, o professor consegue identificar o nível de maturidade do grupo.
- Ao utilizar o lúdico para introduzir a temática, é possível provocar a reflexão sobre como se lida com os recursos que chegam às mãos dos consumidores.
- Logo após, será realizada uma atividade diagnóstica com o objetivo de identificar os perfis financeiros comportamentais dos estudantes e promover um momento inicial de reflexão sobre consumo e planejamento financeiro.
- Os alunos serão orientados a responder à pergunta com sinceridade, ressaltando que não existem respostas certas ou erradas.

A partir das respostas obtidas, a docente realizará uma análise inicial da postura econômica dos estudantes, classificando-as em três categorias comportamentais: poupador, gastador e devedor, conforme especificação abaixo:

POUPADOR	GASTADOR	DEVEDOR
Caracteriza-se pela preocupação com segurança financeira, planejamento e construção de reservas para o futuro, sendo comum em respostas que indiquem “guardar parte ou a totalidade do valor recebido”.	Está relacionado ao consumo imediato e à busca por satisfação pessoal, aparecendo em respostas voltadas para lazer, compras, roupas, alimentação ou aquisição de bens simbólicos.	Evidencia preocupação com o pagamento de contas, dívidas ou compromissos financeiros pendentes.

Essa atividade terá função diagnóstica e reflexiva, permitindo mapear percepções iniciais acerca do dinheiro e do consumo antes mesmo da abordagem teórica do conteúdo. Além disso, contribuirá para o direcionamento das discussões e atividades desenvolvidas ao longo das aulas.

Após isso, recolhem as respostas e as armazenam em um envelope. Os estudantes serão informados de que esses registros serão preservados para utilização na última aula, pois a mesma questão será reaplicada.

A proposta busca estimular a análise crítica das próprias escolhas financeiras, favorecendo a percepção de possíveis mudanças de pensamento, amadurecimento crítico e transformação de hábitos relacionados ao consumo, ao planejamento financeiro e à tomada de decisões conscientes ao longo do processo formativo.



➔ **Explicação de Vídeo**

Em seguida apresenta-se um vídeo de curta duração, para captar a atenção dos alunos logo nos primeiros minutos, apresentando conceitos fundamentais da educação financeira por meio de uma linguagem acessível e ilustrativa, o que torna possível quebrar a resistência inicial ao assunto, estimulando a curiosidade e

preparando o “terreno” para os debates e atividades práticas que sucederem a apresentação. Durante a exibição, solicitar que os alunos anotem pontos que consideram relevantes, e depois provocar uma discussão.

▶ <https://www.youtube.com/watch?v=ANX7kQAXpmk>



A condução de uma aula, especialmente no contexto acadêmico, exige um equilíbrio delicado entre a transmissão de conhecimento e a abertura para o diálogo. Nesse sentido, a metodologia adotada deve aliar a aula expositiva a uma postura interativa, transformando o que poderia ser um monólogo em uma construção coletiva de saberes, através dos seguintes parâmetros:

- **A Base expositiva como ponto de partida:** O professor deve utilizar a aula expositiva para apresentar os conceitos teóricos fundamentais, garantindo que a turma tenha o embasamento necessário. No entanto, essa exposição não pode ser rígida; deve servir como um "fio condutor" que guie o raciocínio dos alunos sem sufocar a participação;
- **Rompendo da barreira do silêncio:** Para evitar a passividade é importante o docente adotar estratégias de interação contínua durante a explicação;
- **Questionamentos:** Em vez de entregar todas as respostas, é vital lançar perguntas que estimulem os alunos a deduzirem os próximos passos do conteúdo;
- **Validação de ideias:** Cada intervenção da turma necessita ser acolhida e integrada ao tema, para gerar um ambiente de segurança psicológica;

● **Criando um ambiente de conforto:** O ponto alto da metodologia é a capacidade do professor de deixar os alunos à vontade. Ao utilizar uma linguagem acessível e, por vezes, bem-humorada, ele reduz a distância hierárquica tradicional. Esse clima descontraído permitiu que: a) alunos mais tímidos se sintam encorajados a manifestar suas dúvidas; b) debates surjam de forma espontânea, enriquecendo a aula com vivências práticas dos próprios estudantes.

Essas abordagens transformam a sala de aula em um espaço de protagonismo discente. O engajamento aumenta visivelmente, pois eles percebem que suas vozes não são apenas ouvidas, mas essenciais para o desenvolvimento da disciplina.

Dessa forma, a transição entre a teoria exposta e a participação ativa ocorre de maneira fluida.



→ **Mediação Docente:**

Apresentação:

Definição: Educação financeira é compreendida como um processo formativo que ultrapassa a concepção tradicional restrita ao domínio de cálculos ou à simples economia de recursos, mas além disso é captar o funcionamento do dinheiro em sua dimensão social, econômica e comportamental, evidenciando sua relação direta com as práticas cotidianas e com a construção de projetos de vida.

A educação financeira é, portanto, entendida como a capacidade de analisar, refletir e tomar decisões informadas acerca do uso e da gestão do dinheiro, considerando não apenas as necessidades imediatas, mas também o bem-estar futuro e os impactos sociais dessas escolhas, ela contribui para:

- ✓ Promover a superação de uma perspectiva estritamente matemática, incorporando uma abordagem ampliada que considere aspectos como a atitude do consumidor, influência do marketing e processos de tomada de decisão;
- ✓ Desenvolver a disciplina, o planejamento, a análise crítica frente às estratégias de marketing e do autoconhecimento, elementos essenciais para a construção de uma relação equilibrada com o consumo;
- ✓ Contribuir para a formação de indivíduos mais conscientes e preparados para lidar com os desafios financeiros contemporâneos;

- ✓ Possibilitar a compreensão dos mecanismos que influenciam o consumo, como as mídias digitais e a atuação de influenciadores, o que torna possível prevenir o endividamento e práticas de compras impulsivas;
- ✓ Inserir no campo da formação cidadã, ao favorecer a compreensão das relações entre economia e vida social;
- ✓ Abordar sobre a problematização das escolhas financeiras cotidianas;
- ✓ Abordar sobre a análise de gastos recorrentes de baixo valor, frequentemente negligenciados, mas que, ao longo do tempo, podem comprometer significativamente o orçamento, como evidenciado pelo chamado “efeito dos pequenos gastos”;
- ✓ Estabelecer a compreensão de que o futuro financeiro não é um evento aleatório, mas uma construção contínua, resultante das decisões tomadas no presente e que a educação financeira é apresentada como instrumento fundamental para a formação de sujeitos críticos, autônomos e analíticos em relação às suas práticas econômicas.



Reflexão



“Mais importante do que quanto você ganha, é como você gasta.”

(Conrado Navarro)

A partir dessa questão, levá-los a perceber que o valor do que se ganha não é o único fator importante, mas sim como esse dinheiro é administrado, ou seja, antes de gastar, é fundamental conhecer e organizar os ganhos.

4. 2º ENCONTRO

Aula 2

Duração: 50m

TEMAS

Consumo Consciente e Consumismo

OBJETIVOS

Geral

Problematizar a diferença entre consumo necessário e consumismo excessivo, identificando os impactos na vida financeira, emocional e social do indivíduo.

Específicos

- ✓ Discernir entre o uso consciente de recursos e a cultura do desperdício mercantil, compreendendo o papel do capitalismo e da publicidade na produção de carências artificiais e hábitos comerciais;
- ✓ Refletir sobre os impactos do consumismo, considerando aspectos financeiros, emocionais, sociais e ambientais;
- ✓ Fomentar comportamentos mais corresponsáveis diante das escolhas do mercado e da dinâmica de compras, como o “Filtro das 6 Perguntas”.

CONTEÚDO

- ✓ Equilíbrio entre suprir necessidades reais e o ato de comprar por impulso
- ✓ Sociedade de consumo;
- ✓ Cultura do imediatismo;
- ✓ Consumo emocional;
- ✓ Status social e pertencimento;

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

1. Abertura e Diagnóstico Visual: Apresentação de imagens de artistas famosos que enfrentaram falência
2. Tempestade de Ideias (*Brainstorming*): Colunas expositivas de “Consumo Consciente” e “Consumismo”.
3. Exposição Dialogada: Introduzir o “Filtro das 6 Perguntas”, explicando cada pergunta com exemplos do cotidiano juvenil.
4. Frase Reflexiva: Debate metacognitivo.

RECURSOS NECESSÁRIOS

Quadro branco e marcadores

Retroprojektor

REFERÊNCIAS

ANTUNES, R. (2000). **Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho.** Cortez.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria.** Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CUNHA, M. P. **O mercado financeiro chega à sala de aula: Educação financeira como política pública.** Educação & Sociedade, Campinas, v. 41, p. 1-14, 2020. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/es/a/L9qwW5jc6b5qrfFgxDbgyxt/?format=pdf&lang=pt;>

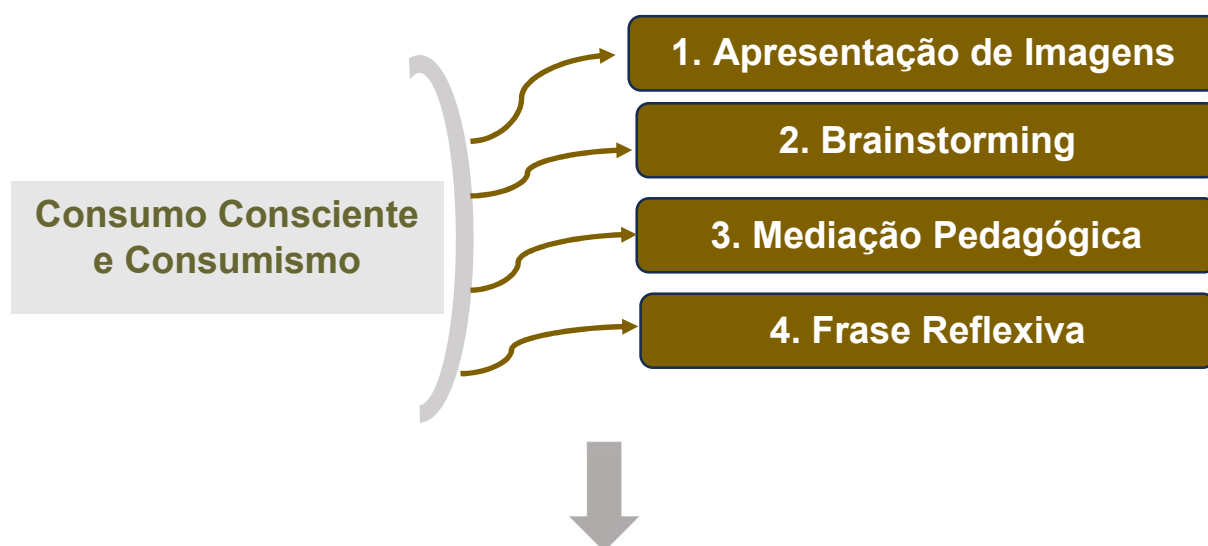
Acesso em: 4 abr. 2025

FUCHS, C. **Mídias sociais e a esfera pública.** Revista Contracampo, Niterói, v. 34, n. 3, p. 5-80, dez. 2015

LINDSTROM, M. **A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre porque compramos.** Rio de Janeiro: HarperCollins Brasil, 2017.



SEQUÊNCIA



➔ PONTO INICIAL:

Apresentação de Imagens:

Nesta atividade, serão apresentadas imagens de artistas que enfrentaram falência ao longo de suas trajetórias. A proposta inicial consiste em observar as fotografias e

refletir sobre quais características esses indivíduos possuem em comum. Faz-se necessário que os estudantes sejam convidados a analisar não apenas aspectos visíveis, mas também a levantar hipóteses sobre estilos de vida, hábitos financeiros, influência da fama, padrões de consumo e possíveis tomadas de decisão que podem ter contribuído para essa condição.

Após esse momento de interpretação e discussão inicial, realiza-se uma atividade de *Brainstorming*. No quadro apresenta-se dois eixos temáticos: a) Consumo Consciente e b) Consumismo. A partir desses dois polos, os alunos devem ser incentivados a expressar livremente o que entendem por cada conceito, compartilhando palavras, ideias, exemplos e percepções.

À medida que os estudantes contribuírem com termos e associações, cada elemento mencionado será problematizado e aprofundado pelo professor, promovendo uma reflexão crítica sobre os significados, implicações e consequências de cada prática. O objetivo é construir, de forma colaborativa, uma compreensão mais ampla sobre as diferenças entre consumir de maneira responsável e cair em padrões de consumo excessivo, estimulando o desenvolvimento de uma postura mais reflexiva e racional diante das escolhas financeiras e do papel da mídia e da sociedade nesse processo.



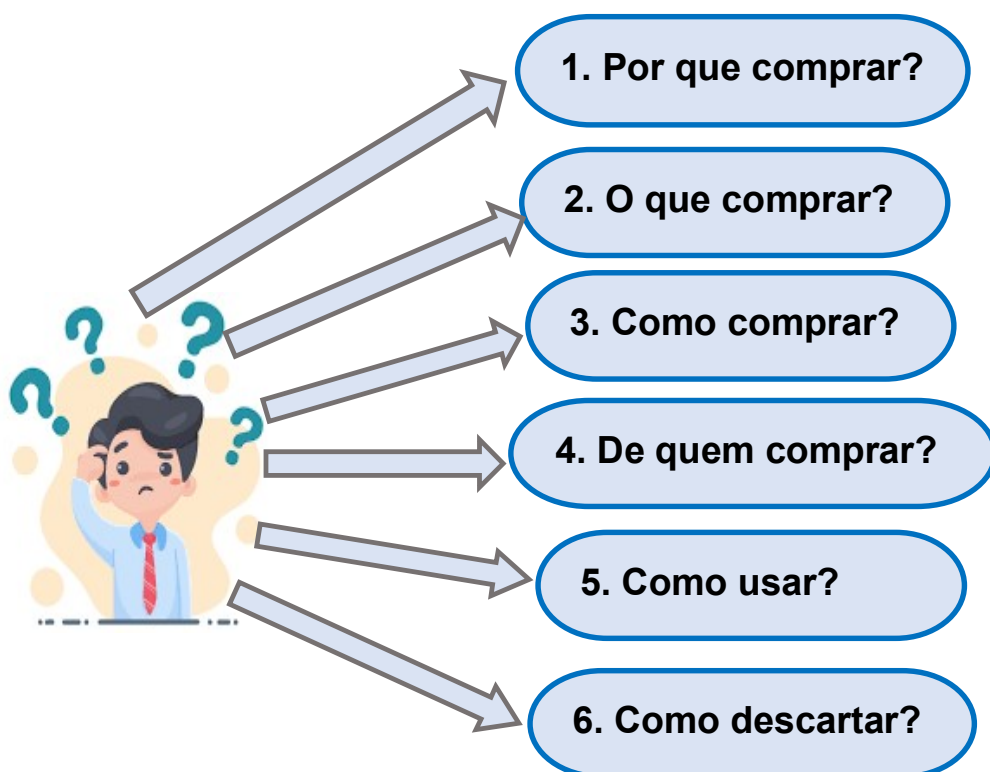
b) **Saúde emocional:** Gera ansiedade e a sensação de "insuficiência". O indivíduo entra na esteira hedônica: a felicidade da compra dura pouco, exigindo uma nova aquisição para manter o prazer;

c) **Gestão de tempo e espaço:** O acúmulo de objetos gera desorganização física e demanda tempo para manutenção, limpeza e organização, subtraindo o tempo que poderia ser dedicado a experiências e relações;

d) **Consciência socioambiental:** O consumo excessivo intensifica a exploração de recursos naturais, amplia a geração de resíduos e contribui para práticas produtivas insustentáveis, distanciando o indivíduo de uma postura crítica e responsável frente aos impactos coletivos de suas escolhas.

● **Responsabilidade nas escolhas de compras: O Filtro das 6 Perguntas**

✓ **Intenção:** Transformar a relação dos alunos com o consumo exige mais do que teoria; exige o desenvolvimento de um pensamento crítico aplicado ao dia a dia. Ao apresentar este "filtro" como um hábito mental, capacita os estudantes a tomar decisões mais éticas, sustentáveis e financeiramente responsáveis.



1. Por que comprar: Refere-se à reflexão sobre a real motivação da compra, distinguindo necessidades concretas de desejos impulsionados por fatores

emocionais, sociais ou midiáticos. Essa pergunta busca evitar o consumo irrefletido, incentivando o estudante a compreender se a aquisição é, de fato, necessária ou apenas resultado de influências externas.

2. O que comprar: Diz respeito à escolha sábia do produto ou serviço, considerando sua utilidade, qualidade, durabilidade e relevância para a vida cotidiana. Implica avaliar alternativas e priorizar aquilo que atende às necessidades reais, evitando aquisições supérfluas.

3. Como comprar: Envolve a análise das condições de compra, como preço, formas de pagamento, comparação entre opções e planejamento financeiro. Essa etapa estimula decisões mais racionais, evitando endividamento e compras por impulso.

4. De quem comprar: Relaciona-se à escolha do fornecedor, considerando aspectos éticos, sociais e ambientais. Incentiva a valorização de empresas responsáveis, do comércio local e de práticas sustentáveis, promovendo um consumo mais racional e comprometido com a coletividade.

5. Como usar: Refere-se ao uso responsável do produto, buscando prolongar sua vida útil, evitar desperdícios e extrair o máximo de sua funcionalidade. Envolve também o cuidado com a manutenção e o uso adequado dos recursos.

6. Como descartar: Diz respeito ao destino final do produto após seu uso, considerando práticas sustentáveis como reutilização, reciclagem ou descarte adequado. Essa reflexão amplia a responsabilidade do consumidor para além da compra, incorporando preocupações ambientais e sociais.



→ Reflexão



“Muitas pessoas gastam dinheiro que não tem, para comprar coisas que não precisam, para impressionar pessoas que não gostam.”
(Will Smith)

Relacionar a frase à busca por status e pertencimento, levando à pergunta: “Compramos por necessidade, para pertencer ao grupo ou para impressionar os outros?”

Aula 3

Duração: 50m

TEMAS

Mídia e Pertencimento

OBJETIVOS

Geral

Compreender como as mídias digitais e os influenciadores atuam na construção de comportamentos de consumo e identidades juvenis.

Específicos

- ✓ Reconhecer e compreender as principais estratégias de marketing digital e os mecanismos de persuasão utilizados no ambiente virtual;
- ✓ Identificar e conceituar termos-chave relacionados ao consumo, à publicidade online e às práticas de comunicação digital;
- ✓ Compreender como as escolhas de compras pode ser estar associado à construção de identidade, pertencimento e aceitação social.

CONTEÚDO

- ✓ Marketing digital;
- ✓ Influenciadores digitais;
- ✓ Algoritmos e publicidade personalizada;
- ✓ Consumo, construção de identidade e pertencimento social;
- ✓ Vocabulário Temático

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

1. Aula expositiva e dialogada: Utilizar slides para explicar conceitos como algoritmo, Big Data e marketing de influência. Relacionar esses mecanismos à necessidade humana de pertencimento, mostrando como a publicidade vende produtos como "ingressos" para grupos sociais desejados.
2. Bingo temático: O bingo será utilizado como estratégia pedagógica interativa para auxiliar na fixação dos conteúdos por meio da associação de palavras, expressões e significados relacionados aos temas das aulas. A atividade favorece uma aprendizagem mais dinâmica e participativa, estimulando o envolvimento dos estudantes.

RECURSOS NECESSÁRIOS

Quadro branco e marcadores

Projetor multimídia;

Cartelas de bingo impressas e fichas para sorteio;

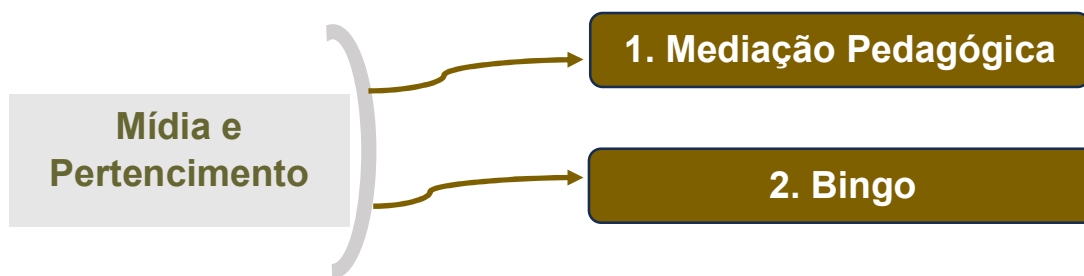
Prêmios Simbólicos para os ganhadores

REFERÊNCIAS

- ✓ DIVINO, M. D. A. **O uso dos gatilhos persuasivos no marketing digital e as emoções como âncora da persuasão**. Tese (Doutorado) – Programa de Pós Graduação em Estudos Linguísticos, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2020
- ✓ LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- ✓ PRIMO, A. MATOS, L. MONTEIRO, C. M. **Dimensões para o estudo de influenciadores digitais**. Salvador: EDUFBA, 2021
- ✓ VARGAS, R.C.R.; TAVARES, F. **Mídia e consumo: a subjetividade como mercadoria**. Curitiba: Appris, 2018



SEQUÊNCIA



→ **Mediação Pedagógica**

Vive-se em uma era onde a mídia não apenas comunica informações, mas atua como um potente mecanismo de exclusão e inclusão social ao moldar constantemente desejos. Frequentemente, as estratégias de marketing são arquitetadas para transformar bens materiais em símbolos de status e validação, apelando

profundamente ao instinto humano de pertencimento; ao associar a posse de um produto a um lugar em um grupo ou a um estilo de vida idealizado, a publicidade cria uma necessidade emocional difícil de ignorar.

Nesse contexto, o marketing contemporâneo utiliza diferentes ferramentas para influenciar comportamentos e estimular o consumo, como a publicidade digital, os influenciadores nas redes sociais, os anúncios personalizados, as campanhas emocionais e as estratégias de escassez e urgência. Além disso, o avanço das tecnologias digitais ampliou o poder de persuasão das empresas por meio do uso de algoritmos e do *Big Data*, que coletam e analisam constantemente dados sobre preferências, hábitos de navegação, curtidas e interações dos usuários. A partir dessas informações, plataformas digitais passam a oferecer conteúdos e anúncios altamente direcionados, aumentando a probabilidade de despertar desejos e incentivar compras impulsivas.

A cibercultura, marcada pela intensa conectividade e pela valorização da exposição nas redes sociais, também contribui para a construção de padrões de compras associados à imagem e ao reconhecimento social. Nesse ambiente, a ciberpublicidade atua de maneira cada vez mais sofisticada, inserindo produtos e marcas de maneira naturalizada no cotidiano digital dos indivíduos, muitas vezes sem que percebam os mecanismos de persuasão envolvidos. Logo, o acúmulo supérfluo de bens deixa de ser apenas uma prática econômica e passa a integrar processos de estruturação da subjetividade e sentimento de harmonização em um determinado espaço. Portanto, “desmascarar” esses mecanismos de persuasão é o passo fundamental para desenvolver um olhar crítico, capacitando o indivíduo a estabelecer barreiras conscientes e a retomar o controle sobre as escolhas que, muitas vezes, são ditadas por um consumismo que desconhece os valores reais.





Endividamento	Neurônios Espelhos	Cibercultura / Ciberespaço	Impulso de compra
Consumidor responsável	Cookies	Pertencimento	Alienação
Compra por status	Promoção relâmpago	Influenciadores digitais	Consumo
Big Data	Formação Crítica	e-commerce	Algoritmo

● **Objetivo:** O bingo objetiva aprofundar a compreensão acerca da influência da mídia e dos mecanismos de pertencimento, como estratégia pedagógica de caráter recreativo e interativo, a atividade configura-se como um recurso didático voltado à revisão e à consolidação das palavras temáticas, incentivando a participação ativa dos estudantes por meio de uma dinâmica engajadora, que inclui a oferta de recompensas simbólicas.

A dinâmica consiste no preenchimento de uma cartela, sendo considerado vencedor o participante que completar uma sequência de termos em linha: a) horizontal; b) vertical ou c) diagonal.

O bingo, enquanto estratégia de mediação, possibilita a integração dos eixos de “canais de comunicação, propaganda, hábitos de dispêndio e gestão de capital”. Durante sua aplicação, a cada termo sorteado, realiza-se uma breve contextualização conceitual, seguida de discussões orientadas acerca dos impactos e da aplicabilidade prática desses conteúdos no cotidiano dos discentes. Dessa forma, a atividade favorece não apenas a fixação dos conceitos, mas também o desenvolvimento do pensamento crítico dos estudantes frente às práticas de consumo contemporâneas.

Palavras Temáticas:

- 1. Alfabetização financeira:** capacidade de compreender e gerir o dinheiro de forma consciente.
- 2. Algoritmos / Big Data:** Sistemas que analisam grandes volumes de dados para prever comportamentos.
- 3. Alienação:** Perda de consciência crítica sobre a realidade social e econômica.
- 4. Cibercultura / Ciberespaço:** Cultura e interações sociais mediadas pela internet.
- 5. Cibermediação:** Mediação das relações por tecnologias digitais.
- 6. Ciberpublicidade:** Publicidade veiculada em ambientes digitais.

7. **Comparar preços:** Analisar valores antes de comprar para economizar.
8. **Comportamento do consumidor:** Forma como as pessoas decidem consumir.
9. **Compra por status:** Aquisição para demonstrar posição social.
10. **Consumidor responsável:** Aquele que consome de forma consciente e ética.
11. **Consumismo:** Consumo excessivo e impulsivo.
12. **Consumo:** Ato de adquirir bens e serviços.
13. **Consumo sustentável:** Consumo que respeita o meio ambiente e a sociedade.
14. **Cookies:** Dados coletados por sites sobre a navegação do usuário.
15. **E-commerce:** Comércio realizado pela internet.
16. **Endividamento:** Acúmulo de dívidas.
17. **Formação crítica:** Capacidade de analisar e questionar a realidade.
18. **Gatilhos persuasivos:** Estímulos que influenciam decisões de compra.
19. **Geração Z:** Jovens nascidos na era digital.
20. **Impulso de compra:** Decisão rápida e sem planejamento de consumir.
21. **Influenciadores digitais:** Pessoas que impactam opiniões nas redes.
22. **Marketing digital:** Estratégias de promoção no ambiente online.
23. **Pertencimento:** Necessidade de fazer parte de um grupo.
24. **Promoção relâmpago:** Oferta por tempo limitado para estimular compra rápida.
25. **Propaganda subliminar:** Mensagem indireta que influencia sem percepção consciente.
26. **Publicidade direcionada:** Anúncios personalizados com base em dados do usuário.
27. **Riscos e Consequências:** Possíveis impactos negativos das escolhas.
28. **Sociedade capitalista:** Sistema baseado na propriedade privada e no lucro.
29. **Sociedade de consumo:** Contexto em que o consumo é central na vida social.

5. 3º ENCONTRO

Aula 4

Duração: 1h40m

TEMA

Planejamento financeiro e formação de cidadãos responsáveis.

OBJETIVOS

Geral

Promover a compreensão do planejamento financeiro como ferramenta para a autonomia e a cidadania, culminando em um momento de avaliação reflexiva sobre a própria evolução dos hábitos de consumo.

Específicos

- ✓ Compreender os conceitos e etapas básicas da gestão de recursos, incentivando a organização e a projeção do orçamento pessoal
- ✓ Mapear e compreender os diferentes horizontes temporais (curto, médio e longo prazo) para o estabelecimento de objetivos pessoais, capacitando os alunos a estruturarem e ajustarem suas metas financeiras de forma flexível e realista.
- ✓ Relacionar a educação financeira à formação de cidadãos éticos, autônomos e responsáveis, avaliando os conhecimentos construídos ao longo da aplicação do Produto Educacional.

CONTEÚDO

- ✓ Planejamento financeiro;
- ✓ Organização de gastos;
- ✓ Autonomia financeira;
- ✓ Metas Temporais
- ✓ Educação financeira como prática cidadã

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

1. Pergunta Investigativa: Questionamento sobre planejamento financeiro;
2. Aula Expositiva e Dialogada: Apresentar de conceitos e dicas práticas (planilha de gastos, reserva de emergência, evitar dívidas desnecessárias) a respeito da organização financeira;
3. Contextualizar e discernir sobre metas nos âmbitos de curto, médio e longo prazo

4. Roda de Conversa: debate acerca da relevância da educação financeira e de seus desdobramentos no planejamento orçamentário, no consumo consciente e na formação de sujeitos socialmente responsáveis e adimplentes;
5. Atividade de Comparação Reflexiva: reaplicação da questão diagnóstica proposta no primeiro encontro, com fins a averiguar se houve mudanças nas escolhas preliminares;
6. Painel de Encerramento: Fixar um painel, pedindo aos estudantes para completar a frase (Educação Financeira, eu aprendi...)

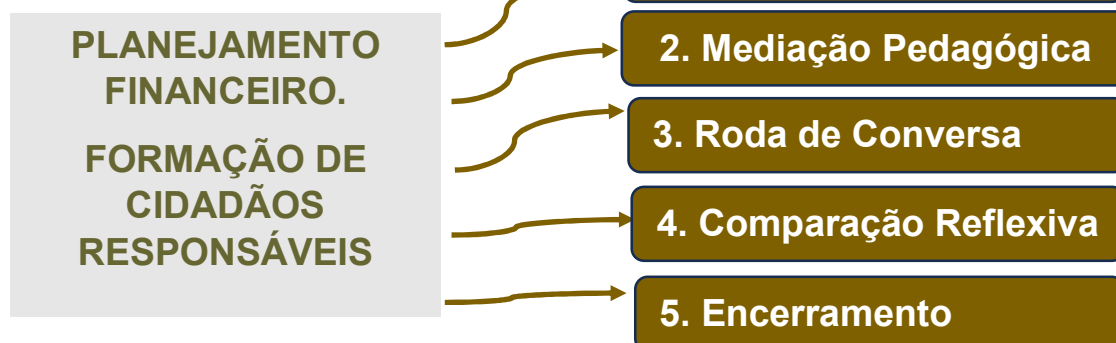
RECURSOS NECESSÁRIOS

Quadro branco e marcadores.
Papéis para a nova resposta e os papéis guardados do 1º encontro.
Retroprojeter
Painel Interativo

REFERÊNCIAS

- CORRÊA, L. F. C. MATTOS, P. R. F. **Educação financeira necessária para tomar decisões sólidas.** Revista Brasileira de Finanças, São Paulo, v. 23, n.1, p. 1-28, abr. 2025, Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/rbfin/article/view/92742>. Acesso em: 29 jan. 2026
- DOMINGOS, R.A. Educação financeira uma ciência comportamental. RECIMA 21, 2022.
- NEMOS, C. L. *et al.* **A educação financeira enquanto prática de autonomia financeira individual na escola básica.** *Educación Matemática*, México, v. 33, n.3, p. 1-30, dez. 2021. Disponível em: <https://www.scielo.org.mx/pdf/edumat/v33n3/1665-5826-ed-33-03-172.pdf>. Acesso em: 18 fev. 2026.

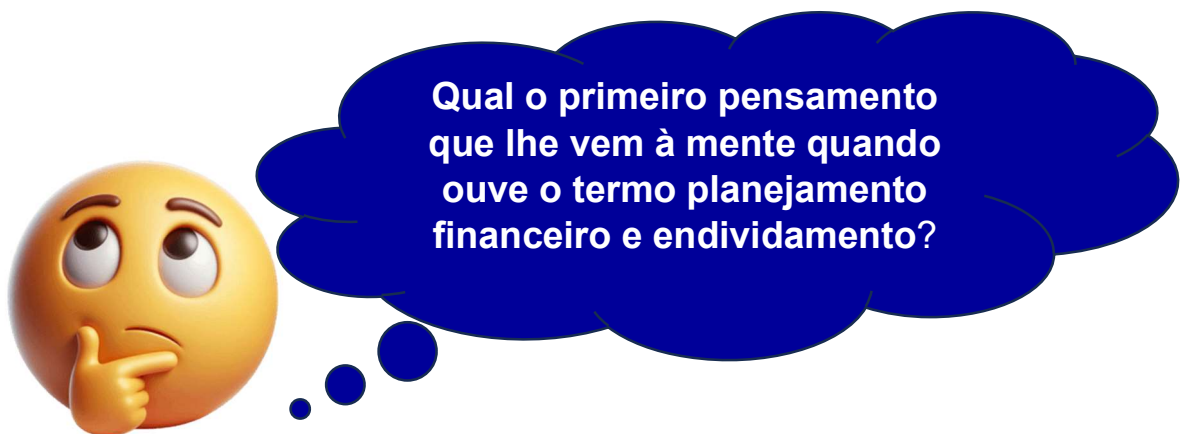
SEQUÊNCIA





➔ Pergunta Investigativa

O objetivo desta etapa consiste em mapear as concepções cognitivas dos estudantes, bem como identificar seus conhecimentos acerca do objeto de estudo em análise. Busca também despertar a curiosidade intelectual dos discentes, favorecendo o desenvolvimento do pensamento crítico e promovendo seu envolvimento com a temática proposta.



➔ Mediação Pedagógica

Explicação sobre o que é planejamento financeiro, sua importância e como ele pode ajudar a alcançar objetivos e evitar dívidas. O planejamento financeiro é uma ferramenta estratégica de gestão que consiste na organização, controle e projeção das receitas e despesas. Muito além de uma simples planilha de gastos, ele representa o exercício consciente de mapear para onde o dinheiro está indo e como ele deve ser alocado para garantir estabilidade e qualidade de vida a curto, médio e longo prazo.

Sua importância reside na capacidade de transformar a relação do indivíduo com o capital, retirando-o de uma postura passiva, de quem apenas "paga contas", para uma postura ativa de "tomador de decisão". Ao ter clareza sobre o fluxo financeiro, é

possível identificar gargalos, como gastos supérfluos e compras por impulso, que muitas vezes corroem o orçamento sem que se perceba.

No que diz respeito ao alcance de objetivos, o planejamento atua como um roteiro, permitindo que sonhos sejam transformados em metas mensuráveis: ao definir quanto custa um desejo e em quanto tempo se pretende realizá-lo, o indivíduo consegue poupar de forma disciplinada, priorizando o que realmente importa. Simultaneamente, essa organização é o principal antídoto contra o endividamento. Com uma reserva de emergência e um orçamento equilibrado, o consumidor evita o uso recorrente de crédito caro, como o cheque especial ou o rotativo do cartão, protegendo seu patrimônio e sua saúde mental contra o ciclo vicioso dos juros e da inadimplência.

Orientações sobre Planejamento Financeiro

O controle financeiro é uma ferramenta essencial para a organização da vida econômica, permitindo maior consciência sobre hábitos de consumo e tomada de decisões mais responsáveis. Uma das formas mais eficazes de iniciar esse processo é por meio do registro sistemático das receitas e despesas, possibilitando visualizar para onde o dinheiro está sendo direcionado ao longo do tempo.

Nesse sentido, apresenta-se aos estudantes um modelo de planilha de gastos financeiros, que pode ser utilizado tanto para uso pessoal quanto para a organização das finanças familiares. A proposta é que os alunos adaptem a planilha à sua realidade, registrando suas entradas e saídas de recursos, refletindo sobre seus padrões de consumo e identificando possíveis excessos ou necessidades de ajuste. Ao utilizar esse instrumento, espera-se que os estudantes desenvolvam maior leitura analítica da realidade e senso crítico em relação ao uso do dinheiro, compreendendo que o planejamento financeiro não se restringe ao controle de gastos, mas constitui uma prática fundamental para a construção de uma vida financeira mais equilibrada e responsável.

PLANILHA FINANCEIRA

Mês: outubro/2025

CRÉDITO				DÉBITO			
Ordem	Data	Descrição	Valor	Ordem	Data	Descrição	Valor
VALOR FINAL				VALOR FINAL			

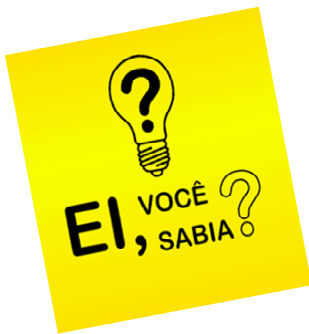
SALDO	CRÉDITO	DÉBITO	TOTAL



Após a apresentação e análise de como se faz uma planilha de custos, dar-se-á início à etapa de simulação do orçamento mensal. Essa atividade prática terá como base a realidade dos próprios estudantes, tornando o aprendizado muito mais concreto e dinâmico.

O exercício funcionará da seguinte maneira:

1. Compartilhamento de exemplos reais: Os estudantes serão convidados a trazer exemplos reais de despesas e hábitos de consumo do seu dia a dia.
2. Análise crítica e debate: A partir de cada exemplo compartilhado, o grupo será ativamente questionado e instigado a refletir: "Este gasto é supérfluo ou essencial?"
3. Construção do cenário orçamentário: As despesas serão classificadas e inseridas na simulação, permitindo que os alunos visualizem o impacto direto de cada escolha no fechamento do orçamento do mês.



Montar e, principalmente, executar um orçamento financeiro é o que transforma planos abstratos em realidade. Sem um orçamento, o dinheiro flui para onde há o desejo mais imediato; com ele, o dinheiro é direcionado para onde você realmente quer que ele vá.

O docente deve convidar cada estudante a exercitar o raciocínio e a planejar o próprio futuro, desenhando metas e projetos pessoais para o curto, médio e longo prazo, lembrando-os que a planificação não é um contrato rígido ou definitivo; a vida muda, as prioridades se transformam e os imprevistos acontecem. O grande segredo da soberania nas escolhas orçamentárias está em entender que esse projeto é um guia vivo, que deve ser revisto e ajustado de tempos em tempos para continuar fazendo sentido na realidade de cada um, de acordo com os objetivos almejados.

EXEMPLOS DE OBJETIVOS E METAS

Curto prazo (até 2 anos)	Médio prazo (2 a 5 anos)	Longo prazo (mais de 5 anos)
<ul style="list-style-type: none">• Montar uma reserva financeira;• Fazer uma viagem;• Fazer um curso;• Mudar de emprego;• etc.	<ul style="list-style-type: none">• Fazer um curso superior;• Comprar a casa própria;• Comprar um carro;• Fazer uma festa de casamento;• etc.	<ul style="list-style-type: none">• Independência financeira;• Reserva para a aposentadoria;• Mudar de país;• etc.



➔ Roda de Conversa

Uso da metodologia ativa e participativa, que organiza os participantes em círculo para promover diálogo horizontal, escuta ativa e construção coletiva de conhecimento.

Análise sobre a necessidade do entendimento orçamentário e sua influência direta no direcionamento de verbas pessoais, no discernimento lógico e na formação de sujeitos comedidos nas decisões



Comentário:

A formação para a emancipação econômica transcende o simples ato de aprender a lidar com números; ela é um processo de desenvolvimento de competências fundamentais para a liberdade e o protagonismo do indivíduo. Como um pilar ela ensina o sujeito a compreender os riscos e as oportunidades do mercado, permitindo que o capital seja uma ferramenta de realização e não uma fonte de angústia.

Sua importância reflete-se diretamente no planejamento financeiro, pois fornece a base conceitual necessária para que o indivíduo antecipe cenários e organize suas finanças com foco no futuro. Sem letramento social da moeda e do crédito, o planejamento é apenas uma lista de gastos; com ela, torna-se uma estratégia de vida capaz de distinguir entre o que é essencial e o que é passageiro. Essa clareza é o que viabiliza tomada de decisão responsável, uma prática que questiona os apelos do marketing e da obsolescência programada, substituindo o impulso por uma decisão que respeita os limites do próprio bolso.

Um indivíduo educado financeiramente compreende o impacto de suas escolhas no coletivo e preza pela adimplência, reconhecendo que o cumprimento de suas obrigações financeiras mantém o equilíbrio do sistema social. Assim, ao promover a saúde financeira individual, contribui-se para uma sociedade mais resiliente, onde o cidadão deixa de ser um comprador por conveniência para se tornar um agente crítico, capaz de gerir sua vida com dignidade, ética e responsabilidade social.



1) Entenda de onde vem e para onde vai seu Dinheiro: Faça uma lista das suas entradas (mesada, bicos, trabalho, auxílios, gratificações) e saídas (lanche, transporte, lazer).

2) Estabeleça Metas Financeiras: Quer comprar um celular, fazer uma viagem ou guardar para a faculdade? Defina o valor e em quanto tempo quer alcançar.

3) Faça uma Poupança: Sempre que puder, guarde um pouco todo mês, isso ajudará a atingir metas futuras.

4) Evite o "Efeito Manada": Só porque todo mundo está comprando algo novo, não significa que você precisa também. Pense no que é importante para você, não para os outros.

5) Aprenda a Diferenciar "Precisar" e "Querer": Um lanche diário na cantina pode virar um gasto alto no mês. Pense se há alternativas mais baratas.

6) Evite Dívidas Desnecessárias: Se usar cartão de crédito, tenha certeza de que poderá pagar. Não confunda "limite disponível" com "dinheiro disponível".

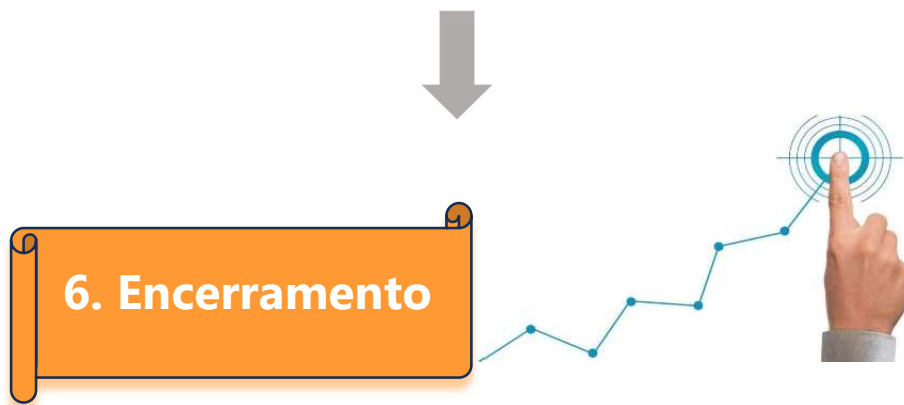
7) Converse sobre Dinheiro em Casa

Falar sobre finanças com a família ajuda a entender melhor a realidade e fortalece a responsabilidade com o dinheiro.

➔ **Comparação Reflexiva:**

Etapa central do plano:

- 1º passo: Reaplicar a pergunta diagnóstica do 1º encontro: "Se você ganhasse R\$ 1.000,00 hoje, o que faria?";
 - 2º passo: Devolver a cada aluno o papel com a resposta que ele deu no 1º encontro;
 - 3º passo: Solicitar que comparem as duas respostas e reflitam: "Houve mudança? Se sim, por quê? Meu perfil financeiro (poupador, gastador, devedor) se manteve ou se transformou após os encontros?"
- 4º passo: Pedir aos discentes que compartilhem suas percepções de mudança (ou permanência) com a turma, relatando:
- a) Houve alteração na resposta?
 - b) O que causou essa mudança? (Foi uma aula específica, uma dinâmica, uma conversa?)"
 - c) O que teria que acontecer para eu me tornar mais poupador/consciente?
 - d) De 0 a 10, o quanto me sinto mais preparado para lidar com dinheiro agora do que antes?



- ✓ Recapitulação dos principais pontos discutidos nos encontros
- ✓ Abertura para perguntas, dúvidas, comentários e sugestões



→ Painel Coletivo de Livre Manifestação

Esta técnica, aplicada no final da aula, visa captar tanto a absorção de conteúdos técnicos quanto a subjetividade e a percepção de valor por parte dos sujeitos da pesquisa. Fundamentada na busca por respostas espontâneas, para que os discentes externalizassem suas sínteses cognitivas e afetivas sobre o percurso formativo, sendo norteadada pelo gatilho frasal:



7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O e-book desenvolvido, enquanto Produto Educacional oriundo de um Mestrado Profissional, evidenciou-se como uma proposta pedagógica consistente, articulada e alinhada às demandas contemporâneas da educação financeira no Ensino Médio Integrado. Ao longo dos três encontros, estruturados de forma progressiva e fundamentados em princípios da aprendizagem significativa, e de uma abordagem crítica da educação financeira, busca-se promover não apenas a compreensão

conceitual dos conteúdos, mas, sobretudo, a problematização das relações entre mídia, consumo e construção de identidades juvenis.

Logo, a proposta supera a visão reducionista da literacia orçamentária, tradicionalmente centrada em aspectos técnicos e operacionais, ao incorporar determinantes socioculturais e individuais que influenciam os processos de compras. As estratégias metodológicas adotadas, como, perguntas provocativas, dinâmicas interativas, rodas de conversa e atividades reflexivas, favorecem o engajamento dos estudantes e estimulam o desenvolvimento de uma postura ativa e crítica frente às práticas de consumo.

Assim, compreende-se que o Produto Educacional, materializado por meio desta estratégia pedagógica, busca cumprir seu propósito de facilitar, incentivar e potencializar o processo de ensino-aprendizagem. Não se configura apenas como material de apoio, constituiu-se como um recurso didático, voltado à intervenção em um contexto educativo específico. Além disso, tem o intuito de auxiliar a democratização do conhecimento produzido no âmbito acadêmico, ao possibilitar sua aplicação prática em sala de aula, unindo pesquisa e ensino.

Ademais, a proposta responde a necessidades concretas da prática docente, ao oferecer caminhos educacionais para o enfrentamento de problemáticas reais, como a busca desenfreada por novidades mercantis, os apelos dos meios de comunicação de massa e a ausência de uma organização do orçamento pessoal. entre jovens.

Por fim, destaca-se o potencial de replicabilidade e adaptação do Produto Educacional, ao possibilitar que outros professores e instituições utilizem e ressignifiquem a proposta conforme suas realidades, ampliando seu alcance e impacto social. Dessa forma, o e-book consolida-se como um instrumento formativo relevante, contribuindo para a formação de estudantes mais analíticos e racionais em suas finanças e em sua atuação enquanto cidadãos.

8. REFERÊNCIAS

BRASIL. **Decreto nº 7.397, de 22 de dezembro de 2010.** Institui a Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF, dispõe sobre a sua gestão e dá providências. Brasília, 22 dez. 2010.

DOMINGOS, R.A. **Educação financeira uma ciência comportamental.** RECIMA 21, São Paulo, v. 3 n. 4, p. 1-21, abr. 2022. Disponível em: <https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/1217/1018>. Acesso em: 05 fev. 2025.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.



MESTRADO EM EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA | PROFEPT
COORDENAÇÃO ACADÊMICA NACIONAL | CAN - GESTÃO 2022/2025

IDENTIFICAÇÃO

Instituição Associada:	IFB
Discente:	Alda Kelly Neiva
Produto/Processo Educacional:	Educação Financeira: uma proposta de formação crítica e emancipatória no Ensino Médio Integrado
Dissertação:	Mídia, consumo e educação financeira: uma proposta de formação crítica e emancipatória no ensino médio integrado do IFTM – campus Paracatu
Orientador (a):	Marcelo de Faria Salviano
Área de Concentração:	Ensino
Linha de Pesquisa:	Práticas Educativas em Educação Profissional e Tecnológica (EPT)
Macroprojeto	Práticas Educativas no Currículo Integrado

TIPOS DE PRODUTOS TÉCNICO TECNOLÓGICOS

X	PTT1: Material didático/instrucional
	PTT2: Curso de formação profissional
	PTT3: Tecnologia social
	PTT4: Software/Aplicativo
	PTT5: Evento Organizados
	PTT6: Relatório Técnico
	PTT7: Acervo
	PTT8: Produto de comunicação
	PTT9: Manual/Protocolo
	PTT10: Carta, mapa ou similar

CRITÉRIOS

		Sim	Não
Aderência	À projeto de pesquisa	X	
	À linha de pesquisa do Programa	X	
	Área de concentração do Programa	X	
	Ao macroprojeto	X	
Replicabilidade	O PE pode ser repetido, mesmo com adaptações, em diferentes contextos daquele em que ele foi produzido?	X	
Registro	Possibilidade de registro/depósito de propriedade intelectual		X

IMPACTO

X	Alto - PTT gerado no Programa, aplicado e transferido para um sistema, no qual seus resultados, consequências ou benefícios são percebidos pela sociedade.
	Médio - PTT gerado no Programa, aplicado no sistema, mas não foi transferido para algum segmento da sociedade.
	Baixo - PTT gerado apenas no âmbito do Programa e não foi aplicado nem transferido para algum segmento da sociedade.

IMPACTO - DEMANDA

X	Demanda espontânea
	Demanda contratada
	Demanda por concorrência (ex. Edital)

IMPACTO - OBJETIVO DA PESQUISA

	Experimental
	Sem um foco de aplicação inicialmente definido
X	Solução de um problema previamente identificado

ABRANGÊNCIA TERRITORIAL

X	Local
	Regional
	Nacional
	Internacional
INOVAÇÃO	
	Alto teor inovativo (desenvolvido com base em conhecimento inédito).
	Médio teor inovativo
X	Baixo teor inovativo
	Sem inovação aparente
COMPLEXIDADE (Mais de um item pode ser marcado)	
X	O PE é concebido a partir da observação e/ou da prática do profissional e está atrelado à questão de pesquisa da dissertação.
	A metodologia apresenta clara e objetivamente a forma de aplicação e análise do PE
	Há uma reflexão sobre o PE com base nos referenciais teórico e teórico-metodológico empregados na respectiva dissertação.
	Há apontamentos sobre os limites de utilização do PE.
APLICABILIDADE	
	PE tem características de aplicabilidade a partir de protótipo/piloto, mas não foi aplicado durante a pesquisa.
X	PE tem características de aplicabilidade a partir de protótipo/piloto e foi aplicado durante a pesquisa, exigível para o mestrado.
	PE foi aplicado em diferentes ambientes/momentos e tem potencial de replicabilidade face à possibilidade de acesso e descrição.
ESTÁGIO DA TECNOLOGIA	
	Piloto/protótipo
	Em teste
	Finalizado/implantado
X	Não se aplica

ACESSO	
	PE sem acesso.
	PE com acesso via rede fechada.
	PE com acesso público e gratuito.
	PE com acesso público e gratuito pela página do Programa.
X	PE com acesso por Repositório institucional com acesso público e gratuito.

PANORAMA SOBRE A ABRANGÊNCIA E/OU A REPLICABILIDADE DO PTT

O produto educacional possui replicabilidade, visto que descreve detalhadamente uma sequência didática que permite a aplicação em qualquer curso técnico de nível médio, com foco na educação financeira.

Até 255 caracteres

DESCRIÇÃO DO TIPO DE IMPACTO DO PTT

O produto educacional aplicado nos estudantes reforça a importância da educação financeira, apontando que o consumo juvenil carrega forte carga simbólica e relacional. A Sequência Didática mostrou-se eficaz ao promover a consciência crítica, levando os alunos a reavaliarem seus hábitos. Este produto educacional instrumentaliza professores e gestores para implementarem a educação financeira no Ensino Médio Integrado, despertando atitudes inteligentes dos estudantes e reafirmando o papel da escola como promotora de autonomia e transformação social.

--

Até 255 caracteres

ASSINATURA DOS MEMBROS DA BANCA	
Presidente da banca	 Documento assinado digitalmente MARCELO DE FARIA SALVIANO Data: 25/06/2026 16:09:19-0300 Verifique em https://validar.iti.gov.br
Membro interno ProfEPT/IA	 Documento assinado digitalmente THIAGO DE FARIA E SILVA Data: 02/07/2026 08:34:02-0300 Verifique em https://validar.iti.gov.br
Membro externo	
Data da defesa	17/06/2026

Ficha elaborada a partir de:

1. Documento de Área Ensino CAPES. Disponível em: https://www.gov.br/capes/pt-br/centrais-de-conteudo/ORIENTACOES_REGISTRO_PRODUCAO_TECNICA_TECNOLOGICA_ENSINO.pdf. Acesso em 08 nov. 2022.
2. RIZZATTI, et al. Os produtos e processos educacionais dos programas de pós-graduação profissionais: proposições de um grupo de colaboradores. **ACTIO**, Curitiba, v. 5, n. 2, p. 1-17, mai./ago. 2020. Disponível em:

http://profqui.sites.uff.br/wp-content/uploads/sites/334/2020/09/Artigo_Os-Prod.-Educ.-dos-PPG-profissionais.pdf. Acesso em 08 nov. 2022.