



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO NORTE
DO PARANÁ**
Campus Cornélio Procópio

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENSINO
MESTRADO PROFISSIONAL EM ENSINO**

JANAINA FERNANDA SILVA DAMASCENO

PRODUÇÃO TÉCNICA EDUCACIONAL

**EDUCADIN: CARTILHA DIDÁTICA SOBRE CONSUMO
CONSCIENTE PARA APOIO À EDUCAÇÃO FINANCEIRA
NO ENSINO MÉDIO**

JANAINA FERNANDA SILVA DAMASCENO

PRODUÇÃO TÉCNICA EDUCACIONAL

EDUCADIN: CARTILHA DIDÁTICA SOBRE CONSUMO CONSCIENTE PARA APOIO À EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO ENSINO MÉDIO

EDUCADIN: TEACHING BOOKLET ON CONSCIOUS CONSUMPTION TO SUPPORT FINANCIAL EDUCATION IN HIGH SCHOOL

Produção Técnica Educacional apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ensino da Universidade Estadual do Norte do Paraná – *Campus* Cornélio Procópio, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ensino.

Orientador: Profº. Drº Carlos Cesar Garcia Freitas

Ficha catalográfica elaborada pelo autor, através do
Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UENP

FERNANDA SILVA DAMASCENO, JANAINA
FD155e EDUCADIN: CARTILHA DIDÁTICA SOBRE CONSUMO
e CONSCIENTE PARA APOIO À EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO ENSINO
MÉDIO / JANAINA FERNANDA SILVA DAMASCENO; orientador
CARLOS CESAR GARCIA FREITAS - Cornélio Procópio,
2022.
48 p.

Produção Técnica Educacional (Mestrado
Profissional em Ensino) - Universidade Estadual do
Norte do Paraná, Centro de Ciências Humanas e da
Educação, Programa de Pós-Graduação em Ensino, 2022.

1. Cartilha Didática. 2. Educação Financeira. 3.
Consumo Consciente. I. CESAR GARCIA FREITAS, CARLOS
, orient. II. Título.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO-METODOLÓGICA	11
1.1 Processo de desenvolvimento do Produto Educacional	11
2 PRODUÇÃO TÉCNICA EDUCACIONAL.....	15
2.2 Material do professor – Slides elaborados pelo Canva.....	42
2.3 Detalhamento das Etapas e Atividades	50
2.3.1 Etapa 1 – Questionário inicial.....	50
2.3.2 Etapa 2 – Unidade didática I	52
2.3.3 Etapa 3 – Unidade didática II	55
2.3.4 Etapa 4 – Unidade didática III	58
2.3.5 Etapa 5 – Avaliação Somativa	62
3 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	63
REFERÊNCIAS	64

INTRODUÇÃO

Esta produção técnica educacional é parte integrante da Dissertação de Mestrado intitulada “Educação Financeira: Produção e aplicação de Cartilha Didática pelos pressupostos do Consumo Consciente” desenvolvida junto ao Programa de Pós-Graduação em Ensino da Universidade Estadual do Norte do Paraná.

O produto técnico educacional consiste em uma Cartilha Didática direcionada aos alunos do ensino médio, tendo por objetivo possibilitar acesso aos conteúdos de Educação Financeira e adquirir conhecimento quanto a temática relacionada ao Consumo Consciente.

A Cartilha foi alicerçada na proposta da Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF (2012), na Base Nacional Comum Curricular – BNCC (BRASIL, 2018) e nos apontamentos de Zabala (1998).

Para o seu desenvolvimento, foram utilizados materiais que contêm aspectos relacionados à Educação Financeira, correspondentes a textos disponibilizados por programas do governo, Ministério da Educação – MEC, Banco Central, ENEF, entre outros, e que foram adaptados para a faixa etária dos discentes.

Tratar sobre o assunto no ambiente escolar tem sido uma das preocupações do governo, pois os alunos também precisam estar inseridos no contexto das finanças, sendo motivados a compreender sobre o tema, para que se tornem cidadãos conscientes, para tomar as melhores decisões financeiras e sustentáveis (SILVA; POWELL, 2013).

Considerando ainda, a inserção da temática no ambiente escolar, a ENEF (BRASIL, 2011) expressa claramente o papel da escola como formação expressiva desses saberes aos alunos, quando declara que:

Discentes e docentes financeiramente educados podem constituir-se em indivíduos crescentemente autônomos em relação a suas finanças e menos suscetíveis a dívidas descontroladas, fraudes e situações comprometedoras que prejudiquem não só sua própria qualidade de vida como a de outras pessoas (BRASIL, 2011, p.3).

A necessidade de se falar em Educação Financeira, pela perspectiva do Consumo Consciente emerge da cultura social, que está instalada hoje em nosso país. Vivemos em uma sociedade consumista, que consome de modo acrítico,

ultrapassando em muito os níveis básicos para sobrevivência, extrapolando limites de consumo, e consequentemente, prejudicando o meio ambiente, com a geração de resíduos e acúmulo de lixo no planeta.

Os avanços tecnológicos e a sociedade consumista atual oferecem inúmeras possibilidades de gastos, e com isso, o número de pessoas que ascendem a uma vida financeira instável, cresce cada vez mais. O momento atual, tem se caracterizado por uma sociedade que possui livre acesso a créditos fáceis, no qual essa vasta oferta de produtos e facilidades tornam-se uma armadilha para quem não faz a gestão do dinheiro, e tampouco possuem conhecimento de gestão financeira e dos impactos ambientais de suas escolhas.

Por esta perspectiva de análise é válida a observação feita por Santos e Santos (2005), que reafirmam suas preocupações com a pouca importância que se dá, especialmente no ensino médio, à Educação Financeira, apesar da sua grande importância na vida das pessoas. Evoca-se a relevância do papel do educador, enquanto formador de opinião, prestando sua contribuição para a interrupção do mundo vicioso do consumismo, concorrendo para o processo de conscientização, oferecendo ferramentas que permitam a leitura racional das inúmeras situações que decorrem da questão financeira, incluindo os aspectos de sustentabilidade, meio ambiente, realização pessoal, saúde e qualidade de vida, dentre outros.

A inclusão da Educação Financeira no currículo do ensino escolar vem preencher uma lacuna na formação dos educandos, com a oferta de instrumentos e ferramentas que permitam ao indivíduo, pelo conhecimento, uma gestão mais eficiente sobre seus recursos econômicos.

Por isso, muitas estratégias existentes para a Educação Financeira identificam que os estudantes são os principais grupos-alvo e apoio à introdução da Educação Financeira (OECD, 2018).

Desta maneira a Educação Financeira apresenta-se, a partir de uma realidade social, não apenas no Brasil, mas de uma abrangência nas diversas sociedades pelo mundo inteiro. A palavra “educação”, originária do latim “educare”, no sentido formal corresponde a todo processo contínuo de formação e ensino e aprendizagem, como parte integrante do currículo de estabelecimentos de ensino, públicos ou privados.

Desta forma, torna-se evidente o estreito laço entre a Educação Financeira e a própria Educação no seu sentido mais amplo, quando se explicita a Educação em seu papel central de promover a cidadania, tornando o educando um ser pleno, crítico e consciente.

Este Produto Educacional comprehende todo um processo de planejamento, estruturação, realização e aplicação, com a sua devida edição, de caráter didático pedagógico trazendo em seu conteúdo como tema principal, o Consumo Sustentável, interligado à Educação Financeira, objetivando a criação de hábitos saudáveis para a construção de uma qualidade de vida financeiramente estável e equilibrada, através de comportamento consciente quanto às decisões de compras.

O presente estudo foi dividido em dois capítulos, além desta introdução. No primeiro capítulo contém a fundamentação teórica e metodológica do produto educacional e o segundo capítulo contempla a aplicação da Cartilha Didática composta por 05 etapas, contando com 5 atividades a serem trabalhadas de maneira interdisciplinar, por meio dos conteúdos de Matemática e Ciências.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO-METODOLÓGICA

Neste capítulo, são apresentadas os principais elementos utilizados na elaboração do Produto Educacional.

1.1 Processo de desenvolvimento do Produto Educacional

O Produto Educacional do presente estudo comprehende todo um processo de planejamento, estruturação, realização e aplicação, com a sua devida edição de uma Cartilha Didática, de caráter didático pedagógico trazendo em seu conteúdo como tema principal, o Consumo Sustentável, interligado à Educação Financeira.

Por esta visão de análise, é possível ainda afirmar que é na escola que se dá a construção do conhecimento e, todo recurso construído para favorecer o processo de ensino e aprendizagem, é sempre louvável, pois a sua proposição encontra-se dirigida para uma causa que se reconhece como nobre (BRANDÃO, 2002, p. 30).

Deste modo, convém ressaltar que o produto educacional proposto, apresenta-se com um caráter didático, no contexto pedagógico da educação e, para Libâneo (1994):

O processo didático efetiva a mediação escolar de objetivos, conteúdos e métodos das matérias de ensino. Em função disso, [...] descreve e explica os nexos, relações e ligações entre o ensino e a aprendizagem; investiga os fatores determinantes desses processos, indica princípios, condições e meios de direção do ensino, tendo em vista a aprendizagem. (LIBÂNEO, 1994, p. 28).

Neste contexto, o produto busca cumprir o papel de educação sustentável, que segundo Saviane (2015) , trata-se de um “processo que possibilita aos sujeitos se apropriarem dos elementos da sua cultura mediante trocas sociais que visam a socialização dos conhecimentos necessários à convivência em um determinado grupo social” e, assim, a educação é um fenômeno próprio dos seres humanos (SAVIANI, 2015, p. 286).

A elaboração da Cartilha se fez, tendo por base os estudos do Referencial Teórico e demais dados, enfatizando os pressupostos da pesquisa qualitativa, engloba um conjunto de procedimentos, como ações, reflexões, atitudes

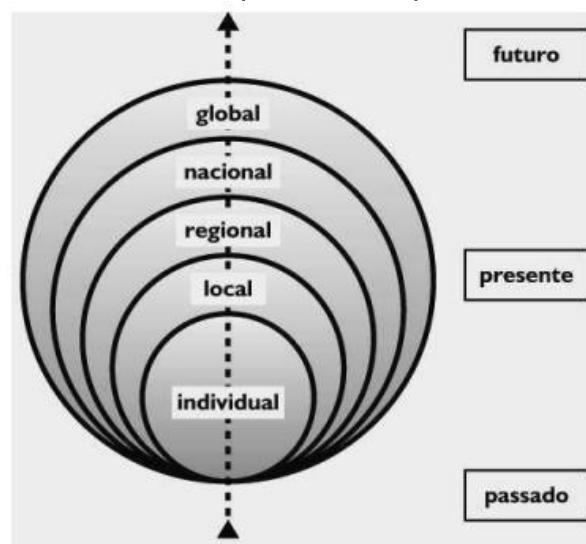
e comportamentos.

Zabala (1998) define como procedimentais, “um conjunto de ações ordenadas com um fim, ou seja, dirigidas para a realização de um objetivo” Esses conteúdos definem ações, conjuntos de ações que podem ser entendidas como o ato de observar, ler, calcular, recortar, desenhar, inferir, classificar, entre outros. Já os conteúdos atitudinais englobam vários conteúdos que podem ser agrupados em valores, atitudes e normas. Tais conteúdos possuem algumas características diferenciadas que estão relacionadas à distinta importância de componentes cognitivos, afetivos ou condutuais (ZABALA, 1998).

Para o desenvolvimento da Cartilha Didática, foram considerados os pressupostos metodológicos, trazidos pela ENEF (2012), BNCC (2018) e Zabala (1998).

Em relação à ENEF (2012), foram utilizadas as duas dimensões: espaciais e temporais. A dimensão espacial foi empregada considerando os reflexos que as ações individuais causam no contexto social, uma vez que, esta dimensão abrange desde níveis individuais, até locais, regionais, nacionais e globais.

Figura 01: Níveis da dimensão espacial e temporal da Educação Financeira



Fonte: CONEF (2014)

A dimensão temporal foi empregada em razão do tempo, presente, passado e futuro, e nos desdobramentos de decisões, uma vez que, decididas no presente, refletem no futuro, devida as interrelações entre o tempo e as tomadas de decisões.

Quanto a BNCC (2018), foi utilizada a abordagem de competência,

em conjunto com as ideias de Zabala (1998), no que diz respeito aos conteúdos conceituais, procedimentais e atitudinais.

O conceito da competência, compreendida pela BNCC (2018) é representada como uma mobilização de conhecimentos, habilidades, atitudes e valores. Conhecimentos: conceitos e procedimentos; Atitudes e Valores: vivências do dia a dia (BRASIL, 2018).

A Cartilha Didática foi desenvolvida como um material estratégico que busca promover e incentivar a construção de conhecimentos de conceitos, habilidades, comportamentos e competências, de modo significativo para os estudantes, por meio de exposição leve dos conteúdos, com imagens, textos, dinâmicas e ilustrações coloridas.

Deste modo, foi elaborada pelos pressupostos da ENEF (2012), BNCC (2018) e Zabala (1998) apresenta diversas atividades para reflexão quanto às dimensões temporal e espacial, relacionadas às decisões pessoais de consumo, descarte, e seus reflexos na sociedade e no meio ambiente, além de vários textos com curiosidades, informações e dados, com o objetivo de desenvolver competências e atitudes saudáveis quanto o uso do dinheiro.

Assim, por meio de atividades integradas e sequencialmente organizadas, emolduradas por um trabalho de ludicidade, expostos de modo bastante claro e dinâmico, sem entretanto, ter a pretenção de esgotar um assunto tão vasto e significativo como este, a proposta trazida pela Cartilha Didática teve sua aplicação e validação estruturada em cinco etapas.

O detalhamento de aplicação foi elaborado considerando as etapas propostas, com cinco atividades ao todo, que serão explanadas a seguir.

O produto foi aplicado na Escola Técnica Estadual – ETEC Jacinto Ferreira de Sá, localizada em Ourinhos, interior do estado de São Paulo com alunos do primeiro ano do ensino médio. A turma selecionada para aplicação desta produção técnica possuía idades entre 15 e 16 anos e foram escolhidas pelo fato de logo estarem buscando o primeiro emprego para captação de fonte de renda. Por isso, a importância de ingressarem na vida adulta e no mercado profissional com conhecimentos básicos de educação financeira.

A etapa 01 é composta por um questionário inicial que tem por objetivo compreender e identificar os conhecimentos prévios dos alunos e realizar um mapeamento de suas experiências, sobre a Educação Financeira – Consumo

Consciente, para que posteriormente seja possível realizar análises e comparativos com os dados obtidos, afina a avaliação diagnóstica possibilita a “identificação, aferição, investigação, e análise do conhecimento dos alunos” (SANT’ANNA, 1998).

Quando há aplicação de uma avaliação diagnóstica de aprendizagem, é possível ao professor trabalhar, investigar e dirigir o processo de ensino e aprendizagem, buscando sempre resultados eficazes para os alunos, promovendo ainda um parecer sobre a qualidade dos dados apresentados, que servirão de norte, para suas tomadas de decisões (LUCKESI, 1997).

O questionário inicial pode ser aplicado de forma interdisciplinar. Inicialmente deve ser apresentado à eles, que irão participar da aplicação de uma proposta didática, fruto de uma dissertação de. O encontro pode ser conduzido por uma aula dialogada e explicativa, explanando a importância da participação e colaboração de todos, quanto ao tema.

As etapas 02, 03 e 04 são a aplicação da Cartilha Didática de fato, desenvolvida sob os moldes apresentados anteriormente, com o tema da Educação Financeira, com enfoque principal no Consumo Consciente e Sustentável, com o objetivo de promover a capacitação e formação de conhecimento aos alunos.

A etapa 05 é composta pela avaliação somativa, que ocorre no fim do processo por permitir captar “informações de uma trajetória de trabalho, ou seja, refere-se a uma avaliação final, com o objetivo de analisar os conhecimentos adquiridos a partir da interação entre docente, aluno e conteúdo’ (ZABALA, 1998).

Desta forma, espera-se a partir da aplicação do produto, identificar o quanto os alunos adquiriram de conhecimento ou não, com a aplicação da cartilha, sobre os aspectos relacionados à decisões conscientes de compra, descarte sustentável, compreensão de conceitos, uso dos 5R no dia a dia, entre outros, e que a proposta trazida por esta presente produção educacional atinja os resultados esperados, possibilitando a construção do conhecimento nos alunos, desenvolvimento de competências e percepção do reflexo de suas atitudes no tangente aos aspectos da Educação Financeira, pela perspectiva do Consumo Consciente.

2 PRODUTO EDUCACIONAL

Este produto educacional é parte integrante da Dissertação de Mestrado intitulada “Educação Financeira: Produção e aplicação de Cartilha Didática pelos pressupostos do Consumo Consciente” disponível em: <http://www.uenp.edu.br/mestrado-ensino>.

A cartilha didática Educadin foi elaborada pelos moldes do referencial teórico da dissertação de mestrado com o objetivo de promover em jovens e estudantes o conhecimento sobre educação financeira e a construção de perfil de cidadãos conscientes. Ela possui caráter educativo, contendo informações, curiosidades, atividades, e temas relacionados ao meio-ambiente, consumo consciente, sustentabilidade, responsabilidades econômicas e financeiras, e muito mais.



A cartilha foi apresentada por meio de etapas, e essas compreendem atividades a serem desenvolvidas, e para o desenvolvimento destas, há a necessidade do uso de materiais complementares produzidos para dar suporte à sua aplicação, e esses se encontram disponíveis na íntegra no link acima mencionado.

Para maiores informações, entre em contato com a autora através do e-mail: janna_fernanda@hotmail.com.

A seguir, são apresentadas as etapas e as formas de aplicação do produto educacional:

Tabela 01: Cronograma de atividades

ETAPAS - ATIVIDADES	OBJETIVOS	MÉTODO DE APLICAÇÃO	DURAÇÃO
Etapa 01 Questionário Inicial: Levantamento dos conhecimentos prévios com aplicação da Avaliação Diagnóstica	Identificar o conhecimento prévio dos alunos e compreender as relações de cada um com o dinheiro e as finanças.	Envolver os alunos ao objetivo da pesquisa, por meio de aula expositiva e dialogada e entrega dos questionários para resolução.	50 min/1 aula
Etapa 02 Unidade Didática I: TEMA: Consumismo, influências do marketing e impactos econômicos.	Compreender o Consumismo; Identificar a diferença entre Consumo x Consumismo; Promover a reflexão quanto às influências do marketing e o endividamento da população.	Aula expositiva e dialogada por meio de apresentação de slides e explicação das idéias a serem trabalhadas e das competências a serem desenvolvidas. Formação dos grupos para as atividades e entrega da folha de atividades, cartolina e panfletos.	100 min/ 2 aulas
Etapa 03 Unidade Didática II: TEMA: Consumo consciente, sustentabilidade, impactos ambientais.	Compreender a relevância da formação em Educação Financeira em conjunto com consumo Consciente e Sustentável. Compreender a sustentabilidade e identificar os impactos ambientais.	Aula expositiva e dialogada por meio de apresentação de slides e explicação das idéias a serem trabalhadas e das competências a serem desenvolvidas. Formação dos grupos para as atividades e entrega da folha de atividades, cartolina e panfletos.	100 min/ 2 aulas
Etapa 04 Unidade Didática III: TEMA: Responsabilidades sociais, 06 perguntas	Compreender a relevância da formação em Educação Financeira em conjunto com consumo Consciente e Sustentável e a conscientização do	Aula expositiva e dialogada por meio de apresentação de slides e explicação das idéias a serem trabalhadas e das competências a serem desenvolvidas. Formação dos grupos para as atividades e entrega da folha de	100 min/ 2 aulas

do consumo consciente e 5R da sustentabilidade.	comportamento pessoal e social quanto ao uso dinheiro e o meio ambiente.	atividades, cartolina e panfletos.	
Etapa 05 Avaliação Somativa:	Identificar o conhecimento adquirido após a aplicação da produção técnica educacional	Formação dos grupos para a elaboração das respostas de forma coletiva, considerando o conhecimento adquirido ou não, por todos	50 min/1 aula

Fonte: Autora (2022)

As páginas seguintes, apresentam a Cartilha Educadin.

CARTILHA
EDUCACIONAL

Educadin

AND

2022

AUTORA E
ESCRITORA

**Janaina Fernanda
Silva Damasceno**

DESIGN,
ILUSTRAÇÕES
E DIAGRAMAÇÃO

**Luiz Antico
@antico.studio**

PATROCÍNIO

EXATAS
CONTABILIDADE DIGITAL



OLÁ
CARO LÉITOR...

Seja muito bem-vindo(a) a
**CARTILHA DE EDUCAÇÃO
FINANCEIRA!**

Aqui você irá aprender sobre finanças pessoais, consumo consciente, sustentabilidade, e diversos conteúdos relacionados, além de várias dicas e curiosidades.

Está preparado?

Dimensão Espacial	02	MOMENTO DE REFLEXÃO Página 11
Dimensão Temporal	02	
Educação Financeira	02	
<hr/>		
EDUCAÇÃO FINANCEIRA E COMO ELA SURGIU	03	GESTÃO SUSTENTÁVEL Página 12
<hr/>		
É IMPOSSÍVEL SOBREVIVER SEM CONSUMIR		
<hr/>		
Página 04		IMPACTOS DO CONSUMISMO Página 15
Consumo Consciente	05	
Cidadão Consciente	06	
Instituto Akatu	06	
<hr/>		
Decisões de Compra	07	
<hr/>		
Armadilhas do Marketing	08	
<hr/>		
Página 09		
REFLETIR ANTES DE UMA COMPRA FAZ TODA A DIFERENÇA		COMO SERÁ A SOCIEDADE EM 2030? Página 17
Por que comprar?	10	
Onde comprar?	10	
Como comprar?	10	
De quem comprar?	10	
Como usar?	10	
Como descartar?	10	
<hr/>		
Impactos Econômicos	18	
Sociedade de Consumidores	18	
<hr/>		
Valorização do "TER"	19	
Obsolência Programada	19	
Endividamento	19	
Comportamentos vs Atitudes	20	



DIMENSÃO ESPACIAL

Na dimensão espacial, os conceitos da educação financeira se baseiam no reflexo das suas ações individuais sobre a sociedade, ou seja, das partes com um todo e vice-versa. Essa dimensão compreende ainda os níveis: individual, local, regional, nacional e global.

DIMENSÃO TEMPORAL

Na dimensão temporal, os conceitos são abordados com base na noção de que as decisões tomadas no presente podem impactar o futuro. Os espaços são atravessados por essa dimensão que conecta passado, presente e futuro de formas inter-relacionadas.

Para compreender de forma mais clara as dimensões, a imagem ao lado reflete exatamente o que cada uma busca representar:



A Cartilha Didática foi desenvolvida como um material estratégico com o objetivo de promover a construção de conhecimento, conceitos, comportamentos e competências, sob categorias de análises de consumo consciente, impactos sociais, responsabilidades sociais e pessoais expondo de maneira leve os conteúdos, com imagens, textos, dinâmicas e ilustrações coloridas.

EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Educação financeira é o processo de aprendizagem voltado às finanças pessoais. Ou seja, é o processo de capacitação das pessoas para o correto uso do dinheiro. A educação financeira então, se preocupa em preparar a sociedade, oferecendo conhecimentos básicos quanto à administração do dinheiro, permitindo que assim, o consumo seja de forma consciente, e automaticamente que as pessoas tenham qualidade de vida.

EDUCAÇÃO FINANCEIRA E COMO ELA SURGIU...

Em 2010 no Brasil, uma política pública foi implementada através da Estratégia Nacional de Educação Financeira, ou resumidamente, ENEF. Ela foi criada diante da necessidade de promover a educação financeira, de modo que atingisse toda a população, diante da constatação do que se resolveu denominar "analfabetismo financeiro". Ela foi desenvolvida para tratar o despreparo das pessoas, em relação ao uso do dinheiro.

Há ainda, uma conceituação mais específica, trazida pela OCDE – Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico, que conceitua a Educação Financeira como: "um processo no qual o indivíduo, na medida em que se torna consumidor e investidor, aperfeiçoa as suas percepções quanto aos produtos e transações financeiras, tornando-se consciente dos riscos e oportunidades dos negócios".

Posteriormente, a Base Nacional Comum Curricular (BNCC) estabeleceu apoio à Estratégia Nacional de Educação Financeira - ENEF, ao firmar que a estratégia regulamentava aprendizagens essenciais, que deveriam ser implementadas e trabalhadas nas escolas brasileiras públicas e privadas, além de incluir a Educação Infantil, Ensino Fundamental e Ensino Médio, com propósito de garantir o direito pleno de acesso a aprendizagem financeira, a todos os estudantes.

A Educação Financeira, inclusa no currículo escolar, busca preencher uma lacuna na formação dos alunos, com a oferta de instrumentos e ferramentas que permitam, pelo conhecimento, uma gestão mais eficiente sobre seus recursos econômicos.

VOÇÊ SABIA?

Que até a implementação da ENEF não se tratava de assuntos de educação financeira nas escolas? Alguns estudos apontam que o Governo Brasileiro começou em 2011 um projeto piloto que contou com a participação de 450 escolas públicas de ensino médio em cinco estados diferentes: São Paulo, Rio de Janeiro, Tocantins, Ceará, Minas Gerais e o Distrito Federal. A proposta indicava o ensino de Educação Financeira nas aulas de português, matemática, sociologia e história.





MOMENTO DE REFLEXÃO

A educação financeira é uma preocupação política que foi implementada para que todas as pessoas possam ter acesso ao conhecimento financeiro e, consequentemente, maior qualidade de vida, gerindo seus recursos financeiros.

A proposta é que essa educação se inicie nas escolas, para que na fase adulta, possam tomar as melhores decisões.

Você imaginava que havia todo esse contexto histórico por trás da educação financeira? Reflita.

CONSUMO

É IMPOSSÍVEL SOBREVIVER SEM CONSUMIR!

Mas, é possível decidir de que forma será esse consumo.

O ato de consumir sempre esteve presente em nossa sociedade, pois é uma prática inerente do ser humano para a sobrevivência. No entanto, quando esse consumo ultrapassa a perspectiva das necessidades básicas, e é realizado de forma apenas para atender desejos, ele deixa de ser considerado consumo, e passa a ser considerado consumismo.

CARTILHA EDUCACIONAL

04



CONSUMO CONSCIENTE

O consumo consciente é a preocupação que as pessoas devem ter com os aspectos sociais, éticos e ambientais. É assumir um compromisso ético e consciente, quanto aos impactos que as suas decisões de compras, causam ao meio ambiente.

Para te ajudar a refletir neste tema e te preparar para ser um consumidor consciente traremos aqui algumas dicas valiosas.

É IMPORTANTE SABER QUE...

Vivemos hoje em uma sociedade que é considerada altamente **CONSUMISTA**, conforme apontam as diversas pesquisas realizadas com os brasileiros, pois quando o consumo ultrapassa os níveis da necessidade, e é concretizado apenas para satisfazer as motivações e desejos em se ter algo novo, na maioria das vezes, o consumo não é consciente, e quem sofre o impacto dessas atitudes é o meio ambiente.

VOCÊ DEVE ESTAR SE PERGUNTANDO...
MAS DE QUE FORMA MEUS GASTOS TEM A VER COM O MEIO AMBIENTE?

TUDO! É possível resumir essa ligação, em uma única palavra: **SUSTENTABILIDADE**.

As matérias-primas são recursos oferecidos pela natureza, e ser sustentável é utilizar esses recursos da melhor maneira de forma que impactem o mínimo possível o meio ambiente, e esse impacto pode ocorrer desde a aquisição da mercadoria até o descarte desse produto.

Ou seja, a sustentabilidade preocupa-se em equilibrar o desenvolvimento econômico com a conservação do meio ambiente.



CARTILHA EDUCATIVA

05



CIDADÃO CONSCIENTE

ALERTA DE COMPETÊNCIAS

O cidadão consciente é aquele que age conforme a dimensão espacial, pois sabe que suas decisões individuais refletem diretamente na sociedade, além da dimensão temporal, compreendendo que suas ações do presente, podem refletir no futuro.

Um cidadão consciente busca o equilíbrio entre a satisfação pessoal e a sustentabilidade do planeta.

O CIDADÃO CONSCIENTE ADQUIRE COMPORTAMENTO AMBIENTALMENTE CORRETO, SOCIALMENTE JUSTO E ECONOMICAMENTE VIÁVEL.

Conheceremos a seguir, um instituto especializado no assunto, que nos ajudará a compreender melhor este tema! Vamos lá?

INSTITUTO AKATU

O instituto AKATU surgiu com a missão de conscientizar e mobilizar a população para a construção da sustentabilidade da vida no planeta, de modo que todo o consumo seja realizado de maneira consciente.

O instituto nos ajuda ainda, a compreender melhor o significado de consumo consciente, que consiste em "consumir com menor impacto, sem excessos ou desperdícios. É fazer escolhas que contribuam para a sustentabilidade do planeta, para que haja o suficiente para todos e para sempre" AKATU, 2022.

CARTILHA EDUCADIN

06

DECISÕES DE COMPRA

VOCÊ SABIA?

Você sabia que uma compra não começa no momento em que você entra em uma loja, e muito menos termina quando você paga e leva o produto para casa?

Pois é, na verdade existe uma série de elementos que tornam possíveis uma aquisição, como:

- Escolha e extração da matéria-prima
- Instalação de uma indústria (localização, investimento)
- Regime de trabalho dos colaboradores e condições de produção da mercadoria
- Questões ambientais, econômicas e sociais

SÃO MUITOS DETALHES, NÃO É MESMO?

Foram colocados aqui apenas alguns para você ter conhecimento, mas o importante é saber que quando decidimos adquirir algum produto, existe todo um processo por trás da mercadoria que está exposta na prateleira de lojas ou supermercados.

07



O consumo está ligado diretamente aos gastos que suprem as necessidades básicas para a sobrevivência. No entanto, como estamos inseridos em uma sociedade consumidora, o desejo de consumir simplesmente por consumir, aumenta cada vez mais.

Saiba que o marketing é o principal responsável por estimular essas práticas, pois sempre visa vender mais que

um simples produto ou serviço, ele almeja **vender estilo de vida, conforto e valores**. A publicidade é o meio pelo qual os anunciantes podem entrar na mente dos consumidores para provar e estabelecer o posicionamento da marca, transmitindo suas informações e despertando a necessidade ilusória no consumidor.

“QUEM NÃO SE RENDE AS INFLUÊNCIAS DO MARKETING É CONSIDERADO ANORMAL, FORA DOS PADRÕES!”

Pesada essa frase não é mesmo? Mas é a realidade social hoje.

Lidar com toda essa pressão social não é algo fácil, ainda mais quando não se tem uma educação financeira, para estimular as pessoas a pouparem seus recursos.

**REFLETIR
ANTES DE UMA
COMPRA DIFERENÇA
FAZ TODA DIFERENÇA**

O consumo consciente é composto também por reflexão e análise prévia da real necessidade de compra. Para desenvolver essa capacidade de raciocínio, o instituto AKATU, desenvolveu 06 perguntinhas que determinam o consumo consciente:

1. Por que comprar? 4. De quem comprar?
2. O que comprar? 5. Como usar?
3. Como comprar? 6. Como descartar?

Vamos entender melhor o que significa cada uma destas perguntas?

**UM ATO DE CONSUMO
CONSCIENTE IMPLICA EM
REFLEXÃO PREVIA**

CARTILHA DE EDUCAÇÃO FINANCIERA

09

01

POR QUE COMPRAR?

Esta primeira pergunta deve ser realizada antes da compra, a fim de identificar a real necessidade desse produto/serviço, e refletir se não está sendo apenas influenciado pelo marketing ou desejo.

02

O QUE COMPRAR?

Para definir o que comprar, analise todas as opções possíveis, e escolha a que mais atenda as suas necessidades e esteja de acordo com as suas condições.

03

COMO COMPRAR?

Este é momento de identificar as formas de pagamento da sua compra. Será a vista? A prazo? Parcelado? Se parcelado, conseguirá honrar com o pagamento das parcelas? De que forma esse produto será levado para casa? Em caixas? Sacolas plásticas? Escolha métodos sustentáveis.

04

DE QUEM COMPRAR?

Esta é a etapa de identificar quem será seu fornecedor. Procure por empresas que tratam com cuidado o meio ambiente e os recursos naturais. Opte por empresas cujas práticas beneficiem o planeta e a nossa sociedade.

05

COMO USAR?

Depois de adquirido o produto, cuide dele, pra que ele tenha longa durabilidade. Use-o até o final de sua vida útil. Dessa forma, você evita o descarte excessivo de itens.

06

COMO DESCARTAR?

Após utilizar o produto até o final de sua vida útil, é o momento de descartar os resíduos de maneira correta, encaminhando o que for possível pra reciclagem. Lembre-se sempre: não existe JOGAR FORA, pois o "fora" é o planeta em que vivemos.

ALERTA DE COMPETÊNCIAS

Ao fazer essas seis pergunhinhas, mesmo que de maneira interna, você efetiva uma compra consciente e sustentável.

CARTILHA EDUCACIONAL

10



**VOCÊ ALGUMA
VEZ IMAGINOU QUE
ANTES DE COMPRAR ALGO
DEVERIA PENSAR EM ALGUMA
DESSAS QUESTÕES?**

É muito comum que as pessoas não pensem em nada disso quando estão com o desejo de comprar algo, pois na maioria das vezes, esse consumo acontece de forma automática e por vezes de forma **impulsiva**. E quando se age dessa forma, o meio ambiente é impactado direta e negativamente.

Por falar nisso, você se lembra de alguma vez que tenha comprado algo por impulso? Reflita.

COMPORTAMENTOS ATITUDES

- Você já comprou produtos ou serviços por estarem na moda?
- Já se sentiu mal alguma vez, por não ter algum item que seus amigos tinham?
- Conhece pessoas que sempre estão com roupas e sapatos do momento?

GESTÃO SUSTENTÁVEL



Com o intuito de reduzir a geração de resíduos no planeta, foram instituídos durante uma conferência realizada no Rio de Janeiro, em 1992, denominada Conferência da Terra, a política dos “3R DA SUSTENTABILIDADE”: Reduzir, Reutilizar e Reciclar.

O tema foi apresentado com o objetivo de esclarecer a responsabilidade dos países em relação ao pensamento crítico acerca das mudanças climáticas, por meio de gestão sustentável dos resíduos mediante as seguintes práticas:

1º REDUÇÃO

Redução quanto ao uso de matérias primas, energia e desperdício nas fontes geradoras. Ou seja, desenvolver ações que evitem o desperdício, como: o uso racional da água, economia de energia e combustíveis fósseis. Este primeiro R é totalmente interligado ao consumo consciente.

2º REUTILIZAÇÃO

Reutilização de produtos. Ou seja, avaliar o que está sendo jogado no lixo é uma prática rentável e muito sustentável, pois ao jogarmos algo no lixo, toda a energia que foi empregada para desenvolver o produto, também é jogada fora.

3º RECICLAGEM

Redução com transformação de materiais, prolongando sua vida útil. Ou seja, transformar objetos usados em novos produtos para consumo, como por exemplo: papéis, papelões, metais, vidros e plásticos.



VOCE
SABIA?

Que o Brasil possui uma lei que promove a reciclagem de resíduos sólidos no país? Ela se chama Política Nacional dos Resíduos Sólidos (PNRS) e existe há mais 10 anos. Sua principal finalidade é administrar a maneira que lidamos com o lixo e cobrar dos empreendedores, uma logística reversa, que é o processo pelo qual o material usado é reciclado e voltado para comercialização dos setores públicos e privados.

TRANSFORMAÇÃO DOS 3R EM 5R

Posteriormente, pensando na mudança **individual** do comportamento dos consumidores, houve a transformação dos 3R, adicionando a eles mais duas práticas, sendo: "repensar e recusar" totalizando então, os **5R** da sustentabilidade.

Essa remodelação buscou instituir a consciência ambiental, propondo mudanças comportamentais às pessoas, de forma que assim, também pudessem garantir a qualidade de vida, com foco na **mudança individual** e **revisão de comportamento coletivo**.

Assim, a inclusão do "repensar" e do "recusar", nos levam a repensar sobre nossos valores e práticas, reduzindo o consumo exagerado e o desperdício, além de recusar o consumo de produtos que geram impactos ambientais negativos e significativos.

4º REPENSAR

O R do repensar está totalmente interligado aos pressupostos da educação financeira. Antes de consumir um produto, pense na real necessidade de compra e no resíduo que será gerado. Você realmente está precisando do que está comprando? Se comprar algo novo, o que fará com o antigo? Este é o momento de reflexão sobre os hábitos.

5º RECUSAR

Recusar produtos que prejudicam o meio ambiente. Como consumidor, é corresponsável pela preservação dos recursos naturais do planeta, você pode se recusar a comprar produtos de empresas que não tenham compromisso com o meio ambiente e, consequentemente, gerem impactos negativos ao meio ambiente.



COMPORTAMENTOS VS ATITUDES

1 Quando você compra, você pensa em alguma das práticas do 5R?

2 Você já reciclou algum produto que iria para o lixo?

3 Que tal começar a repensar e recusar determinadas compras?

CARTILHA EDUCACIONAL

14



O consumismo desencadeia sérios danos ao meio ambiente, que vão desde a extração de recursos naturais, acumulo de bens desnecessários, descartes inadequados desses bens e produtos, e consequentemente, poluição e degradação ambiental.

Foi justamente por conta desses impactos negativos ao meio ambiente, que os 5R foram implementados, a fim de eliminar ou reduzir esses danos. Então, agora que você já conhece os 5R da Sustentabilidade e suas ações, iremos conhecer alguns impactos causados ao meio ambiente, como consequência do consumismo exagerado.

EMISSÃO DE GASES POLUENTES E ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

A emissão de gases poluentes pode alterar a composição química da atmosfera, modificando a temperatura do planeta. Ocasiona ainda, o desequilíbrio do efeito estufa e o aquecimento global, além da possibilidade de prejudicar a saúde humana e ameaçar espécies sensíveis a essas alterações.

A constante emissão desses gases, ocorre a poluição do ar, prejudicando diretamente a qualidade de vida de modo geral.

ACÚMULO DE LIXO E DESCARTE INADEQUADO

Devido à crescente aquisição de produtos e mercadorias, a tendência a acumular lixo é cada vez maior. Hoje, o Brasil não conta com uma boa gestão de resíduos, e o descarte inadequado desses bens, leva a formação de ilhas de lixo em rios, poluição ambiental, além de possíveis transmissões de doenças. O problema do lixo é uma preocupação política, que afeta diretamente a qualidade de vida dos cidadãos.

DESMATAMENTO E ASSOREAMENTO DE RIOS

O desmatamento, ocasionado muitas vezes pelo ramo industrial, prejudica o ecossistema de diversas maneiras, provocando erosões, agravamento dos processos de desertificação, alterações no regime das chuvas, o que afeta diretamente rios e lagos, redução da biodiversidade, assoreamento de rios, entre outros.

DEGRADAÇÃO AMBIENTAL E DE ECOSISTEMAS

A degradação ambiental é a deterioração do meio ambiente através de esgotamento dos recursos naturais, como ar, água e solo e minerais. É a destruição de ecossistemas e a extinção da vida selvagem. Pode ser definida como qualquer alteração prejudicial ao meio ambiente, e aos mais diversos tipos de organismos vivos.

Com a crescente produção de produtos e mercadorias, as indústrias operam a todo vapor, extraíndo cada vez mais recursos naturais, para a satisfação de nossos desejos e necessidades.



VOCÊ SABIA?

1. QUE A ONU (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS) ESTIMA QUE 90% DA POPULAÇÃO RESPIRA AR POLUÍDO?

2. QUE BRASIL GERA 80 MILHÕES DE TONELADAS DE LIXO ANUALMENTE, MAS APENAS 4% É ENCAMINHADO PARA A RECICLAGEM? PERCENTUAL BEMABAIXO DA MÉDIA MUNDIAL, QUE É DE 9%.

COMO SÉRÁ A SOCIEDADE EM 2030?

MOBILIDADE

 As viagens serão feitas em carros elétricos compartilhados e equipados com algoritmos que otimizam a rota para reduzir o consumo.

ALIMENTAÇÃO

 Comeremos mais verduras, frutas e hortaliças; a carne, os produtos lácteos e os pães perdem espaço na dieta.

CONSUMO

 Os plásticos de um só uso terão desaparecido e vai prevalecer a compra a granel de produtos sustentáveis.

URBANISMO

 Moraremos em casas alimentadas com energias renováveis e as hortas urbanas povoarão os terraços e ruas.

AGRICULTURA

 A diminuição da pecuária beneficiará o reflorestamento e deixará mais solo disponível para o cultivo de alimentos.

CARTILHA EDUCACIONAL

17

COMPORTAMENTOS ATITUDES

- Você sabe o quanto você e sua família geram de lixo por mês?
- Sua cidade possui tratamento adequado para o lixo?
- Você sabe para onde vai o lixo que você produz?

IMPACTOS ECONÔMICOS

O ato de consumir sempre esteve presente no dia a dia das pessoas, e é algo que pertence a todos os tipos de sociedade, afinal o consumo é uma condição e um aspecto permanente e irremovível. É uma prática inseparável da sobrevivência humana.

No entanto, quando o consumo ultrapassa os níveis de sobrevivência humana, ou demanda natural, passa a ser considerado como consumismo, que é a prática de buscar a satisfação incontrolável de desejos, sendo estimulado pelo próprio meio social, e pelo regime capitalista.

SOCIEDADE DE CONSUMIDORES

Estamos inseridos em uma sociedade de consumidores. Composta por indivíduos que chegam a uma conclusão de compra, sem uma real necessidade. É um ato que ocorre de maneira irracional e não é submetido a nenhuma crítica interna. É uma cultura em que as pessoas tornam-se dependentes e viciadas do desejo de consumir simplesmente por consumir.

CARTILHA
EDUCATIVA

19

01

**VALORIZAÇÃO
DO “TER”**

Um dos impactos econômicos facilmente identificáveis, em uma sociedade de consumidores, é a preocupação e valorização do “ter”. Ou seja, o consumismo se manifesta como meio de estabelecimento de identidade. As pessoas passam a acreditar que as mercadorias possuem funções que as livram das dores e do sofrimento, e que assim serão reconhecidas e aceitas através da aquisição de bens. A ideologia presente no consumismo parte da premissa do “ter” para “ser”. Por exemplo: “se eu tenho tal tênis da marca x, seréi aceito em algum grupo social”.

02

**OBSOLENCIA
PROGRAMADA**

A obsolescência programada é uma técnica utilizada por fabricantes para forçar a compra de novos produtos e aumentar o consumismo, mesmo que os que você possua ainda estejam em perfeitas condições de funcionamento ou uso. No cenário de uma sociedade de consumidores, tudo muda a todo o momento. Estamos em constante aquisição de bens, onde o que foi obtido ontem, já pode estar obsoleto no dia seguinte.

03

ENDIVIDAMENTO

Conviver com as influências, em uma sociedade de consumidores, requer discernimento em relação ao dinheiro e o seu poder de compra, e isso pode ser uma tarefa bem complicada. No Brasil, grande parte da população enfrenta problemas ao administrar as finanças pessoais e acabam adquirindo dívidas indesejadas, seja por falta de planejamento, ou pelo desconhecimento da educação financeira.

Um dos principais responsáveis pelo endividamento da população, é o cartão de crédito, pois estimulados pela facilidade de parcelamento (pagamento mínimo), as pessoas não conseguem visualizar a longo prazo as consequências de suas decisões e acabam acumulando compromissos que extrapolam sua capacidade financeira.



**VOCE
SABIA?**

Que o Brasil atingiu record de endividamento durante a pandemia de coronavírus (COVID-19)? Estudos mostram que neste cenário endêmico, a cada dez famílias brasileiras, sete adquiriram dívidas e que 43,20% não irão conseguir honrar os compromissos financeiramente assumidos.

COMPORTAMENTOS VS ATÍTUDÉS

1

Você conhece alguém que esteja endividado?

3

Você já comprou algo sem ter condições financeiras no momento da compra?

2

Algum familiar já esteve endividado?

4

Comprando "fiado" ou parcelando no cartão de crédito?

REFERÊNCIAS

AKATU. *Seis perguntas do consumo consciente*. 2014. Disponível em: <<https://akatu.org.br/seis-perguntas-do-consumo-consciente/>>. Acesso em: 20 jan. 2022.

BAUMAN, Zygmunt. *Modemidade Líquida*. Ed. 1, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

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 outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 23 dez. 2010. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7397.htm. Acesso em: 12 fev. 2022.

CONEF. *Educação financeira nas escolas: ensino médio: livro do professor* [elaborado pelo Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF) – Brasília: CONEF, 2013, Bloco 1, 1ª Edição Revisada.

CNC, BRASIL. *Cenário de Endividamento no Brasil é preocupante, aponta relatório da ONU*. 2022. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/cenario-de-endividamento-no-brasil-e-preocupante-aponta-relatorio-da-onu/>>. Acesso em: 21 de fev 2022.

DONADIO, R.; CAMPANARIO, M. A.; RANGEL, A. S. *O Papel da Alfabetização Financeira e do Cartão de Crédito no Endividamento dos Consumidores Brasileiros*. Revista Brasileira de Marketing, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 75-93, jan/abr. 2012.

MORAES, A. C. *O Impacto da Mídia Publicitária e Relacional na Formação de Consumidores Jovens e Adultos*. Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo, n. 03, set. 2012, vol II, p. 95-111.

SILVA, M. *Consumo sustentável: a articulação de um constructo sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável*. RECADM, v. 11, n. 1, 2012.

SILVA, S DA; FERREIRA, E; ROESLER, C; BORELLA, D; GELATTI, E; BOELTER, F; MENDES, P. *Os 5 R's da Sustentabilidade*. V Seminário de Jovens Pesquisadores em Economia & Desenvolvimento. Programa de Pós-graduação em Economia & Desenvolvimento. Universidade Federal de Santa Maria: RS, 2017.

VIDA E DINHEIRO. *Modelo conceitual e objetivos. Dimensões Espacial e Temporal*. Disponível em: <https://www.vidaedinheiro.gov.br/en/modelo-conceitual-e-objetivos/?doing_wp_cron=1656929530.4474918842315673828125>. Acesso em 04 jul. 2022.

2.2 Material do professor – Slides elaborados pelo Canva



TEMPO PARA AS ATIVIDADES



Educação financeira é o processo de aprendizagem voltado às **finanças pessoais**. A educação financeira se preocupa em preparar a sociedade, oferecendo conhecimentos básicos quanto à administração do dinheiro, permitindo que assim, **o consumo seja de forma consciente**, e automaticamente que as pessoas tenham **qualidade de vida**.



CONSUMO

É IMPOSSÍVEL SOBREVIVER SEM CONSUMIR!

O ato de consumir é algo inseparável de nós seres humanos. Ele é realizado para atender as nossas necessidades básicas.

CONSUMISMO

O consumismo é um **estilo de vida** orientado por uma crescente propensão ao consumo de bens ou serviços, em geral **supérfluos**, em razão do seu significado simbólico, frequentemente atribuído pelos meios de comunicação social, representados **diretamente pelo marketing**.



“QUEM NÃO SE RENDE AS INFLUÊNCIAS DO MARKETING É CONSIDERADO ANORMAL, FORA DOS PADRÕES!

ARMADILHAS DO MARKETING

IMPACTOS ECONÔMICOS



01 VALORIZAÇÃO DO "TER"

Um dos impactos econômicos facilmente identificáveis, em uma sociedade de consumidores, é a preocupação e valorização do "ter". Ou seja, o consumismo se manifesta como meio de estabelecimento de identidade. As pessoas passam a acreditar que as mercadorias possuem funções que as livram das dores e do sofrimento, e que assim serão reconhecidas e aceitas através da aquisição de bens. A ideologia presente no consumismo parte da premissa do "ter" para "ser". Por exemplo: "se eu tenho tal tênis da marca x, seréi aceito em algum grupo social".

02 OBSOLENCIA PROGRAMADA

A obsolescência programada é uma técnica utilizada por fabricantes para forçar a compra de novos produtos e aumentar o consumismo, mesmo que os que você possui ainda estejam em perfeitas condições de funcionamento ou uso. No cenário de uma sociedade de consumidores, tudo muda a todo o momento. Somos em constante aquisição de bens, onde o que fomos ontem, já pode estar obsoleto no dia seguinte.

03 ENDIVIDAMENTO

Conviver com as intuições, em uma sociedade de consumidores, requer cuidado em relação ao dinheiro e o seu poder de compra, e isso pode ser uma tarefa bem complicada. No Brasil, grande parte da população enfrenta problemas ao administrar as finanças pessoais e acabam adquirindo dívidas indesejadas, seja por falta de planejamento, ou pelo desconhecimento da educação financeira.

Um dos principais responsáveis pelo endividamento da população, é o cartão de crédito, pois estímulos pela facilidade de parcelamento (pagamento mínimo), as pessoas não conseguem visualizar a longo prazo as consequências de suas decisões e acabam acumulando compromissos que extrapolam sua capacidade financeira.

TEMPO PARA AS ATIVIDADES





CONSUMO CONSCIENTE

O consumo consciente é a **preocupação** que as pessoas devem ter com os **aspectos sociais, éticos e ambientais**. É assumir um compromisso ético e consciente, quanto aos **impactos** que as suas **decisões** de compras, causam ao **meio ambiente**.



E essa relação de compras com o meio ambiente pode ser resumida em uma única palavra: **SUSTENTABILIDADE.**

“O CIDADÃO CONSCIENTE ADQUIRE COMPORTAMENTO AMBIENTALMENTE CORRETO, SOCIALMENTE JUSTO E ECONOMICAMENTE VIÁVEL.”

"Um cidadão consciente busca o equilíbrio entre a satisfação pessoal e a sustentabilidade do planeta"



IMPACTOS AMBIENTAIS DEVIDO AO CONSUMISMO

EMISSÃO DE GASES POLUENTES E ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS



ACÚMULO DE LIXO E DESCARTE INADEQUADO



DESMATAMENTO E ASSOREAMENTO DE RIOS



DEGRADAÇÃO AMBIENTAL E DE ECOSISTEMAS



TEMPO PARA AS ATIVIDADES





RESPONSABILIDADES SOCIAIS

6 PERGUNTAS DO CONSUMO CONSCIENTE e 5R DA SUSTENTABILIDADE

A responsabilidade social é o modo de **pensar** e **agir** de forma ética e responsável.




"UM ATO DE CONSUMO CONSCIENTE IMPLICA EM REFLEXÃO PRÉVIA"

06 PERGUNTAS DO CONSUMO CONSCIENTE

01 POR QUE COMPRAR?	02 O QUE COMPRAR?	03 COMO COMPRAR?
04 DE QUEM COMPRAR?	05 COMO USAR?	06 COMO DESCARTAR?



1º REDUÇÃO

2º REUTILIZAÇÃO

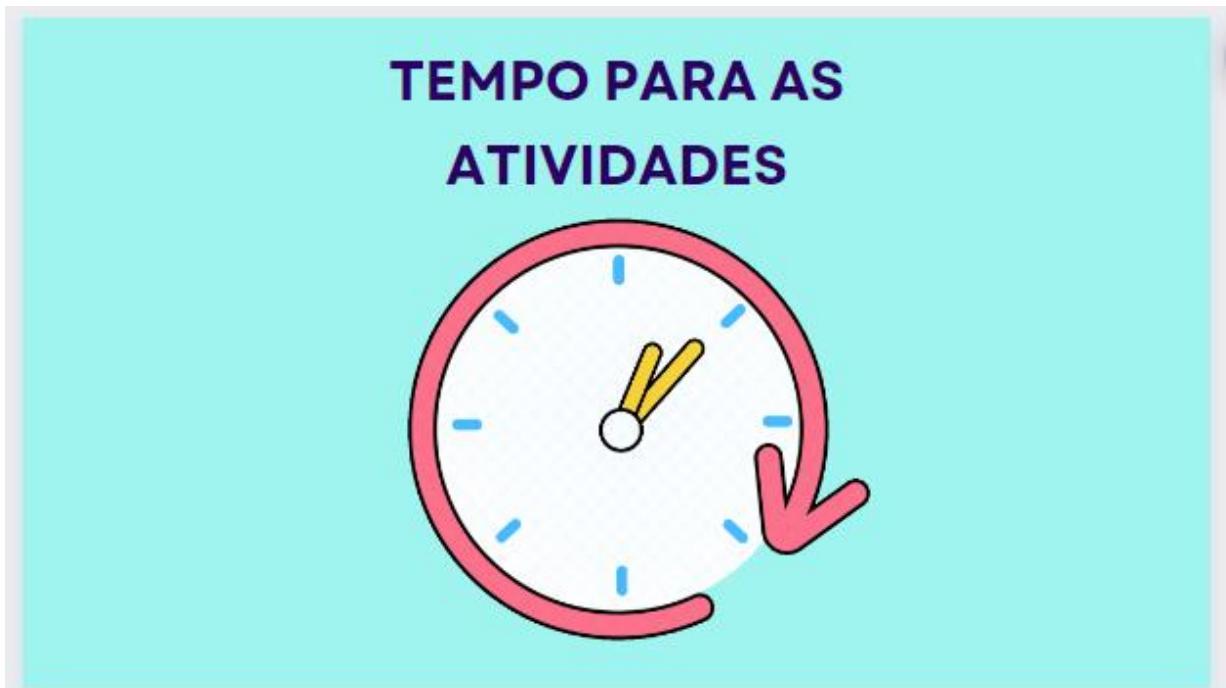
3º RECICLAGEM

4º REPENSAR

5º RECUSAR

5R

Com o intuito de reduzir a **geração de resíduos no planeta**, foram instituídos durante uma **conferência** realizada no Rio de Janeiro, em 1992, denominada **Conferência da Terra**, a política dos **"3R DA SUSTENTABILIDADE"**: Reduzir, Reutilizar e Reciclar. Posteriormente, pensando na **mudança individual** do **comportamento** dos consumidores, houve a transformação dos 3R, adicionando a eles mais duas práticas, sendo: **"repensar e recusar"** totalizando então, os 5R da sustentabilidade.



TEMPO PARA AS ATIVIDADES



2.3 Detalhamento das Etapas e Atividades

A seguir, serão apresentadas as atividades aplicadas em cada uma das etapas desta produção técnica educacional.

2.3.1 Etapa 1 – Questionário inicial

APLICAÇÃO DE PRODUÇÃO EDUCACIONAL QUESTIONÁRIO 1

NOME: _____

DATA: ____ / ____ / _____

1) Você recebe algum tipo de renda? Exemplo: mesada, pensão, salário,etc.

SIM

Especifique: _____

NÃO

2) Você e sua família tem o hábito de conversar sobre dinheiro? Se sim, comente situações e cite exemplos.

3) Hoje, você tem o desejo de comprar ou adquirir algo? Cite exemplos aqui de objetos, mercadorias, serviços, etc.

4) Você costuma refletir ou pensar em algo, antes de comprar ou consumir? Se sim, descreva exemplos.

5) "Reserva de emergência é uma economia pessoal, realizada por algum tempo, que seja suficiente para suprir os gastos fixos, por determinado período, em casos de imprevistos"

Você sabe se sua família possui reserva de emergência? Se sim, sabe quanto tempo ela seria suficiente?

6) Você já ouviu falar em educação financeira? Se sim, coloque com suas palavras o que você entende sobre esse tema.

7) Quando você e sua família compram algum produto, de que forma vocês costumam realizar o pagamento?

- Dinheiro em espécie
- Pix
- Cartão de crédito
- Cartão de débito
- Cheque
- Crediário

8) Você e sua família anotam os gastos diariamente?

- Sim
- Não
- Às vezes

2.3.2 Etapa 2 – Unidade didática I

TEMÁTICA:

CONSUMO / INFLUÊNCIAS DO MARKETING / IMPACTOS ECONÔMICOS

GRUPO: ____ NOMES: _____

DATA: ___/___/_____



1) Você já comprou algum produto por impulso, influenciado pelo marketing, pelas propagandas de televisão, ou pelo seu grupo de amigos? Se sim, descreva o produto, por quanto tempo utilizou e como o descartou.



2) O que as imagens estão transmitindo?



01

VALORIZAÇÃO DO “TER”

Um dos impactos econômicos facilmente identificáveis, em uma sociedade de consumidores, é a preocupação e valorização do “ter”. Ou seja, o consumismo se manifesta como meio de estabelecimento de identidade. As pessoas passam a acreditar que as mercadorias possuem funções que as livram das dores e do sofrimento, e que assim serão reconhecidas e aceitas através da aquisição de bens. A ideologia presente no consumismo parte da premissa do “ter” para “ser”. Por exemplo: “se eu tenho tal tênis da marca x, serei aceito em algum grupo social”.

02

OBSOLENCIA PROGRAMADA

A obsolescência programada é uma técnica utilizada por fabricantes para forçar a compra de novos produtos e aumentar o consumismo, mesmo que os que você possua ainda estejam em perfeitas condições de funcionamento ou uso. No cenário de uma sociedade de consumidores, tudo muda a todo o momento. Estamos em constante aquisição de bens, onde o que foi obtido ontem, já pode estar obsoleto no dia seguinte.

03

ENDIVIDAMENTO

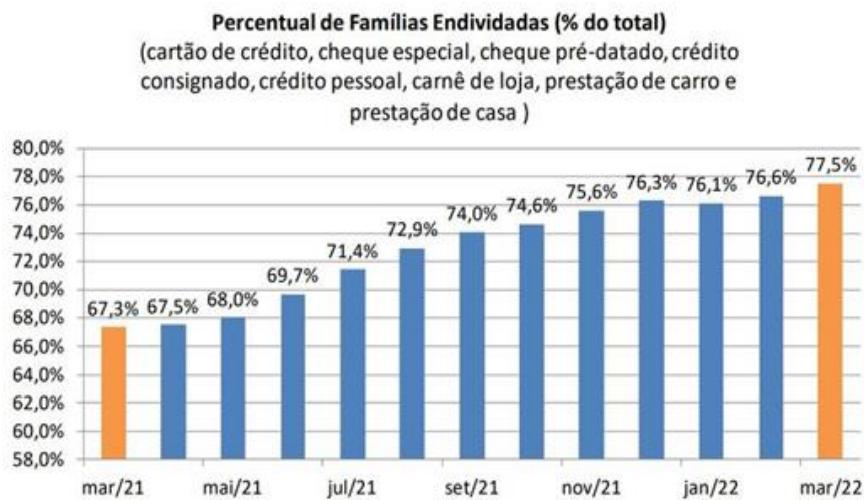
Conviver com as influências, em uma sociedade de consumidores, requer discernimento em relação ao dinheiro e o seu poder de compra, e isso pode ser uma tarefa bem complicada. No Brasil, grande parte da população enfrenta problemas ao administrar as finanças pessoais e acabam adquirindo dívidas indesejadas, seja por falta de planejamento, ou pelo desconhecimento da educação financeira.

Um dos principais responsáveis pelo endividamento da população, é o cartão de crédito, pois estimulados pela facilidade de parcelamento (pagamento mínimo), as pessoas não conseguem visualizar a longo prazo as consequências de suas decisões e acabam acumulando compromissos que extrapolam sua capacidade financeira.



“O uso incorreto de créditos fáceis, como cartão de crédito, cheque especial, carnês, etc, tem provocado índices elevados de endividamento na população brasileira. Dentre eles, o crédito fácil campeão de endividamento é o cartão de crédito.”

O gráfico abaixo pode demonstrar esse índices.



3) Analise o gráfico acima, e com base nos conhecimentos adquiridos a partir da "Cartilha Educadin" comente sobre essa realidade do país e das pessoas em relação aos índices apresentados no gráfico.

2.3.3 Etapa 3 – Unidade didática II

TEMÁTICA:

CONSUMO CONSCIENTE / SUSTENTABILIDADE / IMPACTOS AMBIENTAIS

GRUPO: _____ NOMES: _____

DATA: _____ / _____ / _____



1) Analise a imagem ao lado e descreva o contexto que os personagens estão vivenciando e quais impactos ambientais ela retrata.





2) Sua cidade possui algum “lixão” (local onde são descartados todos os lixos coletados pela cidade)? É apropriado?

3) O Brasil é o quarto país no mundo que mais produz lixo. Cada brasileiro gera, em média, quase 1 quilo de lixo por dia. Em um ano são 343 quilos. Juntando todo o país, são 80 milhões de toneladas de resíduos produzidos por ano (AGÊNCIA BRASIL, 2021).

Qual meio você acredita ser viável para redução dessa produção toda de lixo?

“**O CIDADÃO CONSCIENTE ADQUIRE COMPORTAMENTO AMBIENTALMENTE CORRETO, SOCIALMENTE JUSTO E ECONOMICAMENTE VIÁVEL.**”

4) Crie uma história em quadrinhos, bem criativa e humorada, que demonstre formas de transformar e deixar o nosso ambiente mais saudável através de um diálogo

entre os personagens.

HISTÓRIA EM QUADRINHOS

2.3.4 Etapa 4 – Unidade didática III

TEMÁTICA:

RESPONSABILIDADES SOCIAIS / 6 PERGUNTAS DO CONSUMO CONSCIENTE / 5R

GRUPO: _____ NOMES: _____

DATA: ___/___/___



1) Imagine que a partir deste mês você ganhará R\$ 500,00 por mês dos seus pais em forma de mesada e decidiu comprar algum produto com esse dinheiro que irá receber mensalmente. Descreva aqui, o que seria esse produto e quais as características dele, conforme a tabela abaixo.



NOME DO PRODUTO	
POR QUE COMPRAR? Cite quais as razões que motivaram a compra e porque você precisa do produto.	
COMO COMPRAR? Descreva a forma de pagamento, como será o transporte, e qual a forma que o produto será embalado para transporte.	
DE QUEM COMPRAR? Descreva quais empresas produzem o produto, quais matérias-primas ou recursos naturais que serão utilizados para a produção do produto.	
COMO UTILIZAR? Descreva os cuidados para a manutenção do produto e que tipo de energia é utilizada para o funcionamento do produto.	
O QUE FAZER QUANDO ELE PARAR DE FUNCIONAR E NÃO TIVER MAIS UTILIDADE? Preencha as possibilidades de remanejo ou descarte desse produto.	

2) Qual a importância do uso das 06 perguntas do consumo consciente antes da realização de qualquer compra? De que forma essas questões estão relacionadas com a educação financeira e o meio ambiente?

" OS 5R são um conjunto de ações que visam diminuir a geração de resíduos no planeta através da educação financeira em conjunto com o consumo consciente"



3) Analise as frases abaixo e correlacione com a terminologia correspondente:

1º REDUÇÃO	(<input type="checkbox"/>) Transformar caixas em caixotes e garrafas pet em vasos de plantas.
2º REUTILIZAÇÃO	(<input type="checkbox"/>) Não usar canudos, copos e sacolas plásticas.
3º RECICLAGEM	(<input type="checkbox"/>) Transformar o que seriam jogados no lixo em matérias-primas ou em novos produtos.
4º REPENSAR	(<input type="checkbox"/>) Descartar o lixo de forma correta e nos cestos apropriados.
5º RECUSAR	(<input type="checkbox"/>) Utilizar embalagens retornáveis e produtos com refil.
	(<input type="checkbox"/>) Diminuir a quantidade de lixo que produzimos no dia.
	(<input type="checkbox"/>) Avaliar a real necessidade de compra e adquirir somente o indispensável.

4) Quando colocamos em prática as 06 perguntas do consumo consciente e a reflexão dos 5R antes de todas as decisões de compra, nos tornamos cidadãos conscientes. O cidadão consciente é aquele que leva em consideração o meio ambiente, a qualidade de vida dele e da sociedade, além de considerar os impactos econômicos que suas decisões podem acarretar. Em outras palavras, a pessoa torna-se educada financeiramente, sabendo administrar corretamente o seu dinheiro. Então, depois de compreender tudo isso, me conta! Quais hábitos você vai começar a fazer diferente, a partir de todo esse conhecimento adquirido?

2.3.5 Etapa 5 – Avaliação Somativa

1. O que vocês compreendem por Educação Financeira?

2. O que vocês compreendem por Consumo Consciente?

3. Quais responsabilidades as pessoas devem ter antes de consumir produtos e serviços?

4. Pra que servem os 5R da sustentabilidade e as 6 perguntas do consumo consciente? Qual a importância deles para nossa sociedade?

5. Quais impactos a falta de educação financeira pode acarretar para as pessoas e para o meio ambiente, considerando os impactos econômicos e os impactos ambientais?

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este produto se originou da necessidade em se trabalhar a Educação Financeira na formação de jovens para a construção de conhecimentos financeiros durante o período escolar, como preparação para a fase adulta, pois hoje, estes carecem de uma formação específica sobre conhecimentos relacionados ao uso do dinheiro, que são extremamente necessários para uma vida equilibrada economicamente, além da qualidade de vida que este conhecimento pode proporcionar.

Em síntese, o resultado da análise apontou que a aplicação do produto educacional contribuiu positivamente para a aquisição de conhecimentos necessários para uma boa educação financeira em conjunto à práticas conscientes e sustentáveis.

Todas as etapas tiveram contribuições importantes, oferecidas pelos participantes, que expuseram de forma bastante significativa seus pontos de vista e conhecimentos, o que leva a compreender o interesse que estavam em participar desta pesquisa.

Ao analisar a avaliação somativa, foi possível compreender que o produto foi de grande valia para os alunos, principalmente quando analisado em conjunto com o questionário inicial, onde ficou nítida a ampliação não só do conhecimento, mas também do vocabulário dos alunos, que passaram a utilizar com freqüências em suas respostas, diversas palavras apresentadas na Cartilha Didática.

Desta forma, é possível concluir que a Cartilha Didática alcançou resultados satisfatórios para os alunos participantes e que o material pode ser trabalhado não somente com alunos do primeiro ano do ensino médio, mas também com todas as idades, e desta forma, novos estudos poderão surgir, desde que com as devidas adaptações, a depender do contexto e fase escolar.

4 REFERÊNCIAS

AKATU. **Seis perguntas do consumo consciente.** 2014. Disponível em: <<https://akatu.org.br/seis-perguntas-do-consumo-consciente/>>. Acesso em: 20 jan. 2022.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida.** Ed. 1, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

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 outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 23 dez. 2010. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7397.htm. Acesso em: 12 fev. 2022.

CONEF. **Educação financeira nas escolas: ensino médio: livro do professor** [elaborado pelo Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF) – Brasília: CONEF, 2013, Bloco 1, 1ª Edição Revisada.

CNC, BRASIL. **Cenário de Endividamento no Brasil é preocupante, aponta relatório da ONU.** 2022. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/cenario-de-endividamento-no-brasil-e-preocupante-aponta-relatorio-da-onu/>>. Acesso em: 21 de fev 2022.

DONADIO, R.; CAMPANARIO, M. A.; RANGEL, A. S. **O Papel da Alfabetização Financeira e do Cartão de Crédito no Endividamento dos Consumidores Brasileiros.** Revista Brasileira de Marketing, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 75-93, jan/abr. 2012.

MORAES, A. C. **O Impacto da Mídia Publicitária e Relacional na Formação de Consumidores Jovens e Adultos.** Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo, n. 03, set. 2012, vol II, p. 95-111.

SILVA, M. **Consumo sustentável: a articulação de um constructo sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável.** RECADM, v. 11, n. 1, 2012.

SILVA, S DA; FERREIRA, E; ROESLER, C; BORELLA, D; GELATTI, E; BOELTER, F; MENDES, P. **Os 5 R's da Sustentabilidade.** V Seminário de Jovens Pesquisadores em Economia & Desenvolvimento. Programa de Pós-graduação em Economia & Desenvolvimento. Universidade Federal de Santa Maria: RS, 2017.

VIDA E DINHEIRO. **Modelo conceitual e objetivos. Dimensões Espacial e Temporal.** Disponível em: <https://www.vidaedinheiro.gov.br/en/modelo-conceitual-e-objetivos/?doing_wp_cron=1656929530.4474918842315673828125>. Acesso em 04 jul. 2022.

**FICHA DE AVALIAÇÃO DE PRODUTO/PROCESSO EDUCACIONAL – PPGEN/UENP**

INSTITUIÇÃO	Universidade Estadual do Norte do Paraná (UENP) Campus Cornélio Procópio
CURSO	Mestrado Profissional em Ensino (Código 40031012070P7)
Discente: Janaina Fernanda Silva Damasceno	
Orientador: Carlos Cesar Garcia Freitas	
Coorientador: não se aplica.	
Título da Dissertação: Consumo consciente para uma educação financeira: produção e aplicação de uma cartilha didática	
Título do Produto Educacional: Educadin: cartilha didática sobre consumo consciente para apoio a educação financeira no ensino médio	
Data da Avaliação (banca de defesa de mestrado): 14/12/2022	

TIPO DE PRODUTO EDUCACIONAL (PE)	<p><input checked="" type="checkbox"/> PE1 - Material didático/instrucional (são propostas de material didático/instrucional para o ensi o as apresentadas a seguir: propostas de experimentos e outras atividades práticas; sequências didáticas; propostas de intervenção; roteiros de oficinas; material textual, como manuais, guias, textos de apoio, artigos em revistas técnicas ou de divulgação, livros didáticos e paradidáticos, histórias em quadrinhos e similares, dicionários; mídias educacionais, como vídeos, simulações, animações, vídeo-aulas, experimentos virtuais e áudios; objetos de aprendizagem; ambientes de aprendizagem; páginas de Internet e blogs; jogos educacionais de mesa ou virtuais, e afins; entre outros);</p> <p><input type="checkbox"/> PE2 - Curso de formação profissional (atividade de capacitação criada e organizada, cursos, oficinas, entre outros);</p> <p><input type="checkbox"/> PE3 - Tecnologia social (produtos, dispositivos ou equipamentos; processos, procedimentos, técnicas ou metodologias; serviços; inovações sociais organizacionais; inovações sociais de gestão, entre outros);</p> <p><input type="checkbox"/> PE4 - Software/Aplicativo (aplicativos de modelagem, aplicativos de aquisição e análise de dados, plataformas virtuais e similares, programas de computador, entre outros);</p> <p><input type="checkbox"/> PE5 - Evento Organizados (ciclos de palestras, exposições científicas, olímpiadas, expedições, feiras e mostras científicas, atividades de divulgação científica, entre outros);</p> <p><input type="checkbox"/> PE6 - Relatório Técnico (relatório de pesquisa ou relatos de processos realizados e acompanhados);</p> <p><input type="checkbox"/> PE7 – Acervo (curadoria de mostras e exposições realizadas, acervos produzidos, curadoria de coleções, entre outros);</p> <p><input type="checkbox"/> PE8 - Produto de comunicação (produto de mídia, criação de programa de rádio ou TV, campanha publicitária, entre outros);</p> <p><input type="checkbox"/> PE9 - Manual/Protocolo (guia de instruções, protocolo tecnológico experimental/ aplicação ou adequação tecnológica; manual de operação, manual de gestão, manual de normas e/ou procedimentos, entre outros);</p> <p><input type="checkbox"/> PE10 - Carta, mapa ou similar.</p>
---	--

VALIDAÇÃO DO PRODUTO/PROCESSO EDUCACIONAL (PE)	
Apresenta ADERÊNCIA à Área de Concentração do PPGEN (Ensino, Ciência e Tecnologia)	<input checked="" type="checkbox"/> Sim. <input type="checkbox"/> Não.
Apresenta ADERÊNCIA à linha de pesquisa	<input type="checkbox"/> Ensino e Aprendizagem em Ciências Naturais e Matemática. <input checked="" type="checkbox"/> Formação Docente, Recursos Tecnológicos e Linguagens.
Apresenta ADERÊNCIA ao macroprojeto de pesquisa	<input type="checkbox"/> Abordagens metodológicas em Ciências Naturais e Matemática. <input type="checkbox"/> Saberes e fazer docentes na Educação Científica e Matemática. <input checked="" type="checkbox"/> Tecnologias de informação e comunicação no âmbito educacional. <input type="checkbox"/> Modalidades e instrumentos avaliativos na prática docente.
O PE apresenta a questão de pesquisa/problema de pesquisa/problemática da dissertação	<input checked="" type="checkbox"/> Sim. <input type="checkbox"/> Não.
O PE tem apresenta referencial teórico-metodológico	<input checked="" type="checkbox"/> Sim. <input type="checkbox"/> Não.
O PE apresenta qualidade em termos de forma e design, ilustrações, quadros, tabelas, referências, etc.	<input checked="" type="checkbox"/> Sim. <input type="checkbox"/> Não.
IMPACTO – Tipo	<input checked="" type="checkbox"/> Real (foi aplicado junto ao público alvo com dados analisados). <input type="checkbox"/> Potencial (não foi aplicado junto ao público alvo).
IMPACTO – Nível	<input type="checkbox"/> Alto (PE gerado no Programa, aplicado e transferido para um sistema, no qual seus resultados, consequências ou benefícios são percebidos pela sociedade). <input checked="" type="checkbox"/> Médio (PE gerado no Programa, aplicado no sistema, mas não foi transferido para algum segmento da sociedade). <input type="checkbox"/> Baixo (PE gerado apenas no âmbito do Programa e não foi aplicado nem transferido para algum segmento da sociedade).
IMPACTO – Objetivo da pesquisa	<input checked="" type="checkbox"/> Solução de um problema previamente identificado. <input type="checkbox"/> Experimental. <input type="checkbox"/> Sem um foco de aplicação definido.
IMPACTO – Área impactada pela produção (indicar somente um item)	<input checked="" type="checkbox"/> Ensino. <input type="checkbox"/> Aprendizagem. <input type="checkbox"/> Econômico. <input type="checkbox"/> Saúde. <input type="checkbox"/> Social. <input type="checkbox"/> Cultural. <input type="checkbox"/> Ambiental.



	<input type="checkbox"/> Científico.
APLICABILIDADE	<input checked="" type="checkbox"/> PE foi aplicado durante a pesquisa. <input type="checkbox"/> PE tem características de aplicabilidade, mas não foi aplicado durante a pesquisa.
REPLICABILIDADE	<input checked="" type="checkbox"/> PE apresenta potencial para ser replicado em novos contextos, desde que adequados. <input type="checkbox"/> PE não apresenta potencial para ser replicado em novos contextos, desde que adequados.
ABRANGÊNCIA (Possibilidade de utilização do PE)	<input type="checkbox"/> Local. <input type="checkbox"/> Regional. <input type="checkbox"/> Nacional. <input checked="" type="checkbox"/> Internacional.
COMPLEXIDADE	<input type="checkbox"/> Alta complexidade (o PE é concebido a partir da reflexão da prática do profissional e está atrelado à questão de pesquisa da dissertação; apresenta método claro; explica de forma objetiva a aplicação e análise do produto; há uma reflexão sobre o PE com base nos referenciais teórico e teórico-metodológico; apresenta associação de diferentes tipos de conhecimento e interação de múltiplos atores - segmentos da sociedade, identificável nas etapas/passos e nas soluções geradas associadas ao produto, e existem apontamentos sobre os limites de utilização do PE; apresenta elementos característicos da novidade da dissertação). <input checked="" type="checkbox"/> Média complexidade (o PE é concebido a partir da observação e/ou da prática do profissional e está atrelado à questão de pesquisa da dissertação; apresenta método claro; explica de forma objetiva a aplicação e análise do produto; resulta da combinação de conhecimentos pré-estabelecidos e estáveis nos diferentes atores - segmentos da sociedade). <input type="checkbox"/> Baixa complexidade (o PE é concebido a partir da observação e/ou da prática do profissional e está atrelado à questão de pesquisa da dissertação; resulta do desenvolvimento baseado em alteração/adaptação de conhecimento existente e estabelecido sem , necessariamente, a participação de diferentes atores - segmentos da sociedade). <input type="checkbox"/> Sem complexidade (não existe diversidade de atores - segmentos da sociedade; não apresenta relações e conhecimentos necessários à elaboração e ao desenvolvimento do PE).
INOVAÇÃO	<input type="checkbox"/> PE de alto teor inovador (desenvolvimento com base em conhecimento inédito). <input checked="" type="checkbox"/> PE com médio teor inovador (combinação e/ou compilação de conhecimentos pré-estabelecidos). <input type="checkbox"/> PE com baixo teor inovador (adaptação de conhecimento(s) existente(s)). <input type="checkbox"/> Sem inovação aparente.



VALIDAÇÃO (Mais de um item pode ser marcado)	<input checked="" type="checkbox"/> PE foi submetido à validação direta (aplicação com público alvo). <input checked="" type="checkbox"/> PE foi submetido a validação intersubjetiva inicial (Qualificação). <input checked="" type="checkbox"/> PE foi submetido à validação intersubjetiva final (Defesa).
ACESSO	<input checked="" type="checkbox"/> PE com acesso por Repositório institucional - nacional ou internacional - com acesso público e gratuito. <input type="checkbox"/> PE com acesso público e gratuito pela página do Programa. <input type="checkbox"/> PE com acesso público e gratuito. <input type="checkbox"/> PE com acesso via rede fechada. <input type="checkbox"/> PE sem acesso.
Observações: <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	

ASSINATURA DOS MEMBROS DA BANCA	
Presidente da Banca	Prof. Dr. Carlos Cesar Garcia Freitas – assinado no original
Coorientador	---
Membro(s) Interno(s)	Prof. Dr. João Coelho Neto – assinado no original
Membro(s) Externo(s)	Prof.ª Dr.ª Helenara Regina Sampaio Figueiredo
Cornélio Procópio, 14 de dezembro de 2022.	