

A Tomada de Decisões Financeiras no contexto da Educação Financeira Escolar

Universidade Federal de Juiz de Fora
Priscila Fontes Juste / Amarildo Melchhiades da Silva



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO MATEMÁTICA
MESTRADO PROFISSIONAL EM EDUCAÇÃO MATEMÁTICA

Priscila Fontes Juste
Amarildo Melchiades da Silva

**A Tomada de Decisões Financeiras no contexto da Educação Financeira
Escolar**

Juiz de Fora

2021

Priscila Fontes Juste

**A Tomada de Decisões Financeiras no contexto da Educação Financeira
Escolar**

Produto educacional apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Educação Matemática. Área de concentração: Educação Matemática.

Juiz de Fora

2021



Este trabalho está licenciado com uma Licença [Creative Commons – Atribuição – NãoComercial 4.0 Internacional](http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

```
<a rel="license" href="http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/"></a><br />Este trabalho está licenciado com uma Licença <a rel="license" href="http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/">Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional</a>.
```

Sumário

Apresentação	5
Perspectiva de Educação Financeira Escolar	7
Sociedade de consumidores	9
Elaboração do jogo	11
Possíveis soluções.....	16
Sugestões de leituras.....	21
Apêndice – Encartes do jogo.....	22

APRESENTAÇÃO

Este material constitui o Produto Educacional como resultado da dissertação intitulada “*Educação Financeira Escolar: a tomada de decisão financeira nas experiências do cotidiano*” desenvolvida no Mestrado Profissional em Educação Matemática pelo Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática da Universidade Federal de Juiz de Fora – Minas Gerais.

Os estudos que conduziram a produção desse material se inserem no campo de pesquisa em Educação Matemática com a temática em Educação Financeira Escolar, designada por Silva e Powell (2013), a concepção de sociedade de consumidores por Bauman (2008) e o aporte teórico metodológico, o Modelo dos Campos Semânticos por Lins (2012).

O produto educacional é composto por uma sequência de quatro tarefas que constituem um jogo, a fim de serem analisadas e discutidas entre os alunos ao tomarem decisões em situações de compras abordando três objetivos: economizar o máximo de dinheiro ao comprar, comprar de maneira “inteligente” e identificar possíveis “armadilhas” que atrapalham uma boa *tomada de decisão*.

A pesquisa que deu origem a esse produto educacional teve como proposta investigar a produção de significados dos estudantes do 9º ano do Ensino Fundamental, através de uma sequência de tarefas sobre questões envolvendo *tomada de decisão* em experiências cotidianas relacionadas à Educação Financeira.

As tarefas foram elaboradas com base em situações reais e atuais, que coloque os estudantes frente a situações de *tomada de decisão* financeira em suas experiências cotidianas mais básicas como a atividade de compras. O jogo foi aplicado para duas alunas do 9º ano do Ensino Fundamental de uma rede privada de ensino, na cidade de Juiz de Fora – Minas Gerais, de forma online, devido as dificuldades de encontros presenciais por consequência da pandemia causada pelo Corona Vírus.

Os conteúdos matemáticos abordados durante a aplicação do jogo são as operações básicas de matemática como adição, subtração, multiplicação e

divisão, além dos conceitos de porcentagem envolvendo as noções de desconto.

O jogo pode ser replicado, alterando os itens das compras pelo professor de acordo com a realidade dos seus alunos, além de basear em situações reais, onde os alunos podem realizar as pesquisas de preços. Aqui você, também, encontrará sugestões de livros para te auxiliar no desenvolvimento deste trabalho.

Esperamos, que você professor, possa desfrutar deste material durante suas aulas de Matemática com uma dinâmica diferenciada proporcionando um processo de aprendizagem dos seus alunos, a fim de possibilitar educá-los financeiramente através de discussões diante de situações que expressam a sua realidade.

Boa jornada!
Os autores

Perspectiva de Educação Financeira Escolar

No ano de 2003, a Organização da Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) propôs um projeto de Educação Financeira para seus países membros para educar financeiramente os cidadãos desses países e daqueles, como o Brasil, que participa das reuniões da organização sem ser membro efetivo.

Com base na revisão dos estudos da OCDE, decorrente deste projeto e dos programas de Educação Financeira do Brasil e dos Estudos Unidos da América, os respectivos pesquisadores Amarildo Melchhiades da Silva e Arthur Belford Powell elaboraram uma proposta de currículo de Educação Financeira para as escolas, destacando a importância desta temática na formação dos professores e como seria abordado o conteúdo no ambiente escolar.

O objetivo para uma formação dos estudantes com a Educação Financeira é:

(...) um programa de Educação Financeira que será desenvolvido ao longo de toda a Educação Básica, não deveria ser reduzido a finanças pessoais. Há muito mais temas relevantes a serem incluídos no currículo que podem chamar a atenção dos alunos como, por exemplo, as questões sociais relacionadas ao dinheiro. (SILVA; POWELL, 2013, p. 11).

Uma caracterização de Educação Financeira Escolar é dada nos seguintes termos pelos pesquisadores:

A Educação Financeira Escolar constitui-se de um conjunto de informações através do qual os estudantes são introduzidos no universo do dinheiro e estimulados a produzir uma compreensão sobre finanças e economia, através de um processo de ensino que os torne aptos a analisar, fazer julgamentos fundamentados, tomar decisões e ter posições críticas sobre questões financeiras que envolvem sua vida pessoal, familiar e da sociedade em que vivem. (SILVA; POWELL, 2013, p. 13).

A proposta de um currículo de Educação Financeira para os estudantes da Escola Básica como parte da Educação Matemática de se educar financeiramente os estudantes. De acordo com Silva e Powell (2013), um aluno é educado financeiramente ou possui um pensamento financeiro quando:

a) frente a uma demanda de consumo ou de alguma questão financeira a ser resolvida, o estudante analisa e avalia a situação de maneira fundamentada, orientando sua tomada de decisão valendo-se de conhecimentos de finanças, economia e matemática; b) opera segundo um planejamento financeiro e uma metodologia de gestão financeira para orientar suas ações (de consumo, de investimento...) e a tomada de decisões financeiras a curto, médio e longo prazo; c) desenvolve uma leitura crítica das informações financeiras veiculadas na sociedade. (SILVA; POWELL, 2013, p 12-13).

A concepção de Educação Financeira tem como objetivo central no processo de ensino e de aprendizagem desenvolver o pensamento financeiro dos estudantes no ambiente escolar por ser um meio transdisciplinar¹, abrangendo o meio social de cada aluno. Nesta perspectiva, o currículo baseado nos modos da produção de significados, estrutura-se em três dimensões:

i) pessoal que foca as finanças pessoais; ii) familiar, com ênfase no núcleo familiar. Ao mesmo tempo em que discute as problemáticas financeiras de uma família, também pretende estimular o estudante a participar da vida financeira de sua família, veiculando informações e ajudando na tomada de decisões; iii) social, o foco está em temas e questões financeiras presentes na sociedade atual. (SILVA; POWELL, 2013, p. 14).

A nossa questão de investigação se enquadra na terceira dimensão voltado para o social cujo foco está em temáticas e questões financeiras que permeiam a sociedade brasileira atual.

O design de currículo, proposto por Silva e Powell (2013), está organizado em quatro eixos norteadores:

i) noções básicas de finanças e economia; ii) finança pessoal e familiar; iii) as oportunidades, os riscos e as armadilhas na gestão do dinheiro numa sociedade de consumo; iv) as dimensões sociais, econômicas, políticas, culturais e psicológicas que envolvem a Educação Financeira; que serão discutidas ao longo de toda a formação dos estudantes. (SILVA, POWELL, 2013, p. 14-15).

¹ Abrange a interação entre mais de uma disciplina, referente ao conteúdo disciplinar no âmbito escolar.

Visto que nosso tema de pesquisa se enquadra no terceiro e no último eixo norteador, destacamos estes dois eixos em que serão discutidos temas como:

iii) oportunidades de investimento; os riscos no investimento do dinheiro; as armadilhas do consumo por trás das estratégias de marketing e como a mídia incentiva o consumo das pessoas e, iv) consumismo e consumo; as relações entre consumismo, produção de lixo e impacto ambiental; salários, classes sociais e desigualdade social; necessidade versus desejo; ética e dinheiro. (SILVA, POWELL, 2013, p. 14-15).

Nessa perspectiva sobre Educação Financeira Escolar propõe a discussão do tema, a fim de entender que temáticas podem ser objeto de estudo para compreensão do tema.

Sociedade de consumidores

Adotamos a concepção de sociedade de consumidores e consumismo do Bauman (2008). Seguindo nessa direção, analisamos a visão de sociedade de consumidores proposta por Bauman (2008). Para ele,

O consumismo é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, “neutros quanto ao regime”, transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de auto-identificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução de políticas de vida individuais. (BAUMAN, 2008, p. 41).

Ele ainda observa que o consumismo é diferente do consumo, sendo o primeiro, “uma característica dos seres humanos como indivíduos e o segundo “é um atributo da sociedade”. (*ibid*).

Com o país capitalista que vivemos, Bauman (2008) expõe uma trágica realidade sobre a sociedade líquido-moderna, até então ofuscada pelo mercado de consumo, a transformação dos indivíduos em mercadorias. O impacto dessa transformação em diversas áreas da vida, a exemplo da política, da economia, da moda e da cultura.

Em três situações distintas dessa sociedade moderna, todas as pessoas são aliciadas, estimuladas ou forçadas a se promoverem enquanto uma mercadoria atraente e desejável, utilizando todos os recursos que lhe são disponíveis, de modo a aumentar o seu valor de mercado.

O mercado de consumo é um espaço social, no qual as pessoas são, simultaneamente, os “fregueses” e as próprias mercadorias. E, para tanto, precisam se moldar e se readequarem à realidade dessa sociedade instável (líquida), de modo que consigam atrair a atenção dos consumidores, mantendo-se sempre na linha de frente das “prateleiras”.

Assim, Bauman considera que, neste cenário, três regras básicas do mercado devem ser levadas em consideração:

Primeira: que o destino final de toda mercadoria colocada à venda é ser consumida por compradores. Segunda: os compradores desejam obter mercadorias para consumo se, e apenas se, consumi-las por algo que prometa satisfazer seus desejos. Terceira: o preço que o potencial consumidor em busca de satisfação está preparado para pagar pelas mercadorias em oferta dependerá da credibilidade dessa promessa e da intensidade desses desejos. (BAUMAN, 2008, p. 18).

O mercado de consumo e as mídias envolvidas com sua promoção são cada vez mais atrativos para abranger o maior número de consumidores, a fim de, desviar atenção para que eles façam escolhas sem pensar e caiam em armadilhas que levam ao consumo sem necessidade.

A cultura consumista é o modo como os membros de uma sociedade de consumidores pensam em seus comportamentos e forma de agir diante de uma escolha, sendo esta uma decisão relevante ou não diante dos seus objetivos de vida. Segundo Bauman (2008) a “sociedade de consumidores” representa em outras palavras,

Representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e estratégia existencial consumista, e rejeita todas as opções culturais alternativas. Uma sociedade em que se adaptar aos preceitos da cultura de consumo e segui-los estritamente é, para todos os fins e propósitos práticos, a única escolha aprovada de maneira incondicional. Uma escolha viável e, portanto, plausível – e uma condição de afiliação. (BAUMAN, 2008, p. 71).

Através destas duas concepções adotadas, de Educação Financeira Escolar por Powell e Silva (2013) e a sociedade de consumidores por Bauman (2008), elaboramos cada etapa do jogo como as regras a serem seguidas e os itens de compras a serem realizados.

Elaboração do jogo

O produto educacional faz parte dos requisitos para obtenção do título de mestre em Educação Matemática do Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática pela UFJF. Portanto, este produto é constituído pela sequência de tarefas que constituem o jogo sobre a temática da *tomada de decisão* em Educação Financeira Escolar, de acordo com o Modelo dos Campos Semânticos (MCS), aplicada aos estudantes do 9º ano do Ensino Fundamental de uma escola particular de Juiz de Fora, Minas Gerais.

O jogo tem como objetivo educar financeiramente os alunos da educação básica, a fim de, que reflitam e sejam capazes de tomar decisões financeiras em situações de compras do cotidiano, além das contribuições para o seu bem-estar financeiro.

Após a aplicação do jogo e das análises de dados do mesmo, a estrutura do jogo sofreu algumas alterações para constituir o produto educacional.

O jogo é constituído por uma orientação de como realiza o jogo, duas regras e duas fases. Na primeira regra apresentam-se três objetivos para a tomada de decisão ao gastar o dinheiro numa situação de compra. Na segunda regra, realizam-se as compras destinadas pelo professor de acordo com a primeira regra.

A primeira fase é uma orientação a ser discutida pelos alunos sobre o entendimento dos objetivos da regra 1, respondendo a três perguntas em específico sobre a importância da tomada de decisões no ato das compras. A segunda fase é a realização das compras listadas pelo professor.

Segue o jogo e os objetivos de cada item a ser comprado.

A TOMADA DE DECISÕES NAS EXPERIÊNCIAS DO COTIDIANO

A turma do 9º ano está estudando Educação Financeira e discutindo a importância de se tomar boas decisões quando se faz uso do dinheiro, pois como disse o professor: - ganhar dinheiro é muito difícil, mas gastar e acabar com ele é muito fácil.

Para ver como isso acontece na prática, o professor decidiu fazer um jogo, dividindo à turma em duas equipes. Cada equipe escolhe dois alunos para executar uma tarefa em que eles precisam tomar decisões em compras que serão indicadas às equipes pelo professor.

As regras do jogo possuem duas fases: na primeira fase, cada equipe precisa discutir e se posicionar apresentando seu entendimento sobre os objetivos da tomada de decisão proposto pelo jogo e; na segunda, os representantes das equipes deverão ir ao shopping da cidade que possui supermercado, papelarias e todo o tipo de lojas onde encontrarão e deverão decidir o que comprar.

A equipe vencedora será aquela em que os objetivos da regra 1 sejam mais atendidas na tomada de decisão e que possua a melhor justificativa na escolha da opção.

Agora é com vocês! Jogue, atendendo as regras do jogo, isto é, passando pelas fases 1 e 2 do jogo.

Jogo: Tomando decisões inteligentes

Regra 1: A **tomada de decisão** para gastar o dinheiro em situação de compra tem três objetivos:

- 1º) Economizar o máximo de dinheiro ao comprar;
- 2º) Comprar de maneira “inteligente”;
- 3º) Identificar possíveis “armadilhas” que atrapalham uma boa tomada de decisão.

Regra 2: Os representantes de cada equipe devem ir ao shopping para fazer as compras apresentadas pelo professor e tomar decisão nas situações que se apresentaram para eles de acordo com os objetivos da regra 1.

O jogo possui então duas regras descritas acima e duas fases, apresentadas a seguir.

Fase 1: Cada equipe deve esclarecer o que entende por cada um dos objetivos listados na regra 1, pois este entendimento vai orientar os representantes das equipes na tomada de decisão. Sendo assim, cada equipe deve deixar claro:

- (a) Como podemos economizar dinheiro com nossa tomada de decisão?
- (b) O que significa para a equipe comprar de maneira inteligente?
- (c) Quais as possíveis armadilhas que podem atrapalhar a tomada de decisão?

Fase 2: Tomando decisões

Foi proposto pelo professor, aos representantes das equipes, fazer compras de acordo com a seguinte lista:

- (1) Comprar três cadernos do tipo brochura;
- (2) Comprar 5 quilos de tomate para fazer pizzas para a equipe;
- (3) Comprar um livro;
- (4) Comprar um combo de lanche para cada membro da equipe.

Vamos às compras. Chegando ao shopping, os representantes dos grupos encontram as seguintes situações:

Objetivo da situação 1: Analisar situações a fim de reconhecer e criar formas de proteção contra a propaganda enganosa e contra as estratégias de marketing a que são submetidos os potenciais consumidores.

(1) Chegando à papelaria havia duas opções de compra para o mesmo caderno:

<p>Opção 1</p> <p>Cadernos Princesas – R\$ 4,00</p> <p>Pague 2, leve 3</p>

<p>Opção 2</p> <p>Cadernos Princesas – R\$ 4,00</p> <p>25% de desconto</p>

Objetivo da situação 2: Analisar quais os fatores que o consumidor observa como preço, qualidade, necessidade, validade, ao adquirir um produto.

(2) No supermercado, quando chegaram para comprar tomates verificaram a possibilidade de comprar por quilo ou por caixa.



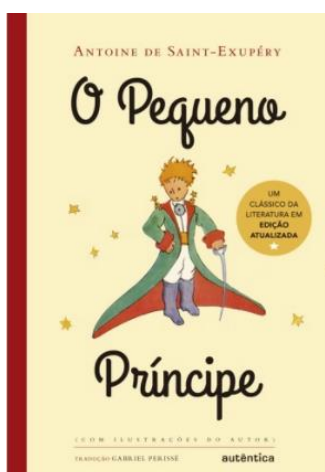
R\$ 5,99 por kg



R\$ 55,00 pela caixa de 10 kg

Objetivo da situação 3: Analisar e distinguir os comportamentos e os aspectos como status, necessidade ou desejo, diante de uma compra e a tomada de decisão diante das opções de consumo.

(3) Procuraram pelo livro “O pequeno príncipe” na livraria e depararam com duas opções de compra.



R\$ 39,90

Valor para compra a ser realizada na loja física.



R\$ 39,90

Ao realizar a compra pela loja online, ganhe 20% de desconto com frete grátis.
Prazo de entrega de 7 dias úteis.

Objetivo da situação 4: Analisar as opções de combos proposto pelas três lanchonetes e tomar a decisão de compra em relação a qualidade de vida, quantidade de produtos ou preço dos combos apresentados.

(4) As opções de compra encontradas em lanchonetes diferentes são:

Lanchonete 1: Os combos desta lanchonete são compostos por um sanduiche artesanal, um copo de 300 ml de refrigerante e uma porção de 200 g de batata frita por R\$ 42,90.



Lanchonete 2: Os combos são compostos por um sanduiche, um refil de 300 ml de refrigerante (podendo adquirir quantas vezes desejar por um tempo determinado) e uma porção de 100 g de batata frita, além de um sorvete. Tudo isso por R\$ 32,90



Lanchonete 3: Um combo saudável com um sanduiche natural de frango com pão sem glúten, um copo de 300 ml de suco natural e um copo de salada de frutas por R\$ 36,90.



Possíveis soluções

Nesta seção, apresentaremos as possíveis soluções das etapas do jogo para guiar, você, professor que não possui entendimento sobre a temática da Educação Financeira Escolar com ênfase nas tomadas de decisões financeiras, assim como também para a sua formação docente.

Este produto educacional foi elaborado para o processo de aprendizagem dos estudantes do 9º ano do ensino Fundamental, a fim de que possam, através das discussões realizadas na aplicação do mesmo, produzirem seus próprios significados para as tomadas de decisões que envolvam as situações reais no contexto financeiro.

Vale ressaltar que as soluções aqui apresentadas são para orientá-lo durante a aplicação do jogo em suas aulas de Matemática, a fim, de que possa educar financeiramente seus alunos.

Na regra 1, são apresentados três objetivos para a *tomada de decisão* em situação de compra como economizar o máximo de dinheiro ao comprar, comprar de maneira “inteligente” e identificar possíveis “armadilhas” que atrapalham uma boa tomada de decisão. Na regra 2, executar as compras num shopping diante dos objetivos da regra 1.

Na fase 1, apresenta-se três perguntas com base na regra 1, a serem discutidas nas equipes antes da realização da fase 2. Todas as respostas das seguintes perguntas são de caráter pessoal de acordo com a realidade e o conhecimento financeiro de cada membro da equipe.

Na fase 2, onde se realizam as tomadas de decisões, pelos representantes de cada equipe, de acordo com as situações apresentadas pelo professor e diante das discussões apresentadas pela equipe na fase 1. Apresentaremos os cálculos matemáticos das situações descritas e lembrando que as tomadas de decisões financeiras devem ser realizadas pelos alunos sem influência do professor.

(1) Comprar três cadernos do tipo brochura.

Sugestão: Revisar o conteúdo matemático de porcentagem abrangendo as ideias de desconto no preço unitário de um produto ou no valor total ao realizar uma compra.

Opção 1

Cada caderno custa R\$ 4,00. Levando 3 cadernos, pagará apenas por 2, ou seja, $2 \cdot 4,00 = 8,00$. O valor da compra será de R\$ 8,00.

Opção 2

Cada caderno custa R\$ 4,00 com 25% de desconto, um caderno custará,

$$25\% \text{ de } 4 = 25\% \cdot 4 = \frac{25}{100} \cdot 4 = \frac{100}{100} = 1$$

Assim, terá R\$ 1,00 de desconto em cada caderno e o caderno custará R\$ 3,00. Comprando três cadernos, o valor da compra total é de R\$ 9,00.

Uma outra solução é a seguinte: adquirindo três cadernos, o valor da compra será de R\$ 12,00. Com 25% de desconto,

$$25\% \cdot 12 = \frac{25}{100} \cdot 12 = \frac{300}{100} = 3$$

Terá R\$ 3,00 descontado no valor total, portanto, o valor da compra será de R\$ 9,00.

De acordo com os cálculos apresentados nas duas opções e a fim de economizar dinheiro, a melhor opção a ser escolhida é a primeira opção, pois sairá mais barato à compra.

(2) Comprar 5 quilos de tomate para fazer pizzas para a equipe.

Opção 1

A cada quilo de tomate custa R\$ 5,99.

Como deverão comprar 5 quilos, o valor da compra será de R\$ 29,95.

Opção 2

A caixa com 10 kg de tomate custa R\$ 55,00.

Para sabermos o valor do quilo, basta dividirmos 55 por 10, ou seja, um quilo de tomate sairá a R\$ 5,50.

Nesta opção só se pode comprar a caixa com 10 kg de tomate.

Devido os cálculos apresentados, na opção 1, o valor da compra será de R\$ 29,95 e na opção 2, de R\$ 55,00. A escolha a ser tomada será a primeira opção, por mais que seja um valor maior que a segunda opção, porém será adquirida a quantidade exata e não sobrará tomate, podendo o mesmo estragar por ser um produto não perecível.

A justificativa de uma participação da pesquisa ao analisar as opções, a mesma compraria a caixa com 10 kg de tomate, por ser mais barato o quilo do tomate e com os restantes dos tomates faria polpas e congelaria na geladeira.

(3) Comprar um livro.

Sugestão: Revisar o conteúdo matemático de porcentagem abrangendo as ideias de desconto no preço unitário de um produto.

Opção 1

O livro, com a versão atualizada, para a compra na loja física por R\$ 39,90.

Opção 2

O livro, com a versão mais antiga, realizando a compra pela loja online tem 20% de desconto em R\$39,90, ou seja,

$$20\% \cdot 39,90 = \frac{20}{100} \cdot 39,90 = \frac{798}{100} = 7,98$$

Será descontado R\$ 7,98 no valor do livro, ou seja, sairá a R\$ 31,92 com frete grátis e 7 dias úteis para entrega.

Na opção 1, o livro custa R\$ 39,90 uma versão atualizada com a compra na loja física. Na opção 2, o livro custa R\$ 31,92 com frete grátis e prazo de 7 dias úteis ao realizar a compra na loja online. Diante destas opções, analisar a edição do livro (atual ou antigo), o preço e o prazo de entregas dos produtos das listas de compra ao professor.

(4) Comprar um combo de lanche para cada membro da equipe.

Opções

- Lanchonete 1: Os combos desta lanchonete são compostos por um sanduiche artesanal, um copo de 300 ml de refrigerante e uma porção de 200 g de batata frita por R\$ 42,90.
- Lanchonete 2: Os combos são compostos por um sanduiche, um refil de 300 ml de refrigerante (podendo adquirir quantas vezes desejar por um tempo determinado) e uma porção de 100 g de batata frita, além de um sorvete. Tudo isso por R\$ 32,90.
- Lanchonete 3: Um combo saudável com um sanduiche natural de frango com pão sem glúten, um copo de 300 ml de suco natural e um copo de salada de frutas por R\$ 36,90.

Com as opções de combos de lanches apresentadas nas três lanchonetes, o aluno deverá analisar para quantos membros tem a sua equipe, podendo tornar a compra mais barata ou cara, além de observar a quantidade de produtos em cada combo e escolher entre lanches saudáveis ou não, para poderem tomar a melhor decisão.

No jogo podem-se acrescentar mais itens na lista de compra, assim como pode ser modificado de acordo com as situações cotidianas da realidade da turma em que leciona. Quanto à dinâmica do jogo, pode-se ser aplicado tanto no ensino remoto de forma online quanto de forma presencial durante as aulas de Matemática.

O tempo para a realização do jogo totalizando uma carga horária de 6 aulas de 50 minutos. Uma aula, que antecede a aplicação, com a revisão dos conceitos de porcentagem e divisão da turma em equipes e quatro aulas para aplicação do jogo, sendo uma aula para a discussão das regras 1 e 2 e, da fase 1 do jogo; duas aulas para executar a fase 2, realização das compras e duas aulas para discutir as tomadas de decisões financeiras apresentadas por cada representante das equipes com toda a turma.

O plano acima é uma sugestão para uma boa dinâmica de aula com o uso do produto educacional, faz-se necessária as modificações de acordo com a sua realidade e da sua turma.

Este produto educacional é destinado às turmas de 9º ano do Ensino Fundamental da Educação Básica nas aulas de Matemática com viés na Educação Financeira Escolar, proporcionando uma aprendizagem alternativa desenvolvendo o pensamento financeiro e as tomadas de decisões mais conscientes.

Sugestões de leituras

- ✚ BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias / Zygmunt Bauman; tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.
- ✚ BARBER, Benjamin R. **Consumido** / Benjamin R. Barber; tradução Bruni Casotti. – Rio de Janeiro: Record, 2009.
- ✚ CUSICK, Willian. **Todos os clientes são irracionais**: estratégias para compreender o que eles pensam, sentem e o que os fazem voltar / Willian Cusick; tradução Leonardo Abramowicz. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 208 p.
- ✚ JUSTE, Priscila F. **Educação financeira escolar**: a tomada de decisão financeiras nas experiências cotidianas. 2021. Dissertação (Mestrado Profissional em Educação Matemática) – Instituto de Ciências Exatas, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2021.
- ✚ LINS, Romulo C. O Modelo dos campos semânticos: estabelecimentos e notas de teorizações. In. ANGELO, C. L. et al. **Modelo dos Campos Semânticos e Educação Matemática**: 20 anos de História. São Paulo: Midiograf, 1ª edição, 2012, 280 p.
- ✚ SILVA, Amarildo M.; POWELL, Arthur B. Um programa de educação financeira para a matemática escolar da educação básica. In: ENCONTRO NACIONAL DE EDUCAÇÃO MATEMÁTICA. Educação Matemática: Retrospectiva e Perspectivas. XI ENEM, 2013, Curitiba. **Anais...** Curitiba – PR, p.1-17, jul. 2013.
- ✚ SILVESTRE, Marcos. **Prosperidade radical**: 30 atitudes inovadoras para fazer seu dinheiro valer mais / Marcos Silvestre. – 1. ed. – Barueri, SP: Faro Editorial, 2018.

APÊNDICE

Encartes do jogo



A TOMADA DE DECISÕES NAS EXPERÊNCIAS DO COTIDIANO

A turma do 9º ano está estudando Educação Financeira e discutindo a importância de se tomar boas decisões quando se faz uso do dinheiro, pois como disse o professor: - ganhar dinheiro é muito difícil, mas gastar e acabar com ele é muito fácil.

Para ver como isso acontece na prática, o professor decidiu fazer um jogo, dividindo a turma em duas equipes. Cada equipe escolhe dois alunos para executar uma tarefa em que eles precisam tomar decisões em compras que serão indicadas às equipes pelo professor.

As regras do jogo possuem duas fases: na primeira fase, cada equipe precisa discutir e se posicionar apresentando seu entendimento sobre os objetivos da tomada de decisão proposto pelo jogo e; na segunda, os representantes das equipes deverão ir ao shopping da cidade que possui supermercado, papelarias e todo o tipo de lojas onde encontrarão e deverão decidir o que comprar.

A equipe vencedora será aquela em que os objetivos da regra 1 sejam mais atendidas na tomada de decisão e que possua a melhor justificativa na escolha da opção.

Agora é com vocês! Jogue, atendendo as regras do jogo, isto é, passando pelas fases 1 e 2 do jogo.





Jogo: Tomando decisões inteligentes

Regra 1: A **tomada de decisão** para gastar o dinheiro em situação de compra tem três objetivos:

- 1º) Economizar o máximo de dinheiro ao comprar;
- 2º) Comprar de maneira “inteligente”;
- 3º) Identificar possíveis “armadilhas” que atrapalham uma boa tomada de decisão.

Regra 2: Os representantes de cada equipe devem ir ao shopping para fazer as compras apresentadas pelo professor e tomar decisão nas situações que se apresentaram para eles de acordo com os objetivos da regra 1.



Fase 1: Cada equipe deve esclarecer o que entende por cada um dos objetivos listados na regra 1, pois este entendimento vai orientar os representantes das equipes na tomada de decisão. Sendo assim, cada equipe deve deixar claro:

- (a) Como podemos economizar dinheiro com nossa tomada de decisão?
- (b) O que significa para a equipe comprar de maneira inteligente?
- (c) Quais as possíveis armadilhas que podem atrapalhar a tomada de decisão?

Fase 2: Tomando decisões

Foi proposto pelo professor, aos representantes das equipes, fazer compras de acordo com a seguinte lista:

- (1) Comprar três cadernos do tipo brochura;
- (2) Comprar 5 quilos de tomate para fazer pizzas para a equipe;
- (3) Comprar um livro;
- (4) Comprar um combo de lanche para cada membro da equipe.



Vamos às compras. Chegando ao shopping, os representantes dos grupos encontram as seguintes situações:

(1) Chegando à papelaria havia duas opções de compra para o mesmo caderno:

Opção 1

Cadernos Princesas – R\$ 4,00

Pague 2, leve 3

Opção 2

Cadernos Princesas – R\$ 4,00

25% de desconto

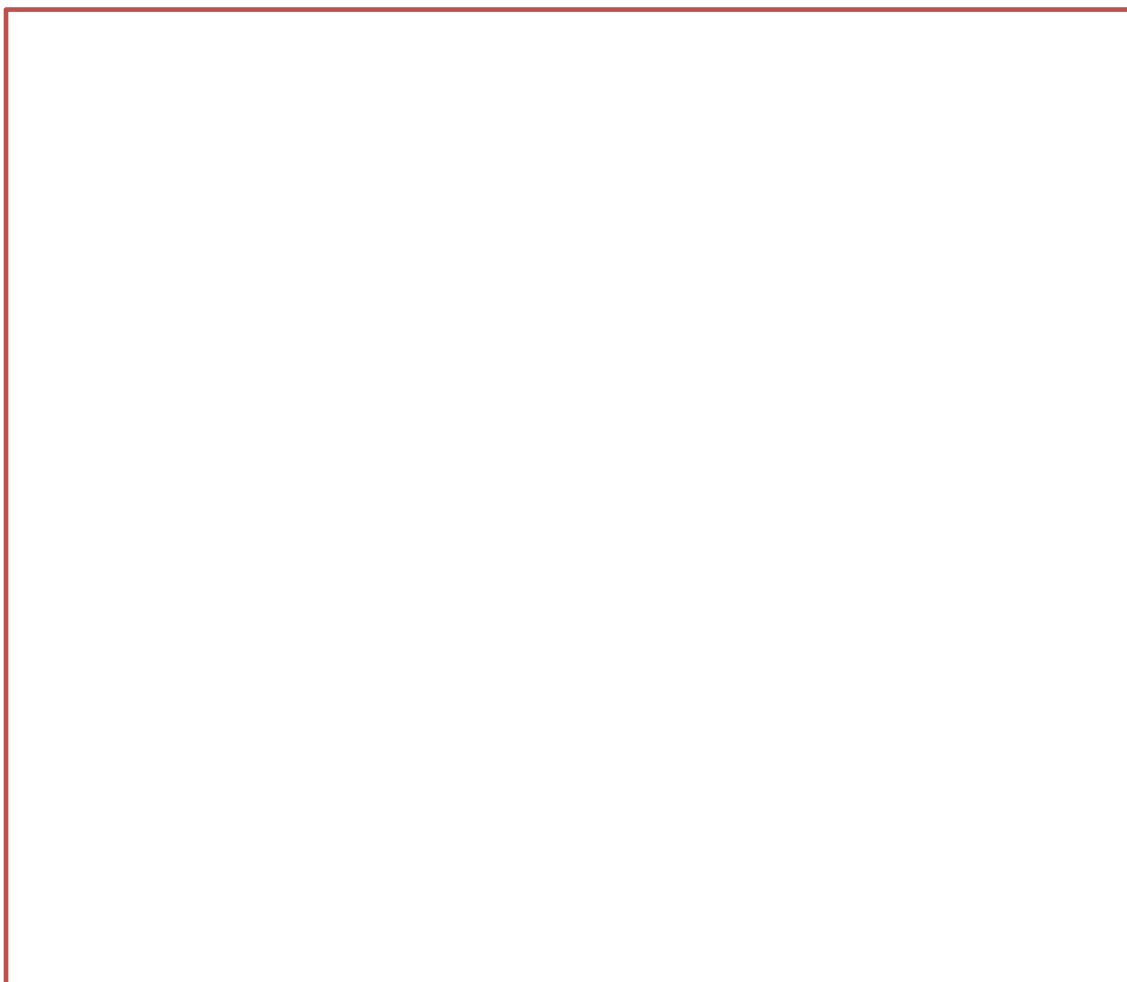
(2) No supermercado, quando chegaram para comprar tomates verificaram a possibilidade de comprar por quilo ou por caixa.



R\$ 5,99 por kg



R\$ 55,00 pela caixa de 10 kg



(3) Procuraram pelo livro “O pequeno príncipe” na livraria e depararam com duas opções de compra.



R\$ 39,90

Valor para compra a ser realizada na loja física.



R\$ 39,90

Ao realizar a compra pela loja online, ganhe 20% de desconto com frete grátis.
Prazo de entrega de 7 dias úteis.

(4) As opções de compra encontradas em lanchonetes diferentes são:

Lanchonete 1: Os combos desta lanchonete são compostos por um sanduiche artesanal, um copo de 300 ml de refrigerante e uma porção de 200 g de batata frita por R\$ 42,90.



Lanchonete 2: Os combos são compostos por um sanduiche, um refil de 300 ml de refrigerante (podendo adquirir quantas vezes desejar por um tempo determinado) e uma porção de 100 g de batata frita, além de um sorvete. Tudo isso por R\$ 32,90



Lanchonete 3: Um combo saudável com um sanduiche natural de frango com pão sem glúten, um copo de 300 ml de suco natural e um copo de salada de frutas por R\$ 36,90.



