ser um mediador do saber estimulando o fazer artístico com as ferramentas que as tecnologias dispõem, com objetivos claros que favoreçam o conhecimento e a aprendizagem nas práticas educativas. Por fim, o ensino de Artes nas escolas seja remoto ou não é patrimônio histórico e cultural da humanidade e a escola um lugar de multilinguagens com finalidades sociais na Educação.

BIBLIOGRAFIA

Brasil. Secretaria de Educação Fundamental. Parâmetros curriculares nacionais: arte/Secretaria de Educação Fundamental. – Brasília: MEC / SEF, 1998. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/arte.pdf>. Acesso em: 25 janeiro 2022.

Artistas bienal. Alex Benedito dos Santos. Disponível em: <https://ajcultura.com.br/bienal/obras/obras-alex-benedito-dos-santos/>. Acesso em: 26 janeiro 2022.

Exposição: o caos e a monumentalidade como patrimônio imaterial no fazer artístico latino-americano. Disponível em: <https://ajcultura.com.br/bienal/exposicao-de-artesplasticas-e-visuais/>. Acesso em: 16 janeiro 2022.

A Tecnologia a favor da Arte: O uso de Recursos Digitais no ensino de Manifestações Artísticas. Disponível em: <https://mvceditora.com.br/2020/12/01/atecnologia-a-favor-da-arte-o-uso-de-recursos-digitais-no-ensino-de-manifestacoesartisticas/>. Acesso em: 25 janeiro 2022.

Museu de valores. Banco Central. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/museu/tourvirtual/>. Acesso em 26 janeiro 2022.

Trabalhar com a linguagem teatral. Disponível em: <http://www.plataformadoletramento.org.br/acervo-experimente/633/trabalhar-com-alinguagem-teatral.html>. Acesso em 24 janeiro 2022.

Ensino de artes: A abordagem de Ana mãe Barbosa. Disponível em: <https://revistacontemporartes.com.br/2018/12/14/ensino-de-artes-a-abordagemtriagular-de-ana-mae-barbosa/>. Acesso em 24 janeiro 2022.

Nietzsche, F. Cadernos. Disponível em: <https://periodicos.unifesp.br/index.php/cniet/issue/view/550>. Acesso em 24 janeiro 2022.

Nietzsche, F. (2008). A vontade de poder. (M. S. Fernandes e F. J. Moraes, Trad.). Rio de Janeiro: Contraponto. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt- BR&lr=&id=VlUMEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&ots=NOHObMN- Vv&sig=5l8Vw8YJMtxkn9qF3cB4wsem6-U&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false>. Acesso em 24 janeiro 2022.

EDUCAÇÃO FINANCEIRA ESCOLAR

EMERSON TOLINTINO

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo dissertar sobre o tema consumismo, um assunto que faz parte do nosso cotidiano e tem sido abordado em pesquisas ligadas a Educação Financeira e Educação Matemática. Esta monografia foi desenvol-

vida na Especialização em Educação Financeira Escolar e Educação Matemática do Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática da Universidade Federal de Juiz de Fora. A revisão de literatura discorre sobre pesquisas ligadas a Educação Financeira realizadas por membros do Núcleo de Pesquisa NIDEEM, relacionadas ao consumismo. A base teórica do trabalho aborda a caracterização de Educação Financeira Escolar, e os autores Bauman (2008) e Barber (2009) que se acercam de aspectos teóricos sobre o consumismo.

Palavras-chave: Educação Financeira Escolar; Educação Matemática; Consumismo; Consumo.

ABSTRACT

The present work aims to discuss the topic of consumerism, a subject that is part of our daily lives and has been addressed in research related to Financial Education and Mathematics Education. This monograph was developed in the Specialization in School Financial Education and Mathematics Education of the Graduate Program in Mathematics Education at the Federal University of Juiz de Fora. The literature review discusses research related to Financial Education carried out by members of the NIDEEM Research Center, related to consumerism. The theoretical basis of the work addresses the characterization of School Financial Education, and the authors Bauman (2008) and Barber (2009) approach theoretical aspects of consumerism.

Keywords: School Financial Education; Mathematics Education; Consumerism; Consumption.

INTRODUÇÃO

O mote apresentado no presente artigo é o consumismo e revela a importância de um tema que se envolve com a Educação Financeira Escolar e que se faz presente no cotidiano de todos nós.

Pela importância da temática atual considerou-se importante a execução dessa pesquisa, porque seus resultados trouxeram um pouco mais de esclarecimento de como está o andamento de pesquisas ligadas ao tema e direcionadas à Escola.

O artigo debate sobre o consumismo e aborda como a questão tem sido tratado em pesquisas de Educação Matemática com ênfase em Educação Financeira Escolar e como ele está sendo levado as salas de aula.

O consumo faz parte da vida diária de toda a população, mas o que queremos discutir é o consumismo, um consumo em excesso resultante de vontades e desejos momentâneos. Os alunos estão diariamente expostos às propagandas, ao comércio, a grupos de amigos que os influenciam a consumir os produtos da "moda", aos novos smartphones que são vinculados a novas tecnologias e a cada dia uma novidade surge entre os grupos de alunos nas escolas.

Assim, eles se colocam frente a esse bombardeio de novidades? Este é um assunto que deve ser levado a sala de aula para provoca-los a refletir sobre o consumismo que os rodeiam.

EDUCAÇÃO FINANCEIRA ESCOLAR

A Educação Financeira é um assunto que vem sendo muito discutido nos úl-

timos anos. A

Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) possui um estudo sobre Educação Financeira, essa organização é formada por 36 países membros e outros países não membros, como o Brasil, foram convidados a participar. Inicialmente a OCDE buscou estudar o tema internacionalmente, identificando pesquisas já existentes em países membros e de analisar programas de Educação Financeira em escolas e universidades. Educação Financeira foi definida pela OCDE da seguinte forma:

Educação Financeira é o processo pelo qual consumidores/investidores melhoram a sua compreensão sobre os conceitos e produtos financeiros e, através da informação, instrução e/ou aconselhamento objetivos, desenvolvem as habilidades e a confiança para tomar consciência de riscos e oportunidades financeiras, para fazer escolhas informadas, saber onde buscar ajuda e tomar outras medidas eficazes para melhorar a sua proteção e o seu bem-estar financeiro. (OCDE,2005b, apud SILVA; POWELL, 2013, p.3)

Em 2008, a OCDE publicou um relatório voltado para a escola, segundo Silva e Powell esse relatório teve como objetivo:

Analisar os programas de educação financeira existentes nas escolas e estabelecimentos de ensino e analisar pesquisas disponíveis sobre a eficácia das iniciativas sobre o assunto destinado a crianças e adolescentes em idade escolar em alguns dos países membros e países não membros da OCDE. (SILVA; POWELL, 2015, p.10)

O que sustentou, para a OCDE, a importância de oferecer nas escolas a Educação Financeira, de acordo com Silva e Powell, foram os seguintes argumentos: possuir um público alvo grande, jovens costumam ser mais receptivos, são consumidores ativos, possuem gastos altos, são público alvo do marketing, estudantes mais velhos começam a ter tomadas de decisão para continuidade do estudo e tomadas de decisões financeiras e muitos pais não possuem conhecimentos financeiros. O objetivo para um programa de Educação Financeira seria o de

"ajudar os estudantes a gerenciarem bem o seu dinheiro ao longo de suas vidas" (SILVA; POWELL, 2015, p.11)

O Brasil mantém relações de trabalho com a OCDE, mesmo não sendo membro. Em 2010, instituiu a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF) tendo como finalidade "promover a educação financeira e previdenciária e contribuir para o fortalecimento da cidadania, a eficiência e solidez do sistema financeiro nacional e a tomada de decisões conscientes por parte dos consumidores." (BRASIL, 2010). Segundo Silva e Powell, "A Enef adota como referência o conceito de Educação Financeira proposto pela OCDE, adaptado, segundo os formuladores, à realidade brasileira" (SILVA, POWELL, 2013, p.10).

A Educação Financeira proposta pela OCDE tem seu foco principal nas finanças pessoais, o que leva a Silva e Powell a afirmar que "no ambiente escolar, o ensino de educação financeira deverá ter como foco finanças pessoas ou haveria algo mais a tratar?" (SILVA, POWELL, 2015, p.19) Outras questões financeiras podem ser tratadas dentro da EF, como a

parte econômica do país, entre outros assuntos ligados à vida em sociedade e não somente voltada apenas para o pessoal.

Baseada em questões colocadas ao estudar a proposta da OCDE, da ENEF e da Educação Financeira em outros países Silva e Powell constroem um currículo de Educação Financeira para a Educação Básica. E para essa construção, se perguntam inicialmente O que seria um estudante educado financeiramente? abordando a seguinte resposta:

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) Desenvolver uma leitura crítica das informações financeiras veiculadas na

sociedade (SILVA, POWELL, 2013, p.13)

A Educação Financeira nesta proposta está voltada para o estudante e para o âmbito escolar. Silva e Powell caracterizam a Educação Financeira escolar da seguinte forma:

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 envolvam sua vida pessoal, familiar e da sociedade em que vivem. (SILVA, POWELL, 2013, p. 13)

Esta caracterização de Educação Financeira Escolar, difere da concepção da OCDE para Educação Financeira pelo fato dela priorizar uma educação financeira para consumidores melhorarem a compreensão de questões financeiras ligada apenas às finanças pessoas. A Educação Financeira Escolar tem como objetivo desenvolver o pensamento financeiro dos estudantes, de forma que a compreensão financeira deles não seja apenas de finanças pessoais, mas que envolva outras questões, como economia e finanças ligadas a vida familiar e a sociedade na qual se vive.

A estrutura curricular proposta por Silva e Powell (2013) considera três dimensões, a pessoal centrada nas finanças pessoais, a familiar que foca na vida financeira familiar e a social com ênfase em questões financeiras presentes na sociedade. Há também quatro eixos norteadores no currículo, que são: 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; e IV – As dimensões sociais, econômicas, políticas, culturais, e psicológicas que envolvem a Educação Financeira.

A Educação Financeira possui muitos temas atuais de estudo e que fazem parte do cotidiano da sociedade em que vivemos. Estes temas podem ser desenvolvidos com estudantes da Educação Básica, para que eles desenvolvam uma compreensão e uma postura crítica frente a questões financeiras pessoais, familiar e sociais.

Este capítulo traz todas as pesquisas relacionadas a Educação Financeira já defendidas e as que estão em andamento do Núcleo de Investigação, Divulgação e Estudos em Educação Matemática (NIDEEM). O grupo de pesquisa NIDEEM, conta com professores de Matemática, discentes da Licenciatura em Matemática e do Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática da Universidade Federal de Juiz de Fora. Entre esses trabalhos serão detalhadas as pesquisas ligadas ao consumismo.

O quadro abaixo apresenta pesquisas ligadas a Educação Financeira realizadas por membros do Núcleo de Pesquisa NIDEEM, temos pesquisas concluídas e as que estão em andamento.

Quadro 1: Dissertações desenvolvidas pelo grupo de pesquisa

Título	Ano	Autor/ Orientador	Produto Educacional – Temáticas
Uma Investigação sobre Educação Financeira na Matemática do Ensino Fundamental	2012	Marcelo Bergamini Campos / Amarildo Melchiades da Silva	Poupança. Aumento de renda. Orçamento.
Design de Tarefas de Educação Financeira para o 6º Ano do Ensino Fundamental	2013	Luciana Aparecida Borges Losano / Amarildo Melchiades da Silva	O que é dinheiro? Orçamento pessoal. Orçamento familiar
Educação Financeira e Educação Matemática: a inflação de preços	2014	Marcio Carlos Vital Campos / Amarildo Melchiades da Silva	Inflação de preços: o que é? Quais são as causas e suas consequências?
Objetos de Aprendizagem como Recurso Educacional Digital para Educação Financeira Escolar: Análise e Avaliação	2014	Gisele Barbosa/ Lianara Scortegagna	Manual para utilização de objetos de aprendizagem.
Educação Financeira Escolar para Estudantes com Deficiência Visual	2014	Glauco Henrique Oliveira Santos / Amarildo melchiades da Silva	Introdução do professor no "mundo" do deficiente visual.
Educação Financeira Escolar: Orçamento Familiar	2014	Raquel Carvalho Gravina/ Amarildo Melchiades da Silva	Orçamento familiar.
Educação Financeira Escolar: a noção de juros	2015	Jesus Nazareno Martins Dias/ Amarildo Melchiades da Silva	Noção de juros. O que é juros?
Educação Financeira Escolar: Planejamento Financeiro	2015	Gláucia Sabadini Barbosa/ Amarildo Melchiades da Silva	Planejamento financeiro pessoal. Planejamento financeiro familiar.
Design e Desenvolvimento de um Curso de Formação Continuada de Professores em Educação Financeira Escolar	2015	Andrea Stambassi Souza/ Amarildo Melchiades da Silva	Proposta de um curso de formação de professores na modalidade de Pós-Graduação lato sensu em Educação Financeira Escolar
MOOC na Educação Financeira: análise e proposta de desenvolvimento	2016	Luis Felipe da Silveira/ Lianara Scortegagna	Curso na modalidade MOOC. Inflação.
Educação Financeira Escolar: os riscos e as armadilhas presentes no comércio, na sociedade e consumidores	2017	Vivian Helena Brion da Costa Silva/ Amarildo Melchiades da Silva	Armadilhas. Consumismo.
Educação Financeira e Educação Matemática tratando de inflação de preços no Ensino Médio	2017	Leandro Gonçalves Santos/Amarildo Melchiades da Silva	Inflação de preços.
Educação Financeira Escolar: as armadilhas presentes na mídia infundindo o consumismo	2017	Katyane Anastácia Samoglia Costa Capichoni Massante/ Amarildo Melchiades da Silva	Marketing e Mídia. Armadilhas. Consumismo.
Educação Financeira Escolar com mobilidade: análise da tomada de decisão de alunos que estudam com dispositivos móveis pessoais.	Em andamento	Fausto Daniel Alves Fernandes / Lianara Scortegagna	Em construção
O papel da tecnologia da informação e comunicação no ensino de Educação Financeira Escolar.	Em andamento	Alex Machado Leite / Lianara Scortegagna	Simulador de juros
Educação Financeira Escolar: A Noção de Juros no Ensino Médio.	Em andamento	Camila de Almeida Franco/ Amarildo Melchiades da Silva	Em construção
A Produção de Projetos de Educação Financeira para a sala de aula de Matemática.	Em andamento	Roberta Gualberto Ferreira/ Amarildo Melchiades da Silva	Projetos de educação financeira.
Educação Financeira e Educação Estatística: Inflação como tema de ensino aprendizagem.	Em andamento	Tamara Lamas Müller/ Ronaldo Rocha Bastos	Inflação de Preços. Estatística.

Fonte: Site do Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática da UFJF (www.ufjf.br/mestradoedumat)

Entre as pesquisas acima, identificamos aquelas que estão ligadas ao tema consumismo, sendo as seguintes: Educação Financeira Escolar: os riscos e as armadilhas presentes no comércio, na sociedade de consumidores de Vivian Helena Brion da Costa Silva e Educação Financeira Escolar: as armadilhas presentes na mídia induzindo o consumismo de Katyane Anastácia Samoglia Costa Capichoni Massante.

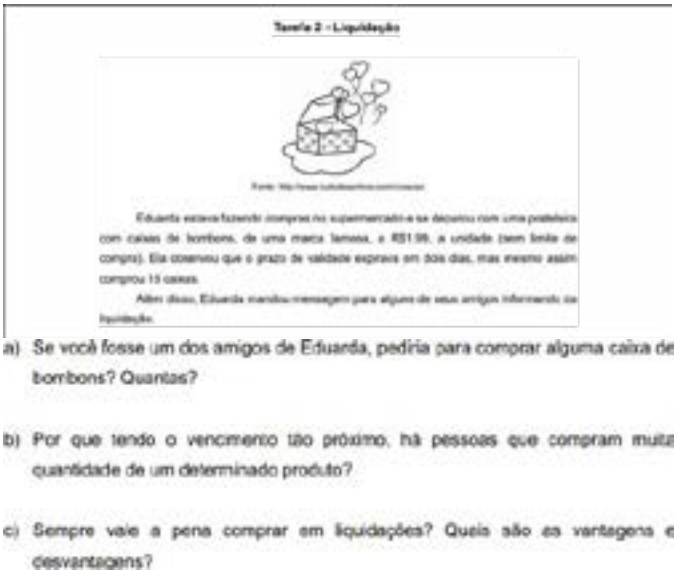
A primeira pesquisa, Educação Financeira Escolar: os riscos e as armadilhas presentes no comércio, na sociedade de consumidores, a proposta desta foi a construção de um conjunto de tarefas que teve como objetivo estimular alunos do 2º ano do Ensino Médio a refletirem sobre as armadilhas presente no comércio. O problema da pesquisa foi "investigar a produção de um conjunto de tarefas, referenciadas teoricamente, sobre os riscos e as armadilhas presentes no comércio, influenciando o consumismo das pessoas na sociedade de consumidores".

A pesquisa possui uma abordagem qualitativa, buscando compreender os significados produzidos pelos alunos para as tarefas propostas. A pesquisa de campo ocorreu com duas alunas do 2º ano do Ensino Médio de uma escola pública de Juiz de Fora. Durante a resolução e discussão das tarefas foi utilizado a videografia e a gravação de áudio. O Modelo dos Campos Semânticos de Romulo Lins, foi a base teórica da pesquisa, apoiando a elaboração das tarefas, a pesquisa de campo e a analise da produção de significados.

O produto educacional é constituído pelo conjunto de tarefas, sendo nove tarefas abordando armadilhas do comércio na sociedade de consumidores, no decorrer deste trabalho apresento algumas, as outras estão disponibilizadas no produto educacional que pode ser encontrado no Site do Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática da UFJF. A primeira tarefa é denominada O comércio e seus atrativos, esta é uma tarefa disparadora que tem como objetivo estimular os alunos a falar sobre as compras e refletir sobre as consequências e os lugares que compramos a partir de um relato de uma situação que ocorreu dentro de um shopping center.

A segunda tarefa tem como tema liquidação, na qual tem uma situação destacada, que leva os alunos a refletir sobre o que pode estar por trás da liquidação.

Figura 4: Tarefa 2 da pesquisa de Silva


Tarefa 2 - Liquidação

a) Se você fosse um dos amigos de Eduarda, pediria para comprar alguma caixa de bombons? Quantas?

b) Por que tendo o vencimento tão próximo, há pessoas que compram muita quantidade de um determinado produto?

c) Sempre vale a pena comprar em liquidações? Quais são as vantagens e desvantagens?

Fonte:http://www.ufjf.br/mestradoedumat/files/2011/09/Produto-Educacional-Vivian-2017.pdf

A terceira tarefa aborda descontos falsos, traz um anúncio e leva o aluno a refletir sobre o desconto ser ou não exatamente o que ele leu e compreendeu. A

tarefa quatro traz a Black Friday que é um tema que muitas pessoas discutem sobre os preços estarem ou não abaixo do preço e as armadilhas que estão por traz desta data.

A quinta tarefa é nomeada como A ilusão dos ...,99 que aborda uma estratégia do comércio de levar os consumidores a pensar que estão pagando mais barato, sendo que a maioria dos comércios nem devolvem o 0,01 de troco

Figura 5: Tarefa 5 da pesquisa de Silva



Fonte:http://www.ufjf.br/mestradoedumat/files/2011/09/Produto-Educacional-Vivian-2017.pdf

A tarefa seis aborda a garantia estendida para levar os alunos a refletirem sobre essa garantia que é oferecida pelo comércio. A tarefa sete tem como tema a venda

casada, que está muito presente em redes de fastfood, através de uma situação deste tipo de venda os alunos são levados a refletir sobre o assunto.

A tarefa oito aborda compras no supermercado, trazendo para os alunos algumas das armadilhas que estão no supermercado que nos fazem comprar mais e as vezes até sem a necessidade. E a última tarefa traz a temática da compra à vista ou a prazo, que leva o aluno a refletir sobre qual a opção é mais vantajosa para a situação proposta a eles.

A autora fez uma análise da produção de significados dos alunos para cada uma das nove tarefas propostas, após a analise ela afirma que “nossos sujeitos de pesquisa, mostraramse surpreendidas com as armadilhas, dizendo que as tarefas ajudaram elas a pensarem sobre esse tema.” (SILVA, 2017, p. 126)

A segunda pesquisa, Educação Financeira Escolar: as armadilhas presentes na mídia induzindo o consumismo teve como proposta a produção de um conjunto de tarefas sobre as armadilhas presentes no mercado e na mídia, referenciadas teoricamente. Este conjunto de tarefas foi desenvolvido para serem trabalhadas com alunos do segundo ano do Ensino Médio, tendo como objetivo levar os alunos a refletirem sobre os apelos da mídia para o consumo.

A pesquisa é caracterizada como uma pesquisa qualitativa, e possui uma pesquisa de campo que foi realizada com quatro alunos do segundo ano do Ensino Médio de uma escola estadual da cidade de Juiz de Fora, Minas Gerais. O foco de Massante (2017) “foi a produção de significados dos estudantes a partir de suas enunciações para a avaliação das potencialidades das tarefas para uso posterior em sala de aula.” (MASSANTE,2017, p.43) Para a análise da produção de significados dos alunos a autora teve como base teóri-

ca o Modelo dos Campos Semânticos.

O produto educacional nesta pesquisa também é constituído por cinco das seis tarefas desenvolvidos durante a pesquisa envolvendo as armadilhas presentes na mídia e no mercado a partir de estratégias do marketing. Na pesquisa de campo ela levou 6 tarefas. A primeira tarefa foi nomeada de: Ninguém nos conhece tão bem quanto nossa mãe, certo? tendo como objetivo levar o aluno a discutir sobre as armadilhas presentes nas estratégias de marketing, abordado o assunto database.

Figura 6: Tarefa 1 da pesquisa de Massante



Tarefa 1- Ninguém nos conhece tão bem quanto nossa mãe, certo?

Leia o texto e responda as perguntas.

Ninguém nos conhece tão bem quanto nossa mãe, certo? Mas por acaso ela sabe quantas cuecas você tem? A *Jockey Internacional* sabe. Sua mãe sabe quantos cubos de gelo você coloca em um copo? A *Coca-Cola* sabe. Sua mãe sabe quais biscoitos normalmente você come primeiro, se os quebrados ou os inteiros? Tente fazer esta pergunta à *Frito-Lay*. Grandes empresas conhecem 'o quê', o 'onde', o 'como' e o 'quando' das necessidades, dos desejos e das demandas de seus clientes. Elas sabem tudo sobre nós- coisas que nem nós mesmos sabemos. Para os profissionais de marketing, isso não é uma busca sem importância. Para eles, saber tudo sobre a necessidade de seus clientes é a pedra fundamental para fazer um marketing eficaz. Muitas empresas pesquisam detalhadamente sobre nós e acumulam montanhas de informações.

Por exemplo: a *Coca-Cola* sabe que os norte-americanos colocam 3,2 cubos de gelo em um copo, que assistem 60 dos seus comerciais todo ano e que preferem que as latas nas máquinas de vendas estejam a uma temperatura de 2 graus. (...)

Assim, muitas grandes empresas possuem respostas para todas as perguntas acerca da demanda de seus clientes, envolvendo o quê, onde, quando e como. Fato aparentemente sem importância acabam se encaixando rapidamente e oferecem uma importante base para o desenvolvimento de estratégias de marketing. Mas, para influenciar a demanda os profissionais de marketing precisam responder uma última pergunta: além de conhecer os desejos e as motivações de demanda, eles precisam conhecer os porquês- o que nos leva a desejar as coisas que compramos? E essa é pergunta mais difícil de ser respondida.

Fonte: KOTLER, P. e ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 2003. p 5.

Perguntas:

a) Você já tinha se dado conta desse fato apresentado pelo texto?

b) Quais são as consequências das empresas nos conhecerem tão bem?

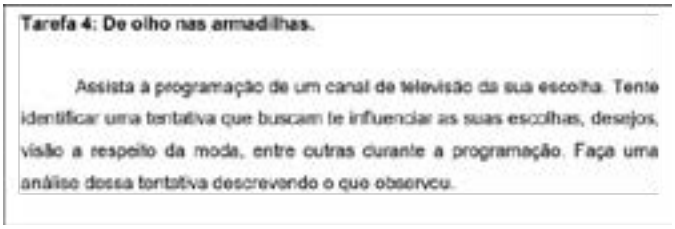
c) Você acha que isto pode nos levar a consumir mais do que deveríamos?

Fonte:http://www.ufjf.br/mestradoedumat/files/2011/09/produto-educacional-Katyane.pdf

A segunda tarefa é Vaidade ou Necessidade? nesta é abordado dois textos que dissertam sobre um produto de beleza que estimula o crescimento de cílios. O objetivo é que o aluno reflita do uso continuo de um produto e do gasto anual com tais produtos. A terceira, Propaganda e Produto, trazendo o Merchandising tendo como objetivo avaliar como que as personalidades vinculadas a produtos influenciam pessoas ao consumo.

Na quarta nomeada, De olho nas armadilhas, é um exercício de reflexão proposto para ser realizado em casa, assistindo um canal de televisão, buscando as armadilhas da mídia para o consumo que estão presentes durante a programação.

Figura 7: Tarefa 4 da pesquisa de Massante



Tarefa 4: De olho nas armadilhas.

Assista à programação de um canal de televisão da sua escolha. Tente identificar uma tentativa que buscam te influenciar as suas escolhas, desejos, visão a respeito da moda, entre outras durante a programação. Faça uma análise dessa tentativa descrevendo o que observou.

Fonte:http://www.ufjf.br/mestradoedumat/files/2011/09/produto-educacional-Katyane.pdf

A quinta tarefa, foi excluída do trabalho após ser levada a campo. E a última, As armadilhas estão na moda tem como objetivo refletir sobre o merchandising de ideias, a produção de lixo, o lucro das empresas e as tendências da moda.

Massante afirma que o "estudo revelou que as armadilhas, possuem certas características que podem potencializar sua importância e que devem ser observadas quando da discussão do tema em sala de aula" (MASSANTE, 2017, p.89) e "as tarefas despertaram a atenção dos estudantes para as questões de influenciam o consumismo." (MASSANTE, 2017, p. 90)

As duas pesquisas foram desenvolvidas dentro de um mesmo projeto intitulado por “Design e Desenvolvimento de um Programa de Educação Financeira para a formação de

Estudantes e Professores da Educação Básica”, que tem por objetivo desenvolver um currículo de Educação Financeira Escolar. Todas as tarefas propostas pelas pesquisadoras encontram-se em seus respectivos produtos educacionais que estão disponibilizados no site do Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A temática da Educação Financeira é um assunto que, no Brasil, está sendo implementado nas escolas e um assunto em pesquisa na área de Educação Matemática.

O consumismo é um dos temas que vem sendo tratado pelos pesquisadores dentro dois mais diversos grupos de estudos. Este, se mostra importante dentro da Educação Financeira, pelo fato de ser algo que faz parte da vida da maioria das pessoas, o incentivo a consumir está presente na mídia, entre grupos de amigos e em diversos momentos do nosso dia a dia. Desta forma incentivar os alunos a refletirem sobre o assunto, os leva a construir um pensamento crítico e a pensar sobre algumas situações que lhes são impostas.

As pesquisas realizadas pelas duas autoras citadas na revisão de literatura, afirmam que os alunos se sentiram interessados pelo tema e que estão dispostos a discuti-lo e refletir sobre os acontecimentos diários que a mídia e a sociedade que vivemos nos impõe. As duas autoras disponibilizaram um conjunto de tarefas para que outros professores possam levar para suas salas de aula, e discutir com seus alunos sobre o consumo, por intermédio das armadilhas presentes no comércio e na mídia.

Trabalhar estes assuntos em sala de aula, pode levar os alunos a desenvolverem uma postura crítica frente a situações que estimulam o consumo em excesso ou o consumo que te faz pertencer a sociedade, como exemplo discutir sobre as propagandas, o marketing, aos estilos de vida que as pessoas a sua volta propõem. É de grande importância, para que nós e os alunos possamos agir de forma consciente frente a situações de armadilhas do comércio e da mídia, mesmo que em algumas vezes se consuma coisas desnecessárias para o momento ou consuma algo para se sentir pertencente ao seu grupo.

O número de pesquisas voltadas para o ensino nas escolas que envolve o é pequeno. Acreditamos que este tema deva ser levado a sala de aula pela importância dele para a vida de nossos alunos e para toda sociedade. Estamos inseridos em uma sociedade de consumidores, na qual somos bombardeados por novos produtos a cada dia, somos influenciados pela mídia que está presente no dia a dia da população e para fazer de alguns grupos sociais você precisa ter determinados produtos. Dessa forma discutir tal tema na escola é de extrema relevância para que possamos levar os alunos a refletirem sobre o consumismo que muitas vezes nos é imposto e o fazemos sem a verdadeira necessidade de consumir o determinado produto ou serviço naquele