Educação Financeira

EAD - Formação Continuada IBS

Instituto BRASIL SOLIDÁRIO

- Fascículo 3 -

PDE Programa de Desenvolvimento da Educação

Educação Financeira na fase infantojuvenil

- ✓ **Temas Contemporâneos Transversais**
- ✓ **Transdisciplinaridade e BNCC**
- ✓ **Economia, Trabalho e Educação Fiscal**
- ✓ **Ampliação de possibilidades pedagógicas e muito mais!**

> Jamais gaste seu dinheiro antes de possuí-lo.
>
> **Thomas Jefferson**

Introdução

A formação financeira do indivíduo deve ser iniciada com a máxima brevidade possível e deve ser trabalhada de forma contínua, sendo assim, precisa haver a conscientização de todos os que se relacionam com o indivíduo, desde a sua infância, a respeito dessa responsabilidade.

A educação financeira deve acontecer de forma integrada e complementar nos ambientes escolar e familiar se possível até com estratégias em conjunto, respeitando logicamente a capacidade e os limites potenciais de aprendizado, devido à faixa etária do indivíduo.

Os ensinamentos financeiros podem ser ótimos motivadores para aprendizagem de conteúdos de outras disciplinas formais, devendo valorizar ainda mais o papel da educação escolar.

Iniciação financeira infantil

A importância da iniciação antecipada

A conscientização financeira orientada e positiva deve ser iniciada com a máxima brevidade possível, a partir do nascimento do indivíduo, por diversos motivos, dentre os quais precisamos citar:

• **Nenhum indivíduo nasce consumista**: tendo como parâmetro que a principal causa dos problemas financeiros pessoais e familiares é o consumo incompatível com suas rendas, esse comportamento não deve ser incentivado e até mesmo, reprovado.

• **Formação da personalidade**: Segundo estudos recentes da Neurociência, é na fase chamada de Primeira Infância, dos 0 aos 6 anos de idade, que os alicerces de nossas competências e habilidades emocionais são estabelecidos ou seja, até os 5 anos de idade, nosso cérebro constrói a base de importantes valores a partir de nosso relacionamento com a família, a escola e a sociedade. Especialistas afirmam que as experiências e estímulos proporcionados nessa fase, têm grande reflexo em nosso comportamento futuro e nas capacidades necessárias para alcançarmos conquistas em nossa vida. Nessa fase, qualquer som, visão, gosto, movimento ou sensação são novidades para a criança, gerando assim... CURIOSIDADE, a qual é um fator motivacional importante para a aprendizagem, em qualquer fase de nossas vidas. Sendo assim, na Primeira Infância em especial, a criança apresenta uma pré-disposição natural para o aprender, mesmo nos momentos em que não haja alguém necessariamente ensinando de forma intencional.

Por essas razões, todos os adultos devem se esforçar em manter comportamentos positivos, principalmente na presença de crianças, visto que essas ações serão vistas por elas como modelos comportamentais a serem seguidos.

É preciso, portanto, oferecer às crianças atenção, bons modelos comportamentais, ambiente familiar estável e vivências em estruturas sociais confiáveis, a fim de estimular e desenvolver seus valores de forma positiva à sua formação como indivíduo.

Abordagens importantes na educação financeira infantil

Durante a fase infantil, 0 a 10 anos, os conteúdos relacionados às diversas educações, tais como financeira, ambiental, etc., se complementam de forma muito positiva aos aprendizados formais, como reconhecimento dos números, das quantidades, operações matemáticas básicas e compreensão de mensagens textuais ou audiovisuais.

Nesse período de vida, os indivíduos geralmente têm uma tendência maior à empatia, demonstrando um grau maior de preocupação com o próximo e com o meio em que vive, o que se mostra muito positivo ao processo de educação no geral. Sendo assim, o foco principal deve ser em despertar a reflexão sobre os valores, a fim de que os conceitos formados não se restrinjam apenas aos fatores materiais.

No entanto, nos atendo à linha do curso, podemos sugerir algumas ações, dependendo da faixa etária:

De 1 a 2 anos de idade: parece exagero se preocupar com ensinamentos financeiros nessa faixa etária mas não é. Logicamente não estamos nos referindo a lições com foco específico no dinheiro mas orientações sobre conservação de objetos, diminuição na quantidade de brinquedos, interação com brinquedos mais simples, podem fazer grande diferença nas compreensões sobre consumo exagerado e desperdício, no futuro.

De 3 a 5 anos de idade: Nessa idade já dá para explicar aos pequenos que é preciso ter dinheiro para comprar coisas e que a obtenção desse não é tão simples, por essa razão a decisão de comprar também não pode ser. Também é o ponto ideal para ensinar que algumas vezes é necessário saber esperar para conseguir alguma. A ideia do cofrinho é ótima para dar aos bem pequenos as primeiras noções de economia. Com o cofrinho, a criança aprende que, poupando, pode atingir um objetivo (que pode ser comprar as figurinhas, o lanche, um sorvete, um brinquedo novo). E o que é melhor: ela é quem irá ter controle do seu dinheiro (cabe a ela a decisão de quebrar o cofrinho ou guardar para ter mais). O cofrinho transparente facilita essa observação.

De 6 a 8 anos de idade: Nessa faixa etária está na hora de ensinar à criança que existem coisas mais necessárias do que outras, que as coisas têm um custo financeiro que é expresso através do preço, quanto as coisas custam, como fazer escolhas e a importância de poupar dinheiro para poder comprar o necessário, sempre que preciso. Também é hora de se exercitar as operações e movimentações financeiras básicas como compra, pagamento e troco.

De 9 a 10 anos de idade: Nesta fase pode-se explicar a relação de trabalho X dinheiro, os ciclos de recebimentos e gastos financeiros; a importância de usar o dinheiro com consciência, mostrar a diferença entre desejos e necessidades, conversar e tirar dúvidas sobre poupar, gastar, investir e planejar. Além disso, é importante motivar reflexões sobre valores como responsabilidade, comprometimento e também o consumo consciente como uma questão social e ambiental. A criança deve aprender desde cedo que dinheiro não jorra de uma fonte inesgotável, e que, se poupado ao longo de um período, lhe possibilitará a aquisição de algo desejado. É importante que a criança descubra o prazer que há em poupar: conquistar algo com o que sonhamos, principalmente se nos envolvemos nessa conquista.

Observação importante: As ações que citamos acima estão voltadas a ações a serem realizadas em ambiente escolar, o qual é o foco principal de nosso curso, no entanto em se tratando de ambientes familiares, existe uma gama muito maior de ações possíveis e necessárias. É esperado portanto, que em um projeto de Educação Financeira escolar, seja previsto de algumas forma, momentos de interação escola X familiares, a fim de que comportamento financeiros positivos possam ser debatidos em conjunto, pela comunidade educacional.

O risco do marketing direcionado às crianças

Como já vimos, ninguém nasce consumista. O consumismo é um hábito mental forjado que se tornou uma das características culturais mais marcantes da sociedade atual. Não importa o gênero, a faixa etária, a nacionalidade, a crença ou o poder aquisitivo. Hoje, todos que são impactados pelas mídias de massa são estimulados a consumir de modo inconsequente.

As crianças, que vivenciam uma fase de peculiar desenvolvimento e, portanto, mais vulneráveis que os adultos, não ficam fora dessa lógica e infelizmente sofrem cada vez mais cedo com as graves consequências relacionadas aos excessos do consumismo: obesidade infantil, erotização precoce, consumo precoce de tabaco e álcool, estresse familiar, banalização da agressividade e violência, entre outras. Nesse sentido, o consumismo infantil é uma questão urgente, de extrema importância e interesse geral.

De pais e educadores a agentes do mercado global, todos voltam os olhares para a infância – os primeiros preocupados com o futuro das crianças, já os últimos fazem crer que estão preocupados apenas com a ganância de seus negócios. Para o mercado, antes de tudo, a criança é um consumidor em formação, consumidor de hoje e do amanhã, e uma poderosa influência nos processos de escolha de produtos ou serviços. As crianças brasileiras influenciam 80% das decisões de compra de uma família (TNS/InterScience, outubro de 2003). Carros, roupas, alimentos, eletrodomésticos, quase tudo dentro de casa tem por trás o palpite de uma criança, salvo decisões relacionadas a planos de seguro, combustível e produtos de limpeza que têm pouca influência dos pequenos.

No Brasil, a publicidade na TV e na internet são as principais ferramentas do mercado para a persuasão do público infantil, que cada vez mais cedo é chamado a participar do universo adulto quando é diretamente exposto às complexidades das relações de consumo sem que esteja efetivamente preparado para isso.

O filme 'Criança, a Alma do Negócio' fala sobre a exposição excessiva das crianças à publicidade

As crianças são um alvo importante, não apenas porque escolhem o que seus pais compram e são tratadas como consumidores mirins, mas também porque impactadas desde muito jovens tendem a ser mais fiéis a marcas e ao próprio hábito consumista que lhes é praticamente imposto.

Nada, no meio publicitário, é deliberado sem um estudo detalhado. Em 2006, os investimentos publicitários destinados à categoria de produtos infantis foram de R$ 209 milhões(Ibope Monitor, 2005x2006, categorias infantis). No entanto, a publicidade não se dirige às crianças apenas para vender produtos infantis. Elas são assediadas pelo mercado como eficientes promotoras de vendas de produtos direcionados também aos adultos.

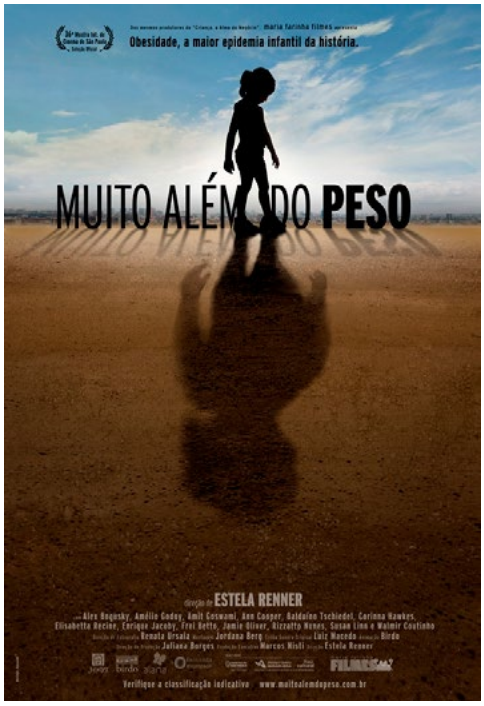
O Ibope Mídia, que anualmente divulga os dados de investimento publicitário no Brasil, constatou que foram movimentados cerca de R$ 112 bilhões em 2013 com publicidade. A televisão permanece a principal mídia utilizada pela publicidade, representando 70% do investimento. Ao cruzar essa informação com o fato de a criança brasileira passar em média cinco horas e 35 minutos por dia assistindo à programação televisiva (Painel Nacional de Televisores, Ibope 2015) é possível imaginar o impacto da publicidade na infância.

Apesar de toda essa força, a publicidade veiculada na televisão é apenas um dos fatores que contribuem para o consumismo infantil. A TNS, instituto de pesquisa que atua em mais de 70 países, divulgou dados em setembro de 2007 que evidenciaram outros fatores que influenciam as crianças brasileiras nas práticas de consumo. Elas sentem-se mais atraídas por produtos e serviços que sejam associados a personagens famosos, brindes, jogos e embalagens chamativas. A opinião dos amigos também foi identificada como uma forte influência.

No âmbito da alimentação, a publicidade é um fator que estimula a disseminação da maior epidemia infantil da história: a obesidade. A pesquisa Targeting Children With Treats (Alvejando crianças com guloseimas, em livre tradução do inglês) de 2013 aponta que as crianças que já têm sobrepeso aumentam em 134% o consumo de alimentos com altos teores de sódio, gorduras trans e saturadas e açúcar, quando expostas à publicidade destes produtos.

O consumismo está relacionado à ideia de devorar, destruir e extinguir. Se agora, tragédias naturais, como queimadas, furacões, inundações gigantescas, enchentes e períodos prolongados de seca, são muito mais comuns e frequentes, é porque a exploração irresponsável do meio ambiente prevaleceu ao longo de décadas.

O consumismo infantil, portanto, é um problema que não está ligado apenas à educação escolar e doméstica. Embora a questão seja tratada quase sempre como algo relacionado à esfera familiar, crianças que aprendem a consumir de forma inconsequente e desenvolvem critérios e valores distorcidos, são de fato um problema de ordem global.



O filme 'Muito Além do Peso' retrata o problema da obesidade infantil do ponto de vista do consumo irrefletido

Compreendendo valores existenciais, emocionais e materiais

Toda e qualquer operação financeira gira em torno de valores, no entanto, a mesma operação envolve valores diferentes, dependendo de alguns parâmetros das partes envolvidas. Essa operação para uns, pode ser considerada barata e justa, para outros, pode ser considerada cara e até absurda.

Mas porque isso acontece?

Simples, cada indivíduo possui um senso de valor particular, o qual impacta no momento da decisão. Além disso, esses valores podem sofrer variações pontuais, dependendo de alguns fatores, tais como:

- **situação existencial**: dependendo da situação existencial que o indivíduo está vivendo, ou sendo obrigado a viver, as prioridades se apresentam de forma diferente. Por exemplo: operações financeiras supérfluas tendem a ser consideradas sem valor e caras, para quem está passando fome.
- **situação financeira**: dependendo do potencial de renda do indivíduo, as operações financeiras podem nem exigir análise, e então ir ao Shopping e comprar diversas coisas não programadas, que portanto não tinham valor nenhum até aquele momento, é natural para ele, por serem consideradas baratas ou acessíveis.
- **consciência financeira**: para um indivíduo mais consciente de seus objetivos financeiros, todo momento de decisão de compra merece uma avaliação mais criteriosa, com base nesses objetivos e relativas metas e sendo assim, alguma coisa de valor e barata, pode ser desinteressante naquele momento.
- **inteligência financeira e/ou empreendedora**: aqueles indivíduos com uma linha de pensamento mais arrojada, e com o devido preparo, claro, verão atração (e valor) em operações que outros não nem parariam para olhar. Destinariam quantias que poderiam ser consideradas altas, por algo sem nenhum aparente valor.

Sendo assim, em se tratando ações de ensino e conscientização de jovens, em ambiente escolar, se faz importante potencializar e solidificar as noções e o senso crítico relacionados a valores, prioridades e oportunidades, através de atividades e até simulações que promovam essas reflexões.

O dinheiro em nossas vidas

Em nossas proposições anteriores, sugerimos que o tema dinheiro já fosse abordado desde a Primeira Infância mas agora, na fase da adolescência, é preciso aprofundar a relação entre indivíduo e dinheiro, identificando desde como ele se origina em nossa história pessoal, para que deve servir, e principalmente, quais os impactos negativos devem ocorrer pela falta desse em nossas existências. Em contraponto às ações da mídia publicitária irresponsável, a educação deve fortalecer a visão de que gastar sem pensar, quase sem nenhuma exceção, é ruim.

De certa forma, parece natural que o dinheiro seja uma presença frequente nos pensamentos de todos nós. Isso acontece porque ele representa segurança e também um meio para conseguir o que precisamos e queremos. Não ter o suficiente significa uma série infinita de aflições, humilhações e privações. Apesar disso, na verdade, nossa obsessão pelo dinheiro tem também alguns aspectos estranhos que revelam características profundas da condição humana moderna.

Para entendermos melhor essa relação, precisamos fazer uma diferenciação entre problemas com dinheiro e preocupações com dinheiro. Os problemas são dificuldades imediatas e diretas, como, por exemplo, não conseguir pagar uma dívida, uma conta ou coisas das quais você realmente precisa em dado momento. As preocupações, por outro lado, podem afetar até mesmo pessoas que têm o suficiente.

Você pode se afligir, por exemplo, por acreditar que não vai ter dinheiro o bastante daqui a cinco ou dez anos; por talvez ter tomado uma decisão ruim há alguns anos, que não o deixou tão tranquilo quanto poderia estar agora; pode se preocupar por (apesar de ter sorte financeiramente) ter gastado muito; por ser financeiramente dependente de seu parceiro (embora ele tenha o bastante para sustentar você); por ter ganhado muito menos dinheiro do que algum colega da faculdade.

Como essas preocupações não têm a ver com dificuldades financeiras reais e urgentes, podem facilmente ser consideradas egoístas ou injustas. De um jeito rígido, podemos ficar tentados a dizer a nós mesmos para cessar com essa autocomiseração e ficar felizes por termos o suficiente para nos mantermos. Podemos acabar não apenas inquietos em relação aos nossos ganhos financeiros mas também nos sentindo culpados por nos preocuparmos tanto com isso. Uma estratégia diferente e mais produtiva é não menosprezar as preocupações, mas levá-las muito a sério – dar a elas nossos melhores pensamentos e atenção. Deveríamos tentar entendê-las melhor, em vez de fingir ignorá-las.

Nós nos preocupamos com dinheiro por vários motivos importantes - que, estranhamente, não são de natureza essencialmente financeira ou econômica. Um dos principais motivos para nos preocuparmos com nossos ganhos é que eles parecem ser - no mundo moderno - uma medida para nosso valor humano, que também pode ser chamado de status social.

A visão de basear nossas decisões financeiras no patamar de status que queremos passar é que, ao invés de nos preocuparmos com nosso bem estar existencial, principalmente a médio e longo prazo, estaremos nos preocupando em apresentar a outros uma imagem, muitas vezes ilusória, de que estamos bem, e até mesmo melhor do que eles, ação essa que tem sido reconhecida, principalmente pelos mais jovens como Ostentação.

É dever de todo educador, inclusive financeiro, salientar que, mesmo que baseada em situação verdadeira, a ostentação não pode ser entendida como positiva enquanto houver pessoas passando fome, por exemplo.

O conhecimento a nosso favor

A fase da adolescência, infelizmente, costuma ser a que mais apresenta desmotivação e desinteresse do indivíduo em relação aos estudos. Muitas pesquisas realizadas demonstraram que a maioria desses jovens não conseguem fazer uma relação de valor entre o conteúdo abordado nas escolas e sua realidade. Nos últimos anos esse desinteresse foi potencializado pelas inúmeras possibilidades concorrentes ao foco escolar, principalmente com o que podemos chamar de movimento da "internet no bolso", através de celulares, que trouxe a eles a impressão de que qualquer informação pode ser acessada, se e quando necessária.

No entanto nós, educadores e principalmente profissionais de ensino sabemos não ser assim. Mas o quê podemos fazer?

Bem, como também já vimos em tópicos anteriores, independentemente de sexo, idade, crenças e nível de estudo, estaremos expostos durante toda nossa existência com situações financeiras, e nos momentos de decisão, quanto mais preparados estivermos, maior a probabilidade favorável para nós. Assim, além da natural importância dos conhecimentos financeiros, temos aqui uma oportunidade de firmar elos entre conteúdos e realidade, baseados em situações que podemos afirmar que deverão acontecer.

Ter raciocínio matemático e compreensão de texto apurados, farão muita diferença em momentos de decisão, de competição e de conquista futura, resultados positivos esses que na maioria das vezes deverá resultar em ganhos financeiros diretos ou indiretos.

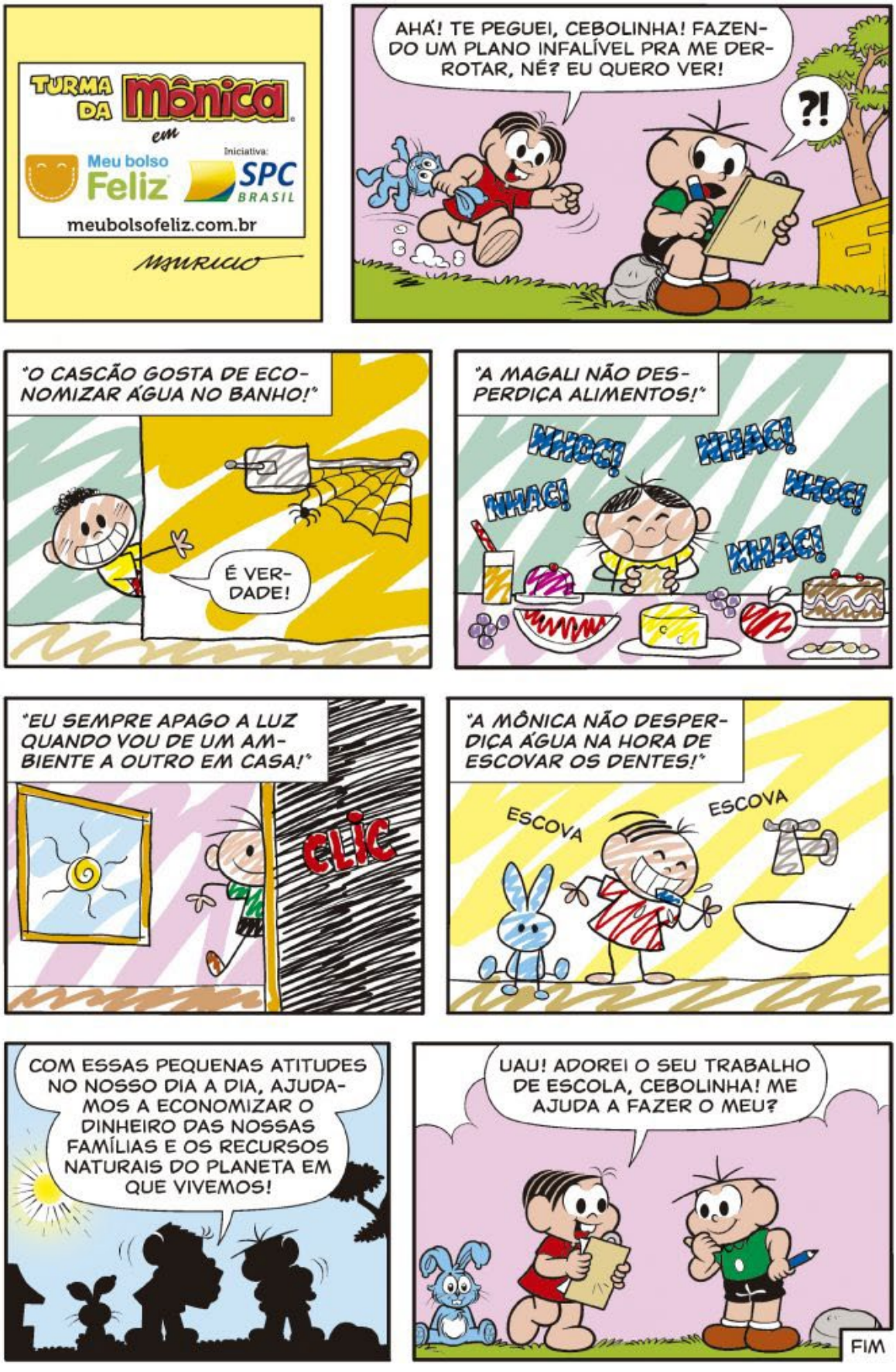
Exercitar o entendimento das progressões aritméticas e geométricas, através taxas de correção e de juros, simular e demonstrar como o dinheiro pode "crescer", costuma despertar interesse em qualquer pessoa.

Interpretar e entender o contexto de mensagens publicitárias, anúncios, contratos, etc., pode fazer grande diferença para que o indivíduo não "caia em armadilhas" e proteja seu dinheiro, que já tenha ou que ainda venha a receber.

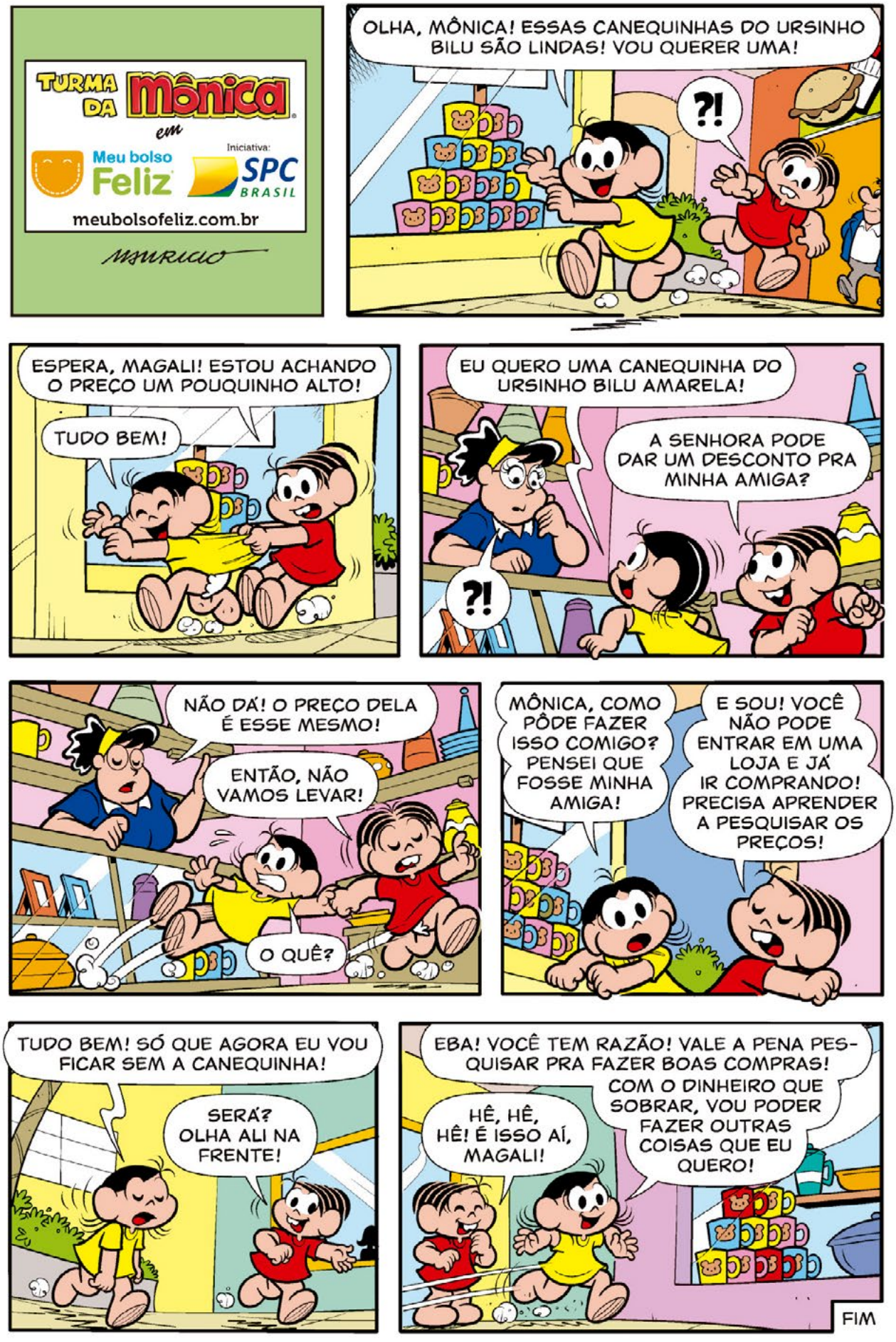
Nesse sentido, a educação financeira, trabalhada de forma transversal, como sempre sugerida, pode também trazer efeitos positivos no que se refere ao interesse e à evasão escolar, assim como na valorização do professor.

ANEXO COMPLEMENTAR

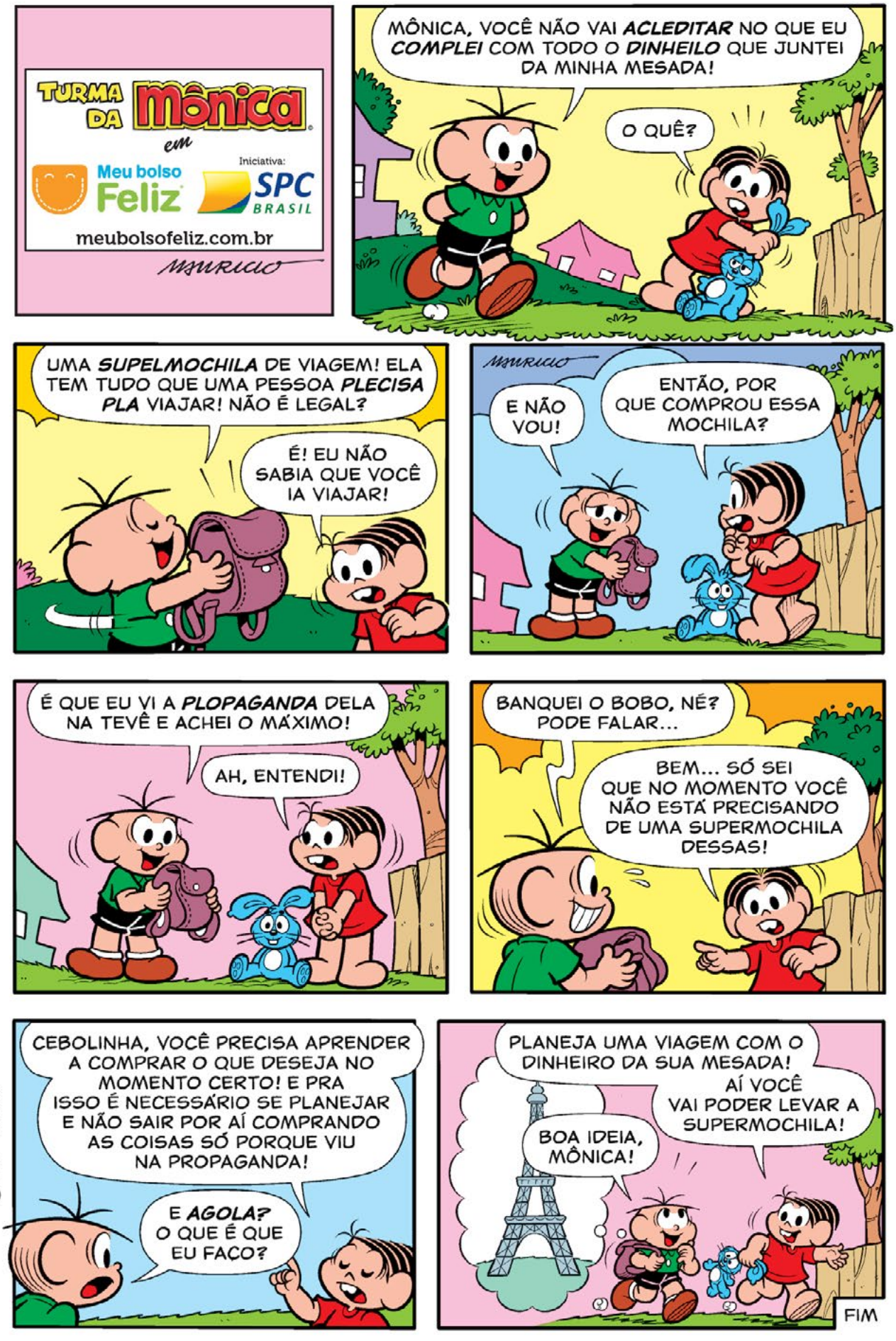
Veja alguns quadrinhos de Mauricio de Sousa sobre Educação Financeira.
Fonte: https://meubolsofeliz.com.br/artigos-do-mauricio-de-souza/



© MSP - BRASIL


TURMA DA Mônica
em
Meu bolso Feliz
Iniciativa:
SPC BRASIL
meubolsofeliz.com.br
MAURICIO
OLHA, MÔNICA! ESSAS CANEQUINHAS DO URSINHO BILU SÃO LINDAS! VOU QUERER UMA!
?!
ESPERA, MAGALI! ESTOU ACHANDO O PREÇO UM POUQUINHO ALTO!
TUDO BEM!
EU QUERO UMA CANEQUINHA DO URSINHO BILU AMARELA!
A SENHORA PODE DAR UM DESCONTO PRA MINHA AMIGA?
?!
NÃO DÁ! O PREÇO DELA É ESSE MESMO!
ENTÃO, NÃO VAMOS LEVAR!
O QUÊ?
MÔNICA, COMO PÔDE FAZER ISSO COMIGO? PENSEI QUE FOSSE MINHA AMIGA!
E SOU! VOCÊ NÃO PODE ENTRAR EM UMA LOJA E JÁ IR COMPRANDO! PRECISA APRENDER A PESQUISAR OS PREÇOS!
TUDO BEM! SÓ QUE AGORA EU VOU FICAR SEM A CANEQUINHA!
SERÁ? OLHA ALI NA FRENTE!
EBA! VOCÊ TEM RAZÃO! VALE A PENA PESQUISAR PRA FAZER BOAS COMPRAS!
HÊ, HÊ, HÊ! É ISSO AÍ, MAGALI!
COM O DINHEIRO QUE SOBRAR, VOU PODER FAZER OUTRAS COISAS QUE EU QUERO!
FIM

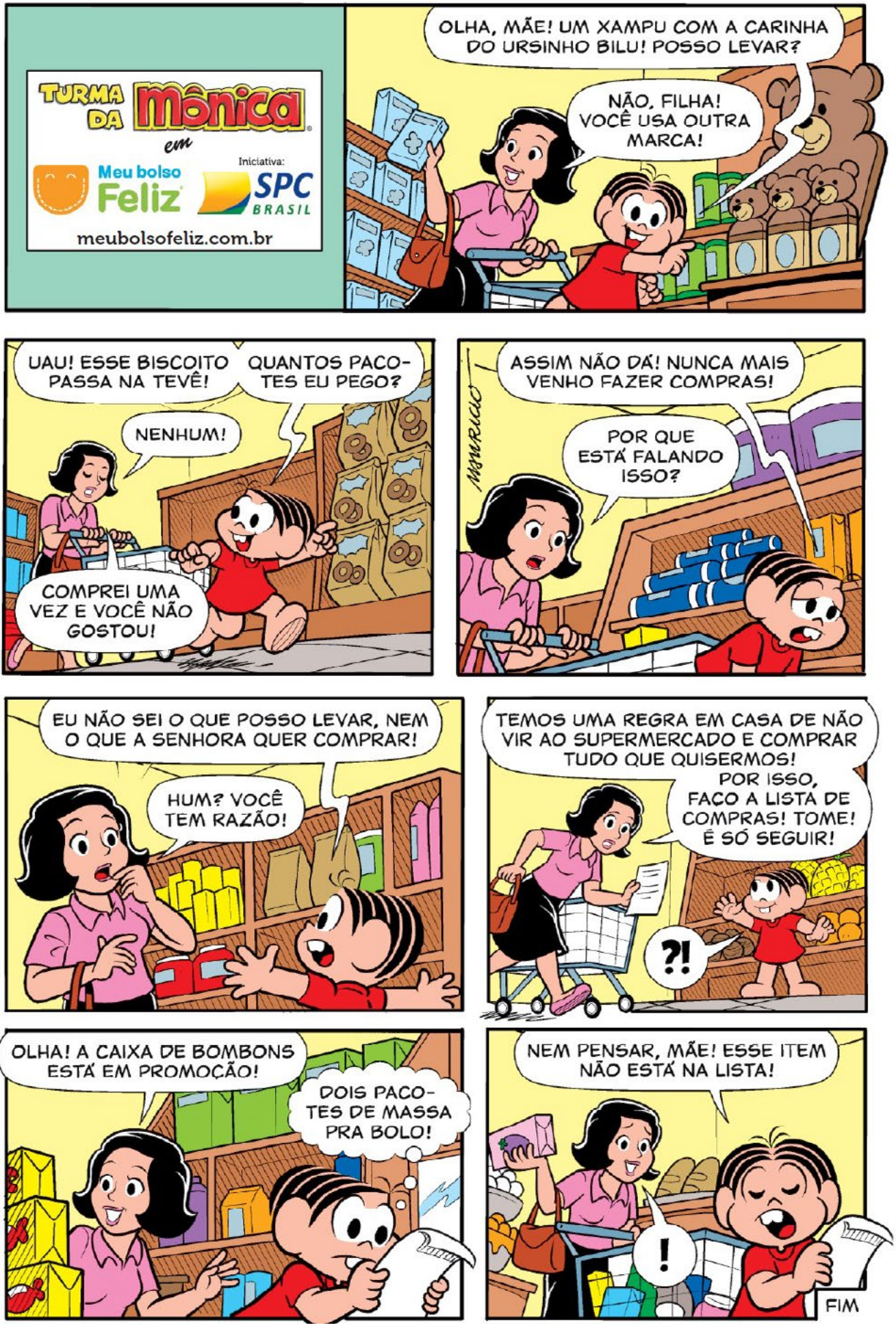
© MSP - BRASIL


TURMA DA Mônica
em
Meu bolso Feliz
Iniciativa:
SPC BRASIL
meubolsofeliz.com.br
MAURICIO
MÔNICA, VOCÊ NÃO VAI ACLEDITAR NO QUE EU COMPLEI COM TODO O DINHEILO QUE JUNTEI DA MINHA MESADA!
O QUÊ?
UMA SUPELMOCHILA DE VIAGEM! ELA TEM TUDO QUE UMA PESSOA PLECISA PLA VIAJAR! NÃO É LEGAL?
É! EU NÃO SABIA QUE VOCÊ IA VIAJAR!
MAURICIO
E NÃO VOU!
ENTÃO, POR QUE COMPROU ESSA MOCHILA?
É QUE EU VI A PLOPAGANDA DELA NA TEVÊ E ACHEI O MÁXIMO!
AH, ENTENDI!
BANQUEI O BOBO, NÉ? PODE FALAR...
BEM... SÓ SEI QUE NO MOMENTO VOCÊ NÃO ESTÁ PRECISANDO DE UMA SUPERMOCHILA DESSAS!
CEBOLINHA, VOCÊ PRECISA APRENDER A COMPRAR O QUE DESEJA NO MOMENTO CERTO! E PRA ISSO É NECESSÁRIO SE PLANEJAR E NÃO SAIR POR AÍ COMPRANDO AS COISAS SÓ PORQUE VIU NA PROPAGANDA!
E AGOLA? O QUE É QUE EU FAÇO?
PLANEJA UMA VIAGEM COM O DINHEIRO DA SUA MESADA!
AÍ VOCÊ VAI PODER LEVAR A SUPERMOCHILA!
BOA IDEIA, MÔNICA!
FIM

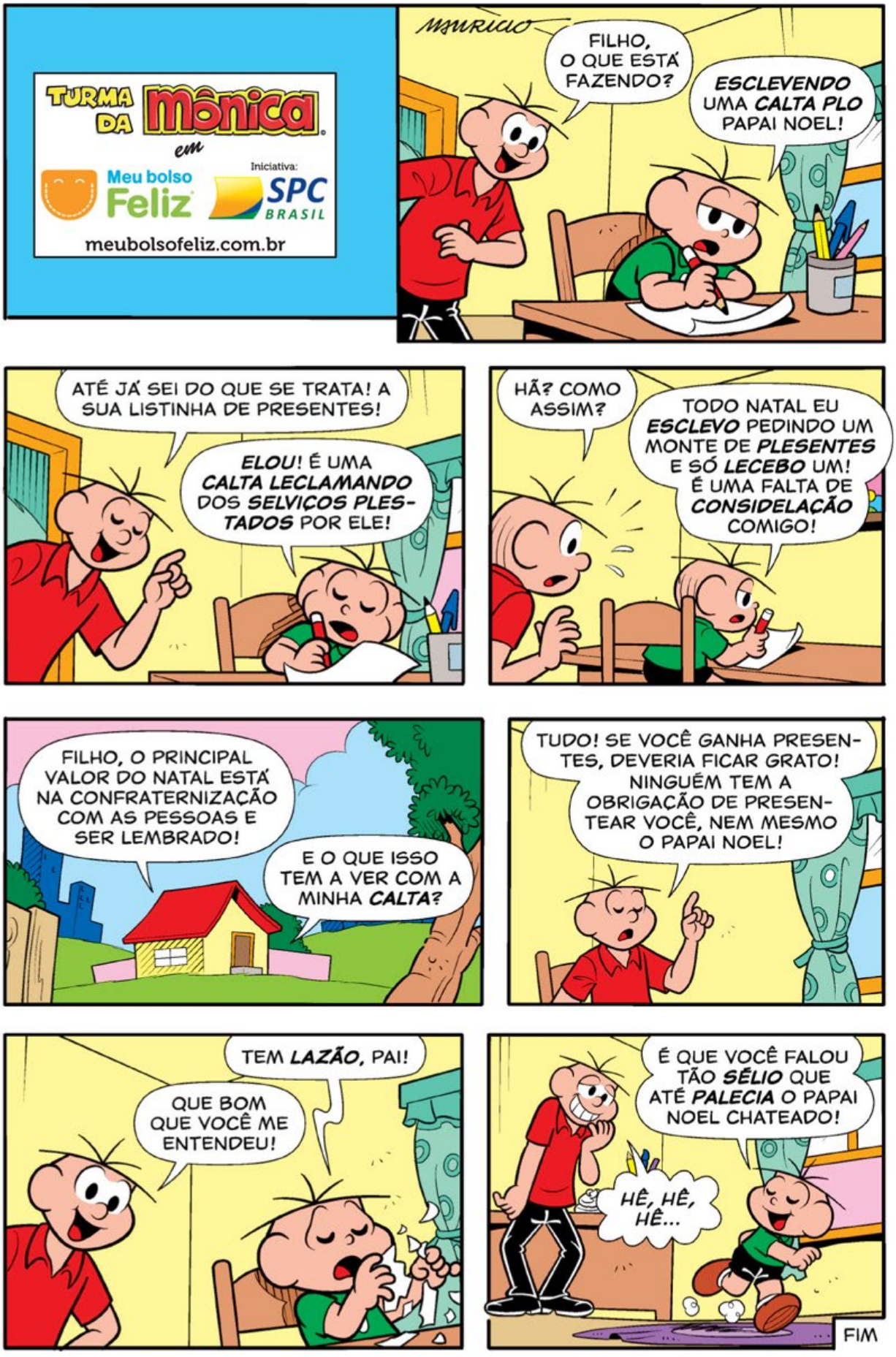
© MSP - BRASIL

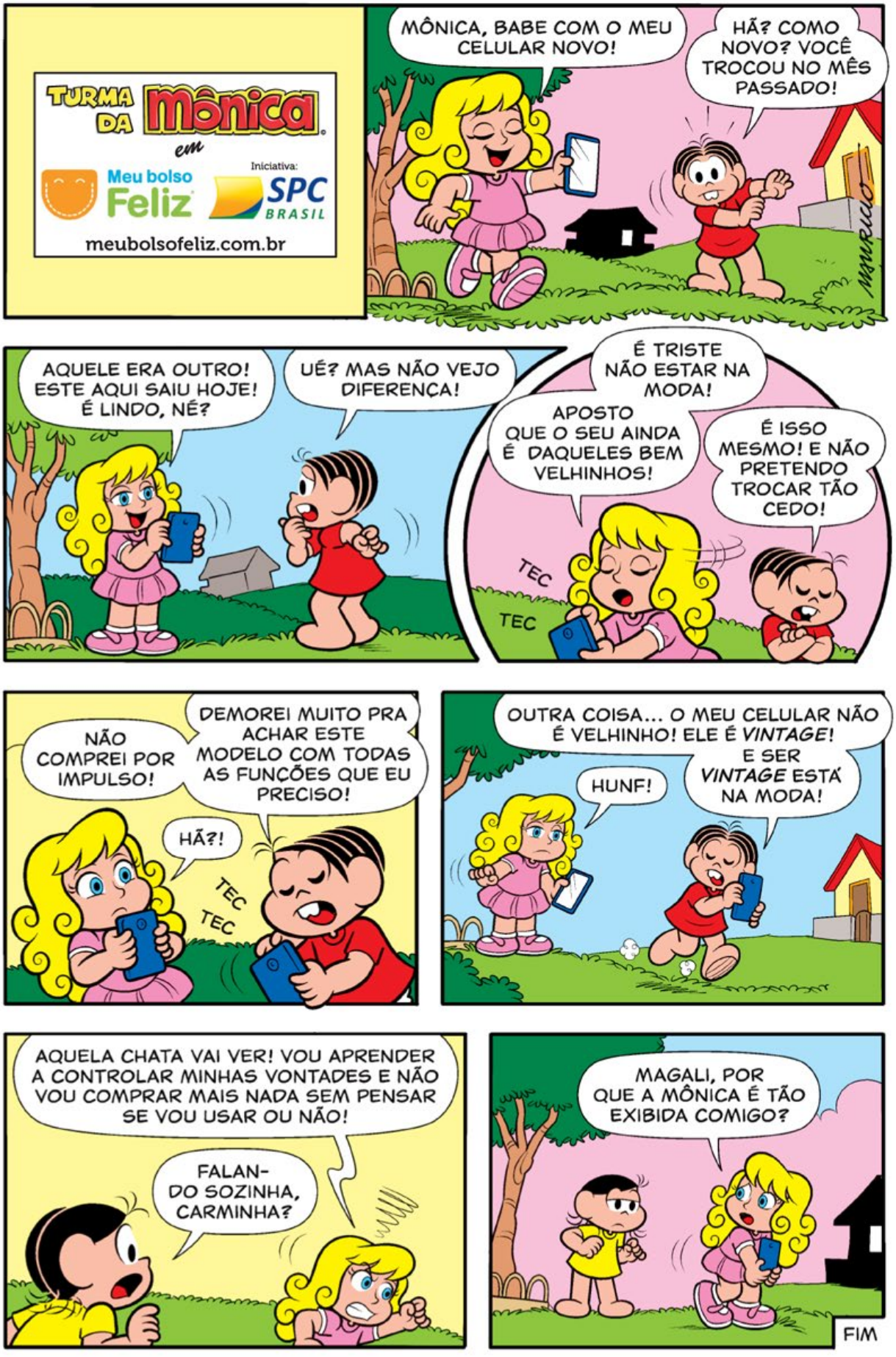
TURMA DA MÔNICA
em
Meu bolso Feliz
Iniciativa:
SPC BRASIL
meubolsofeliz.com.br
MAURICIO
AMEI ESTA BOLSINHA!
E EU, A TIARA!
VAI LEVAR O QUÊ, MÔNICA?
NADA!
COMO ASSIM?
E ESTÃO SUPER-BARATOS!
ESTES PRODUTOS SÃO DE MARCA!
EU NÃO ACHO!
HUM... VAMOS PAGAR E IR EMBORA!
AI, AMIGA! COMO VOCÊ É PÃO-DURA!
?!
APOSTO QUE VOCÊ AINDA VAI SE ARREPENDER DE NÃO TER COMPRADO NADA!
DEIXA ELA, DENISE!
QUE TAL A GENTE FAZER UM LANCHINHO?
BOA IDEIA!
NÃO DÁ! O MEU DINHEIRO ACABOU!
O MEU TAMBÉM!
NÃO SE PREOCUPEM COM ISSO!
EU PAGO O LANCHE DE VOCÊS!
HÃ?!
HÃ?!
O QUE EU GOSTO NA MÔNICA É QUE ELA NUNCA SE INFLUENCIA POR NINGUÉM!
É VERDADE! ELA SÓ FAZ O QUE QUER!
DESCULPA EU TER CHAMADO VOCÊ DE PÃO-DURA!
ESQUECE! CHOMP! CHOMP!
FIM

© MSP - BRASIL


TURMA DA Mônica
em
Meu bolso Feliz
Iniciativa:
SPC BRASIL
meubolsofeliz.com.br
OLHA, MÃE! UM XAMPU COM A CARINHA DO URSINHO BILU! POSSO LEVAR?
NÃO, FILHA! VOCÊ USA OUTRA MARCA!
UAU! ESSE BISCOITO PASSA NA TEVÊ!
QUANTOS PACOTES EU PEGO?
NENHUM!
COMPREI UMA VEZ E VOCÊ NÃO GOSTOU!
MAURICIO
ASSIM NÃO DÁ! NUNCA MAIS VENHO FAZER COMPRAS!
POR QUE ESTÁ FALANDO ISSO?
EU NÃO SEI O QUE POSSO LEVAR, NEM O QUE A SENHORA QUER COMPRAR!
HUM? VOCÊ TEM RAZÃO!
TEMOS UMA REGRA EM CASA DE NÃO VIR AO SUPERMERCADO E COMPRAR TUDO QUE QUISERMOS!
POR ISSO, FAÇO A LISTA DE COMPRAS! TOME! É SÓ SEGUIR!
?!
OLHA! A CAIXA DE BOMBONS ESTÁ EM PROMOÇÃO!
DOIS PACOTES DE MASSA PRA BOLO!
NEM PENSAR, MÃE! ESSE ITEM NÃO ESTÁ NA LISTA!
!
FIM

© MSP - BRASIL


TURMA DA Mônica
em
Meu bolso Feliz
Iniciativa:
SPC BRASIL
meubolsofeliz.com.br
MAURICIO
FILHO, O QUE ESTÁ FAZENDO?
ESCLEVENDO UMA CALTA PLO PAPAI NOEL!
ATÉ JÁ SEI DO QUE SE TRATA! A SUA LISTINHA DE PRESENTES!
ELOU! É UMA CALTA LECLAMANDO DOS SELVIÇOS PLESTADOS POR ELE!
HÃ? COMO ASSIM?
TODO NATAL EU ESCLEVO PEDINDO UM MONTE DE PLESENTES E SÓ LECEBO UM! É UMA FALTA DE CONSIDELAÇÃO COMIGO!
FILHO, O PRINCIPAL VALOR DO NATAL ESTÁ NA CONFRATERNIZAÇÃO COM AS PESSOAS E SER LEMBRADO!
E O QUE ISSO TEM A VER COM A MINHA CALTA?
TUDO! SE VOCÊ GANHA PRESENTES, DEVERIA FICAR GRATO! NINGUÉM TEM A OBRIGAÇÃO DE PRESENTEAR VOCÊ, NEM MESMO O PAPAI NOEL!
TEM LAZÃO, PAI!
QUE BOM QUE VOCÊ ME ENTENDEU!
É QUE VOCÊ FALOU TÃO SÉLIO QUE ATÉ PALECIA O PAPAI NOEL CHATEADO!
HÊ, HÊ, HÊ...
FIM


TURMA DA MÔNICA
em
Meu bolso Feliz
Iniciativa:
SPC BRASIL
meubolsofeliz.com.br
MÔNICA, BABE COM O MEU CELULAR NOVO!
HÃ? COMO NOVO? VOCÊ TROCOU NO MÊS PASSADO!
MAURICIO
AQUELE ERA OUTRO! ESTE AQUI SAIU HOJE! É LINDO, NÉ?
UÉ? MAS NÃO VEJO DIFERENÇA!
É TRISTE NÃO ESTAR NA MODA!
APOSTO QUE O SEU AINDA É DAQUELES BEM VELHINHOS!
É ISSO MESMO! E NÃO PRETENDO TROCAR TÃO CEDO!
TEC
TEC
NÃO COMPREI POR IMPULSO!
DEMOREI MUITO PRA ACHAR ESTE MODELO COM TODAS AS FUNÇÕES QUE EU PRECISO!
HÃ?!
TEC
TEC
OUTRA COISA... O MEU CELULAR NÃO É VELHINHO! ELE É VINTAGE!
HUNF!
E SER VINTAGE ESTÁ NA MODA!
AQUELA CHATA VAI VER! VOU APRENDER A CONTROLAR MINHAS VONTADES E NÃO VOU COMPRAR MAIS NADA SEM PENSAR SE VOU USAR OU NÃO!
FALAN-DO SOZINHA, CARMINHA?
MAGALI, POR QUE A MÔNICA É TÃO EXIBIDA COMIGO?
FIM

Para finalizar

Desde a visão macro do início do curso, passamos pelas reflexões pessoal e familiar até chegar neste fascículo nas abordagens iniciais relacionadas à Educação Financeira.

É importante que essas visões estejam didaticamente relacionadas a fim de que a construção dos saberes financeiros venham se solidificando através de várias fontes ação e conteúdo, da forma mais positiva possível.

No próximo Fascículo, abordaremos mais especificamente as ações no ambiente escolar e junto à sua comunidade educacional.

Instituto Brasil Solidário

Referências Bibliográficas

AEF Brasil - Associação de Educação Financeira do Brasil. Disponível em: <https://www.aefbrasil.org.br/index.php/educacao-financeira/>. Acesso em: 23 de outubro de 2020.

Agencia Brasil. Publicidade infantil. Entenda o Dabate. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-07/publicidade-infantil-entenda-o-debate-e-saiba-como-questao-e-regulamentada>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2021.

Criança e Consumo: Consumismo infantil. Disponível em: <https://criancaeconsumo.org.br/consumismo-infantil/>. Acesso em: 14 de fevereiro de 2021.

D'AQUINO, Cassia. Como falar de dinheiro com seu filho. 1º Ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

ENEF. Disponível em: <https://www.vidaedinheiro.gov.br/>. Acesso em: 15 de outubro de 2020.

ENEF. Livros - Ensino Fundamental. Disponível em: <https://www.vidaedinheiro.gov.br/livros-ensino-fundamental/>. Acesso em: 15 de outubro de 2020.

ENEF. Livros - Ensino Médio. Disponível em: <https://www.vidaedinheiro.gov.br/livros-ensino-medio/>. Acesso em: 15 de outubro de 2020.

Exemplos de escolas. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WmXOBlaL7tQ>. Acesso em: 15 de outubro de 2020.

Por que damos tanta atenção ao dinheiro. Fortíssima. Disponível em: <https://vidasimples.co/transformar/por-que-damos-tanta-importancia-para-o-dinheiro/>. Acesso em: 14 de fevereiro de 2021.

SPC BRASIL. 48% dos brasileiros não controlam o próprio orçamento, revela pesquisa CNDL/SPC Brasil, publicado em 20 de janeiro de 2020. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/7171>. Acesso em: 14 de julho de 2020.

Conteúdo protegido - Proibida a reprodução sem créditos ao Instituto Brasil Solidário
para fotos ou contextos de projetos apresentados

Instituto
BRASIL
SOLIDÁRIO

INSTITUTO BRASIL SOLIDÁRIO - IBS
www.brasilsolidario.org.br