

EDUCAÇÃO FINANCEIRA VERSUS ENDIVIDAMENTO: ATITUDES E PRÁTICAS

*FINANCIAL EDUCATION VERSUS INDEBTEDNESS: ATTITUDES AND
PRACTICES*

Janaina Fernanda Silva Damasceno¹
Carlos Cesar Garcia Freitas²

Resumo

Realizar planejamento financeiro e poupar dinheiro são atitudes que ainda não fazem parte do cotidiano da maioria das pessoas. Diante desta realidade, educar-se financeiramente é de suma importância para mudar atitudes e práticas que costumam levar ao endividamento. A falta dessa educação colabora diretamente para níveis crescentes de endividamento entre muitos brasileiros, visto que estamos inseridos em uma sociedade com características cada vez mais consumistas. Diante deste cenário, apresenta-se o presente trabalho, que teve o objetivo de identificar as atitudes e as práticas potenciais que podem evitar ou levar as pessoas à condição de endividamento. Para tanto, foi realizada uma pesquisa descritiva, caracterizada como de campo, por meio do uso de um questionário eletrônico, que envolveu a participação de 142 pessoas. Como principais resultados, entre as práticas positivas dos entrevistados, foi identificado que 67,6% realizam controle de gastos, 66,2% fazem planejamento financeiro e 51,8% estabelecem metas financeiras. Negativamente, 47,9% admitiram não ter o hábito de refletir antes de realizar compras, 50% já fizeram uso do parcelamento do cartão de crédito e apenas 15,5% dos entrevistados mantêm um hábito regular de investimento.

Palavras chave: Educação Financeira; Dinheiro; Endividamento; Planejamento Financeiro.

Abstract

Carrying out financial planning and saving money are actions that are still not part of the daily routine for most people. In light of this reality, financial education is of paramount importance to change attitudes and practices that often lead to indebtedness. The lack of such education directly contributes to increasing levels of debt among many Brazilians, as we are part of an increasingly consumerist society.

¹ Mestra em Ensino pela Universidade Estadual do Norte do Paraná (UENP). Fundadora da Remate Contabilidade Digital e Professora de Administração e Ciência Contábeis no Centro Universitário UNIFIO.

² Doutor em Administração pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Professor Associado do curso de Administração da Universidade Estadual do Norte do Paraná (UENP) e orientador do Programa de Pós-Graduação Mestrado Profissional em Ensino da UENP.

Given this scenario, this study is presented, which aimed to identify the attitudes and potential practices that can either prevent or lead people to a condition of indebtedness. For this purpose, a descriptive research characterized as field research was conducted through an electronic questionnaire involving 142 participants. As the main results, among the positive practices of the respondents, it was identified that 67.6% control their expenses, 66.2% engage in financial planning, and 51.8% set financial goals. Negatively, 47.9% admitted not having the habit of reflecting before making purchases, 50% have already used credit card installment plans, and only 15.5% of the respondents maintain a regular investment habit.

Keywords: Financial Education; Money; Indebtedness; Financial Planning.

Introdução

Estamos constantemente envolvidos com finanças, seja no ambiente familiar, escolar ou profissional. No entanto, realizar planejamentos financeiros sistemáticos e poupar dinheiro de forma consistente são práticas raras nas famílias brasileiras, seja por falta de hábito ou conhecimento sobre o assunto. A sociedade consumista de hoje, impulsionada por avanços tecnológicos e um crescente número de ofertas tentadoras, tem progredido significativamente. Em paralelo, o número de pessoas endividadadas também tem aumentado proporcionalmente.

Dessa forma, é fundamental que as pessoas sejam educadas financeiramente para que se tornem consumidores conscientes a fim de alcançarem a organização pessoal de gastos e um comportamento crítico acerca do uso do dinheiro, bem como, a compreensão da influência do consumismo no meio social. A Educação Financeira é um conjunto de conhecimentos criado para sensibilizar indivíduos e a sociedade sobre a relevância da administração financeira pessoal, promovendo um relacionamento equilibrado entre o uso do dinheiro e o consumo consciente (FREITAS; ROSA, 2019).

Neste sentido, educar-se de maneira mais completa envolve também educar-se na relação entre a capacidade de ganhos e os limites dos gastos. A Educação Financeira está ligada diretamente à capacidade de tomar as melhores decisões e, por isso, configura-se como um aspecto fundamental no controle das operações pessoais, pois através dela é possível definir os caminhos, coordenar e controlar as ações que serão tomadas, para o alcance dos objetivos (GITMAN, 2001).

Movidos por essa realidade foi realizada uma pesquisa descritiva com o objetivo de identificar as atitudes e as práticas potenciais que podem evitar ou levar as pessoas à condição de endividamento.

A pesquisa sobre as atitudes e práticas das pessoas em relação ao dinheiro é crucial para entender os comportamentos financeiros que levam ao endividamento. Compreender esses padrões permite a criação de programas de Educação Financeira que ensinam habilidades essenciais, como orçamento, poupança e uso responsável do crédito. Através dessas pesquisas, é possível identificar necessidades específicas de diferentes grupos demográficos, garantindo que os programas educacionais sejam eficazes e direcionados, ajudando a prevenir o endividamento excessivo desde a juventude até a idade adulta.

As contribuições das pesquisas atuais sobre Educação Financeira são inestimáveis na formulação de políticas públicas e na implementação de intervenções eficazes. Essas pesquisas informam os formuladores de políticas sobre práticas financeiras inadequadas e níveis de endividamento, permitindo a criação de regulamentações que protejam os consumidores e promovam o uso responsável do crédito.

O presente artigo está dividido em seis seções sendo: introdução, aporte teórico, encaminhamento metodológico, resultados e discussão, considerações finais e referências.

Aporte teórico

Endividamento da população

O endividamento da população tem ganhado importância, tanto no cenário econômico nacional quanto no cenário mundial, devido às consequências negativas não apenas para o indivíduo, mas também para toda a sociedade. No Brasil, grande parte da população enfrenta problemas ao administrar as finanças pessoais e acaba assumindo dívidas indesejadas, incluindo aquelas consideradas de longo prazo.

Com o crescente grau de endividamento, é possível supor que haja uma grande parcela da população, com baixa Educação Financeira, propensa ao endividamento. Em abril de 2020, conforme pesquisa realizada pela Confederação Nacional do Comércio (2020), o país atingiu recorde histórico de endividamento e os fatores que colaboraram para esses resultados, não foram apenas a falta de recursos e o desemprego, mas também o despreparo ligado à administração das finanças pessoais.

É importante ressaltar que pessoas com baixo nível de educação financeira têm maior probabilidade de assumir compromissos que não poderão honrar no futuro, por não conseguirem avaliar corretamente as condições e implicações de créditos e financiamentos, resultando em uma sobrecarga financeira (DONADIO *et. al*, 2012).

Um dos principais responsáveis pelo endividamento dos indivíduos é, seguramente, o cartão de crédito, pois estimulados pela facilidade de parcelamento (pagamento mínimo), não conseguem visualizar a longo prazo as consequências de suas decisões e acabam acumulando compromissos que extrapolam sua capacidade financeira. O cartão de crédito segue em primeiro lugar nos principais tipos de dívida para 77,6% das famílias endividadas, seguido por carnês para 17,5%, e, em terceiro, por financiamento de veículos, para 10,2% (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2020).

Ainda, de acordo com a pesquisa, para se ter uma ideia, atualmente no Brasil, o percentual de famílias que declararam ter algum tipo de dívida, seja com cheque pré-datado, cartões de crédito, carnês, ou outras, atingiu 66% (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2020). Cabe destacar que a dívida por natureza não é boa ou ruim, pois muitas vezes ela pode estar atrelada à aquisição de um bem de alto valor, como uma casa, que não seria possível comprar sem um financiamento. O problema é quando a dívida não foi planejada ou “foge do controle”, extrapolando a capacidade de pagamento e, conseqüentemente, gerando a inadimplência.

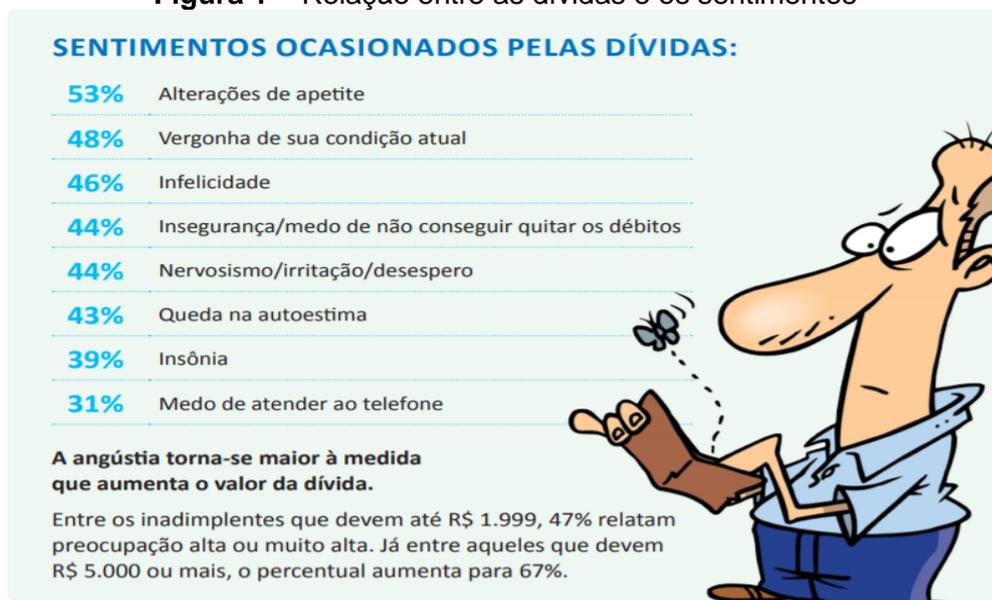
Entre os resultados reais da inadimplência para o indivíduo estão a inclusão do nome em entidades de proteção ao crédito, ações judiciais e restrições a créditos para compras. Mas, para a sociedade o impacto é ainda maior, gerando prejuízos difíceis de serem medidos.

Somadas às consequências materiais da inadimplência, os consumidores ainda, devem lidar com os custos emocionais. O Serviço de Proteção ao Crédito, SPC Brasil, desenvolveu em 2015 uma cartilha com o intuito de demonstrar os danos emocionais sofridos pelo endividamento, e entre eles, destacam-se os problemas de saúde e dificuldades de relacionamentos. Com o objetivo de captar os impactos das dívidas sobre os brasileiros, foi desenvolvido um termômetro com a capacidade de avaliar o sentimento das pessoas sobre suas dívidas e a percepção que tinham sobre elas.

Os indicadores elaborados pelo estudo, apresentaram índices variados de sentimentos, como: alterações de apetite, vergonha de sua condição atual,

infelicidade, insegurança/medo de não conseguir quitar os débitos, nervosismo/irritação/desespero, queda na autoestima, insônia e medo de atender ao telefone, são alguns dos sentimentos apresentados, conforme a figura 1:

Figura 1 – Relação entre as dívidas e os sentimentos

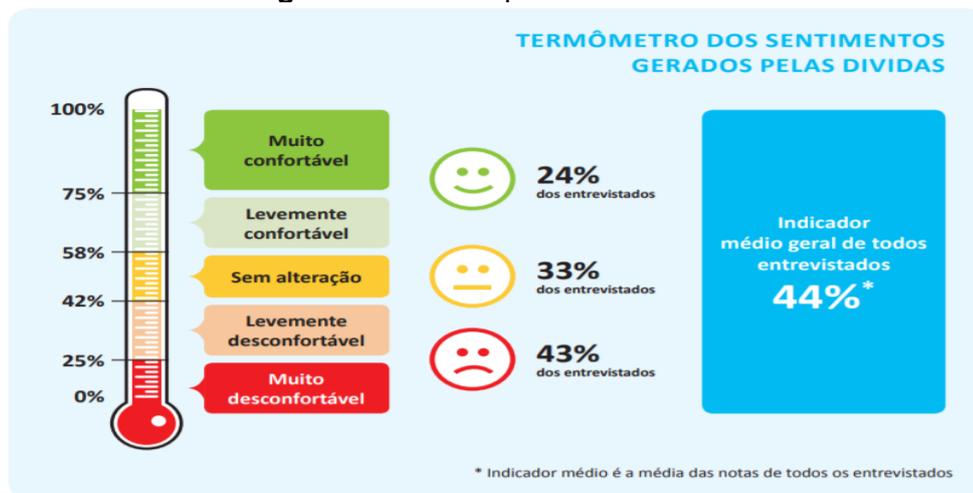


Fonte: SPC Brasil, 2015

Com o levantamento dos percentuais que evidenciaram os sentimentos ocasionados pelas dívidas, foi possível categorizá-los em níveis, como: muito confortável (que representa as pessoas que estão tranquilas em relação ao endividamento); levemente confortável (que são aquelas que consideram as dívidas como algo imperceptível); sem alteração (é caracterizado pelos endividados que não se deixam afetar pelas dívidas); já o nível levemente desconfortável (é aquele grupo em que o endividamento incomoda um pouco e, por vezes, há alterações nos sentimentos) e, por fim, o nível muito desconfortável (é composto pelas pessoas que se sentem muito afetadas pelas dívidas), conforme figura 2.

A pesquisa realizada pelo SPC Brasil (2015) apontou que os fatores prejudiciais causados pelo endividamento são grandes e afetam diretamente o estado emocional dos consumidores endividados. Questões como perda de sono, irritação, vergonha e baixa autoestima podem prejudicar o julgamento do consumidor e dificultar o processo de quitação das dívidas. Desse modo, os resultados mostram que o endividamento, devido ao intenso consumo, afeta não somente a situação financeira dos indivíduos, mas também ocasiona problemas de saúde.

Figura 2: Conforto perante as dívidas



Fonte: SPC Brasil, 2015

Martins (2004) lembra ainda que a necessidade excessiva de ostentar e a vaidade pessoal são emoções que levam a pessoa ao consumo exagerado, transformando-a numa espécie de máquina destruidora de dinheiro. Diante deste contexto, consumir desenfreadamente bens e serviços que, não raras vezes, são supérfluos e ultrapassam o limite das necessidades é um dos principais vilões do endividamento, pois o ato de consumir requer cautela para que esse comportamento não seja prejudicial à saúde e ao orçamento.

Consumo versus consumismo

O ato de consumir sempre esteve presente no dia a dia das pessoas e é algo que pertence a todos os tipos de sociedades. Nesse sentido, Bauman (2008) nos apresenta o consumo como sendo uma condição e um aspecto permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos; um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós, humanos, compartilhamos com todos os outros organismos.

O consumo é algo comum, considerado até mesmo trivial. É uma atividade que realizamos todos os dias. Às vezes, de maneira comemorativa, quando nos reunimos com amigos para celebrar um momento importante ou, simplesmente, para nos recompensar por algo particularmente significativo. Mas, na maioria das vezes, é por algo simples e rotineiro (BAUMAN, 2008). Portanto, é uma atividade básica do ser humano, inseparável da sobrevivência e caracteriza-se pela busca de recursos

necessários para a manutenção da condição existencial e da satisfação incontrolável de desejos, sendo estimulado pelo próprio meio social, ou seja, influenciado fortemente pelo regime capitalista.

Do ponto de vista da cultura burguesa, é possível compreender o consumo como uma perspectiva psicológica e cultural, incorporado à intimidade e à personalidade; os indivíduos projetavam suas próprias características emocionais nas mercadorias, que então passavam a fazer parte de seu caráter. Com isso, a síntese da burguesia expõe a forma de produção material das crenças (SENNETT, 1978 *apud* CONTE *et al.*, 2007).

Portanto, é possível dizer que o consumismo se manifesta como meio de estabelecimento de identidade, onde quanto mais energia um objeto recebe, mais o interior está vazio e exteriorizado. As pessoas passam a acreditar que as mercadorias possuem funções capazes de livrá-las das dores e dos sofrimentos que são constantes em nossa sociedade, sendo reconhecidas e aceitas através da aquisição de bens. A ideologia presente no consumismo parte da premissa de “ter” para “ser” (LUIZ, 2005).

O consumismo trata-se de um tipo de arranjo social, que decorre da recuperação de necessidades e desejos humanos, rotineiros e permanentes, tornando-se o principal motor operativo da sociedade, além da formação dos indivíduos também pode coordenar o poder de reprodução sistêmica, integração e estratificação social, e ao mesmo tempo desempenhar um papel importante no processo de autoidentificação individual e grupal, bem como a implementação de políticas de vida pessoal (BAUMAN, 2008, p. 23).

Bauman (2008) distingue o consumo do consumismo, explicando que o consumo é basicamente uma característica e ocupação humana, enquanto o consumismo é um atributo social.

Viver em uma cultura significa ser afetado por uma série de fatores que envolvem um ambiente e que automaticamente interferem na construção da personalidade de cada indivíduo. Para tratar sobre a cultura, o conceito a ser utilizado é apresentado por Costa (2004), sendo a proibição de certos comportamentos e formas de existência e, ao mesmo tempo, a legalização e promoção de outras formas de ser e atuar como prioritárias, ou seja, a cultura apresenta-se como uma fronteira entre a possibilidade e o impossível.

No cenário de uma sociedade de consumidores, tudo muda a todo momento. As relações com as pessoas e o mundo passam a ser líquidas, ou seja, imprevisíveis,

curtas e sem pretensão de continuidade. Nesta sociedade, apropriação e posse não são mais um sinal de incentivo coletivo e valorização social, mas sim um movimento constante de aquisição de bens, onde o que foi obtido ontem já pode estar obsoleto no dia seguinte (BAUMAN, 2009).

O consumismo é um aspecto da lógica da civilização, que é motivada e aprimorada por meio de seu principal componente de comunicação: a publicidade. Neste cenário, não é mais o mercado que domina a produção, mas a produção que domina o mercado (MORAES, 2012).

Com a intensificação da publicidade advinda do mercado, as pessoas sentem a necessidade de serem aceitas pela sociedade e, neste aspecto, a moda é um estilo de vida particular, que busca garantir uma tendência à igualdade social e outra ao isolamento social. Neste sentido, Bauman (2011, p. 12) acrescenta que:

Parece que a moda se encaixa em uma válvula de segurança que foi aberta antes de a perspectiva de perda de energia causada pela submissão (paradoxalmente, o desejo é um dos impulsos básicos do ser humano para manter o processo da moda em constante estado de “devir”) atinge um nível que ameaça sua desaceleração, quanto mais esgota sua tentação. Se a entropia é o balanceador da diversidade, então a moda (repito, ganha força devido à falta de preferência humana pela distinção e desejo de unidade) multiplica e exacerba a distinção, diferença e desigualdade que ela promete amenizar e, em último caso, eliminar.

A sociedade de consumidores é composta por indivíduos que chegam a uma conclusão de compra, sem que haja real necessidade, um ato que ocorre de maneira irracional e não é submetido à nenhuma crítica interna. É uma cultura em que as pessoas tornam-se dependentes e viciadas do desejo de consumir, simplesmente por consumir (MORAES, 2012). A publicidade não tem fronteiras e ela usa de vários métodos para persuadir os consumidores a comprarem determinado produto. Ela sempre vende mais que um produto, ela vende estilo de vida, pensamento e status.

Portanto, saber conviver com as influências, em uma sociedade de consumidores, altamente consumista, requer discernimento em relação ao dinheiro e seu poder de compra e, é neste aspecto, que a introdução à Educação Financeira, torna-se papel chave para uma vida controlada financeiramente e com aceitável padrão de qualidade.

Educação Financeira: atitudes e práticas

O tema Educação Financeira tem sido evidenciado nos últimos anos em razão da constatação da falta de controle financeiro, sendo que a falta de informação e planejamento por parte da sociedade, bem como seus reflexos na saúde financeira dos brasileiros e a sobrecarga que esta situação tem gerado para o sistema governamental, consistem em fortes motivos para se evidenciar este tipo de educação.

Desde a Idade Média, embora o termo “Educação Financeira” tenha sido criado posteriormente, o tema já era tratado com preocupação pelas pessoas, no que se diz respeito, ao consumo consciente. É o que nos apresenta Silva (2008, p. 8) através do pensamento de Aristóteles:

Como já dissemos, uma pessoa que tende a ser excessiva e vulgar, está além das despesas razoáveis. Fazer isso custa muito caro e, em alguns casos, mostra mau gosto [...]. Tudo dela, não é por motivos nobres, mas para mostrar sua riqueza e admirá-la por essa maneira de fazer; além disso, onde ela deve gastar muito dinheiro, ela gasta pouco, e onde deveria gastar pouco, acaba gastando muito.

Desta forma, a atenção ao tema, não é algo inédito, afinal, os antigos pensadores já dedicavam importância ao assunto, imaginando ações de conscientização ao consumo e processo de controle de orçamento financeiro. No entanto, o tema ganhou ciência e força anos mais tarde, devido aos intensos estudos sobre finanças.

No Brasil a Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF foi instituída pelo decreto nº 7.397 em 22 de dezembro de 2010, com o objetivo de fortalecer a cidadania, a solidez e a eficiência do sistema financeiro nacional, visto que, a Educação Financeira pode ser um dos fatores fundamentais que garanta uma melhor qualidade de vida, de forma saudável e equilibrada (BRASIL, 2010). A Educação Financeira pode ser considerada um instrumento capaz de promover uma mudança nas futuras gerações; seja entre crianças, jovens ou adultos, uma postura firme e assertiva, tanto para tomar melhores decisões como para evitar problemas desnecessários, podendo assim, mudar a realidade de um país.

O conceito de Educação Financeira é definido pela Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico - OCDE (2004), como sendo o processo

pelo qual o indivíduo aperfeiçoa o conhecimento sobre os produtos financeiros, de modo que, com informação, formação e orientação, possa adquirir as qualificações necessárias para avaliar riscos e oportunidades. Hill (2009) afirma ainda que, a Educação Financeira pode ser descrita como a capacidade do indivíduo em fazer escolhas adequadas ao administrar sua situação financeira pessoal, durante seu ciclo de vida.

Desta forma, a Educação Financeira deve ser um processo continuado (OCDE, 2004) e devem existir práticas que concedam as mudanças para a implementação de uma sociedade emancipada. O fato de educar não é apenas a transferência de conhecimento, mas também de conscientização e mudança de vida (FREITAS; ROSA, 2019).

A proposição de uma Educação Financeira como política pública é de extrema necessidade, diante de uma sociedade de pessoas que consomem compulsivamente, em busca de felicidade e prazer, tornando-se cada vez mais endividadas. É inegável que a Educação Financeira deve ser vista como um elemento base para a sociedade brasileira, porque ela diz respeito às decisões econômicas individuais e familiares (SAVOIA *et. al*, 2007) e pode contribuir sensivelmente com mudanças de atitudes e práticas.

Os aspectos que afetam o comportamento do consumidor são inúmeros, como: cultura, sociedade, objetivos pessoais, status social, marketing, entre outros. Geralmente, são os valores e as percepções que inspiram os desejos e comportamentos pessoais (SILVA, 2008), desta forma, os consumos de bens e serviços geralmente são provocados, podendo gerar estímulos automáticos e, muitas vezes, impulsivamente.

Por meio da Educação Financeira é possível compreender a influência desses diversos fatores e evitar ou, pelo menos minimizar, o impacto desses, nas atitudes e práticas que os indivíduos por hábito costumam realizar; como é o caso da falta de planejamento dos gastos. A má gestão orçamentária, com a falta de controle financeiro são atitudes responsáveis por grandes níveis de dívidas adquiridas. O planejamento financeiro é um aspecto importante tanto nas atividades de uma empresa, como de uma família; pois ele planeja a forma de orientar, coordenar e controlar as ações, para alcance dos objetivos (GITMAN, 2001).

O ato de planejar-se financeiramente, consiste em incluir e seguir uma estratégia para manter ou acumular bens e valores que formarão bens pessoais e

familiares, podendo a estratégia focar no curto, médio e longo prazo, para garantir a tranquilidade econômico-financeira pessoal (HALFELD, 2006).

Apesar de não ser regra, a falta de planejamento caminha de “mãos dadas” com a falta de controle; gastar e não controlar é uma prática muito ruim quando se trata de dinheiro, como diz o ditado “aquilo que não é controlado, não é administrado”. O resultado prático da falta de controle acaba sendo o descontrole dos gastos, levando as pessoas a assumirem compromissos que não podem cumprir ou pagar no caso financeiro. Sem o controle de gastos é grande a chance de cair na armadilha do crédito fácil.

As principais modalidades de créditos brasileiros são: cheque especial, empréstimo pessoal, cartão de crédito, crédito consignado, financiamento de casas e veículos, consórcios, crédito rural, entre outros. A oferta de créditos é fornecida principalmente pelo sistema financeiro e, no Brasil, de acordo com a pesquisa da Confederação Nacional do Comércio (2020), a posição de liderança é ocupada pelos cartões de crédito.

O crédito fácil é decorrente da facilidade com que se pode parcelar as compras, porém tal prática desvinculada do planejamento ou controle financeiro é um caminho rápido para o endividamento. Muitas pessoas só dão conta de que estão em desequilíbrio financeiro quando já é tarde (os compromissos já foram assumidos).

Cabe destacar que o consumo está ligado diretamente aos gastos que supram as necessidades básicas para a sobrevivência, no entanto, a característica presente numa sociedade consumidora, como é a nossa, é o desejo de consumir cada vez mais, sem uma real necessidade. O marketing é o principal responsável por estimular essas práticas, pois sempre visa vender mais que um simples produto ou serviço, almeja vender estilo de vida, conforto e valores. Portanto, 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 no consumidor (PINHEIRO, 2015).

Os padrões impostos pela sociedade oneram a adequação social. Em outras palavras, para as necessidades especiais da sociedade atual, as pessoas que são consideradas como não adequadas aos padrões impostos, são consideradas anormais (SCHIMIDT; ANDRADE; ALEGRANSI, 2016).

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. O hábito de reservar dinheiro é uma atitude incomum entre os brasileiros, seja por falta de recursos, ou seja por falta de conhecimento de sua importância. É imprescindível reservar uma parcela dos ganhos por mês, para formar investimentos que trarão segurança e estabilidade futuras (MENDES, 2015). No entanto, é uma prática pouco utilizada, apesar de toda a importância que tal prática representa para resguardar a qualidade de vida, muitas vezes adquirida com tanto esforço.

Em síntese, o endividamento crescente, exacerbado pelo consumismo, destaca a urgência da Educação Financeira. O consumismo, alimentado por uma cultura que valoriza a aquisição de bens como símbolo de status, leva muitos a assumir compromissos financeiros insustentáveis. A falta de planejamento financeiro e a baixa educação financeira agravam essa situação, dificultando a avaliação adequada de créditos e financiamentos. Implementar a Educação Financeira é essencial para conscientizar a sociedade sobre a importância do planejamento e do controle financeiro, ajudando a evitar dívidas excessivas e promovendo uma vida financeira mais equilibrada e saudável.

Encaminhamento metodológico

Para atingir os objetivos deste trabalho, o tipo de pesquisa utilizada foi a descritiva. A pesquisa descritiva visa compreender as relações existentes na vida social, política e econômica, bem como as características do comportamento humano (CERVO; BERVIAN, 2002). Este tipo de pesquisa visa descrever os fatos e fenômenos de uma realidade (TRIVIÑOS, 1987).

Quanto à abordagem, o procedimento adotado foi de pesquisa quantitativa. A pesquisa quantitativa se preocupa com a objetividade, pois ela é influenciada pelo positivismo, e, com isso, considera que só é possível compreender uma realidade a partir da análise de dados brutos, extraídos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros (FONSECA, 2002).

Para tanto, foi realizado o procedimento de pesquisa de campo, com aplicação de um questionário eletrônico, elaborado através da plataforma *Google Forms*. A divulgação do questionário foi por meio eletrônico, com compartilhamento nas redes sociais e pelo aplicativo de mensagens eletrônicas *WhatsApp*. O *link* foi compartilhado em grupos e repassado por amigos e familiares, durante um período

de quatro dias, iniciando numa sexta-feira e finalizando na segunda-feira, no mês de outubro de 2022.

O público-alvo que a pesquisa procurou atingir era composto por pais ou responsáveis pelas despesas familiares, com o intuito de compreender os hábitos financeiros dos entrevistados, além de levantar informações sobre as atitudes e práticas relativas a comportamentos financeiros com potencial para endividamento.

O questionário foi estruturado em dois grupos de questões, sendo o primeiro direcionado à caracterização da amostra, como: sexo, idade, escolaridade, estado civil, filhos e responsabilidade financeira familiar; o segundo grupo, direcionado a identificar as atitudes e práticas, foi composto por questões com alternativas de respostas em escala de Likert (1932).

A pesquisa atingiu ao todo 188 participantes; no entanto, como o objetivo principal era compreender os hábitos financeiros relacionados com a família, os entrevistados que não eram responsáveis pelas despesas financeiras foram retirados das análises, para que fosse possível evidenciar somente os que responderam como responsáveis pelos orçamentos e despesas mensais, restando um total de 142 participantes.

Resultados e Discussão

Como primeira parte da análise, apresenta-se a caracterização da amostra selecionada, que foi composta por 142 indivíduos, sendo 102 pessoas do sexo feminino e 40 do sexo masculino.

Com relação ao nível de escolaridade, grande parte dos respondentes afirmou possuir ensino superior completo, equivalendo a 76,8% dos resultados, enquanto 7,7% possuem ensino superior incompleto, 9,9% responderam ter ensino médio completo e 5,6% possuem apenas o ensino fundamental. Em referência ao estado civil, 110 entrevistados se declararam casados ou amasiados, 23 solteiros e 9 separados ou divorciados.

Quanto ao número de filhos, a resposta era aberta para ser preenchida de acordo com a realidade de cada pessoa e os dados obtidos foram: 46 pessoas responderam não possuir nenhum filho, 44 responderam ter 2 filhos, 39 revelaram ter apenas 1 filho, 12 afirmaram ter 3 filhos e uma pessoa declarou ter 4 filhos.

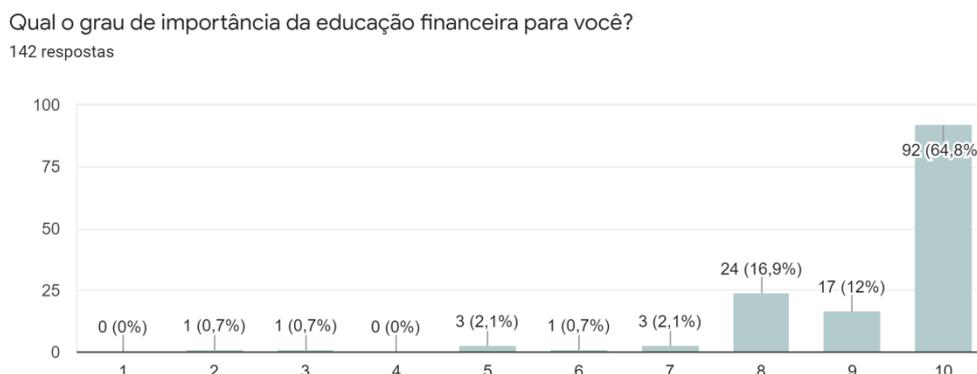
Sobre a situação profissional dos respondentes, a pesquisa apresentou como resultado que 33,8% trabalham em empresa privada, 32,4% atuam no setor público, 9,9% são empresários, 10,6% são profissionais autônomos e 13,3% têm como principal atividade os cuidados do lar.

Pelos dados levantados, a amostra obtida é predominantemente feminina e altamente educada, com uma grande proporção de indivíduos casados ou amasiados. A maioria tem filhos, com uma distribuição relativamente equilibrada entre aqueles que têm nenhum, um ou dois filhos. Em termos de ocupação, os entrevistados estão bastante divididos entre o setor privado, público e outras atividades, como trabalho autônomo e cuidados do lar. Os dados indicam um perfil de respondentes com alto nível de instrução e responsabilidades familiares significativas, possivelmente refletindo uma amostra que valoriza a estabilidade no emprego e na vida pessoal.

Sobre a importância da Educação Financeira

Com o objetivo de determinar a importância da Educação Financeira para o público pesquisado, esse foram indagados sobre o grau de importância que eles davam ao assunto, respondendo a uma escala de 0 (pouco importante) a 10 (muito importante). Os resultados foram os seguintes:

Gráfico 1: Importância da Educação Financeira



Fonte: Autoria própria

Conforme os resultados (Gráfico 1), 64,8% avaliaram com nota 10 o grau de importância da Educação Financeira; 16,9% deram nota 8, e 12% avaliaram com nota 9. Desse modo, a grande maioria considerou a Educação Financeira como algo

variando de importante a muito importante; posicionamento que vai ao encontro dos estudos de Savoia *et al.* (2007), que consideram a Educação Financeira um elemento base para a sociedade. Cabe destacar que nenhum dos entrevistados teve formação específica sobre Educação Financeira, justificando seus conhecimentos com base na experiência de vida.

Ainda sobre a importância do assunto, os participantes foram indagados sobre a relevância da implantação da Educação Financeira nas escolas, visto que os aprendizados sobre ela possibilitariam aos jovens uma visão mais crítica quanto às suas decisões relacionadas ao dinheiro e ao seu futuro. Nesse sentido, 96,5% acreditam que é importante e 3,5% responderam que talvez seja importante essa implantação.

Os resultados mostram uma forte valorização da Educação Financeira entre os participantes, com a maioria atribuindo a máxima importância ao tema. Apesar da falta de formação específica, os entrevistados reconhecem a necessidade de uma boa gestão financeira, baseada em suas experiências pessoais.

A quase unanimidade na resposta sobre a relevância da Educação Financeira nas escolas sugere um consenso sobre a necessidade de preparar os jovens para tomar decisões financeiras informadas. Essa percepção está alinhada com a literatura, que argumenta que a Educação Financeira pode proporcionar aos jovens uma visão crítica sobre o manejo do dinheiro, incentivando-os a alcançar seus objetivos através da organização financeira (BECKER; BRONSTRUP, 2016).

Sobre as preocupações financeiras

Buscando compreender o poder de influência do marketing sobre a vida dos entrevistados, considerando sua interferência nas decisões de compra, 23,2% dos entrevistados afirmaram que já adquiriram algo para elevar seu padrão de vida e 19,7% já comprometeram o orçamento mensal comprando bens por impulso. Somando os percentuais de comprometimento de renda com os de aquisições por impulso, é possível chegar ao total de 44,3% de pessoas que, alguma vez na vida, já se submeteram às estratégias e armadilhas do marketing e suas propagandas. Ainda, 57,1% afirmaram não perceber a influência do marketing em suas decisões, uma afirmação que chama a atenção, considerando que vivem em uma sociedade

caracterizada por uma cultura consumista, pois, sendo o consumismo um fator cultural, todos estão sob suas influências (BAUMAN, 2008).

Como forma de compreender as principais decisões financeiras dos entrevistados e para onde estão direcionando seus recursos, o questionário trouxe a seguinte pergunta: “Hoje, suas principais decisões financeiras estão voltadas a que tipo de preocupações?” Os resultados são apresentados no Gráfico 2.



Fonte: Autoria própria

De acordo com sua prioridade o respondente poderia escolher mais de uma alternativa. Conforme dados do gráfico 1, o item que mais preocupa os respondentes é a manutenção do padrão de vida: conseguir pagar as despesas, com 27,8% de respostas. Em segundo lugar ficou a preocupação com a sobrevivência básica: alimentação e moradia com 17,9%, seguido de investimentos com aumento do patrimônio com 17,1% e investimento no crescimento profissional com 15%. Preocupação com a saúde (10,7%) e satisfação dos desejos (7,7%) ficaram por últimos.

De modo geral os recursos financeiros dos entrevistados estão voltados a estabilidade financeira e o desenvolvimento profissional, enquanto questões de saúde e satisfação pessoal, embora importantes, recebem menor foco. A manutenção do padrão de vida e a sobrevivência básica são as principais preocupações, influenciando-os a tomar decisões financeiras prudentes e orientadas para a

estabilidade e crescimento a longo prazo. Conseqüentemente, isso pode levar a uma abordagem mais cuidadosa e estratégica na alocação de recursos, focada em garantir uma base financeira sólida e investir no próprio potencial de crescimento.

Sobre as atitudes e práticas financeiras

Considerando o objetivo de identificar as atitudes e as práticas potenciais que podem evitar ou levar as pessoas à condição de endividamento, o conteúdo deste tópico traz a análise das ações práticas realizadas pelos entrevistados, como: controle e planejamento dos gastos, definição de metas ou objetivos, reflexão antes de realizar uma compra extraordinária, uso do crédito consignado, uso de cheque especial, uso de empréstimo, uso do parcelamento do cartão de crédito, gastos preventivos com a saúde (planos de saúde, outros), gastos com seguros (casas e veículos), poupar ou guardar dinheiro e realização de investimentos.

Para cada questão foi solicitado aos entrevistados que respondessem usando uma escala de frequência de seus hábitos com: 01 – nunca, 02 – raramente, 03 – ocasionalmente, 04 – frequentemente e 05 – sempre.

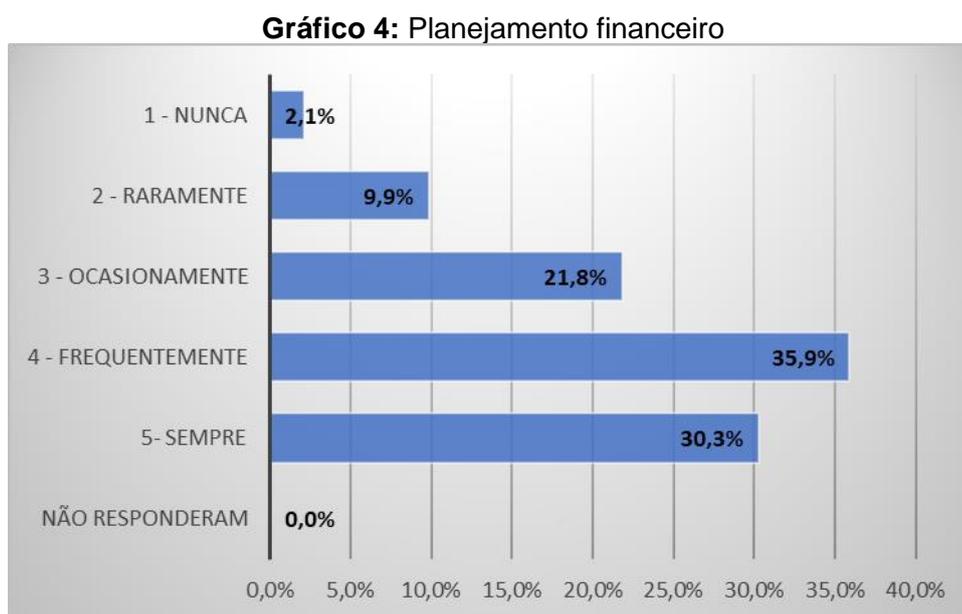
Com relação ao controle de gastos ou orçamentário (gráfico 3), como práticas positivas, 38,7% responderam que realizam sempre controle de gastos e 28,9% frequentemente. De outro modo, como prática negativa, 30,9% dos entrevistados responderam de ocasionalmente a nunca.



Fonte: Autoria própria

Não realizar um controle de gastos pode resultar em uma série de problemas financeiros significativos. A ausência de monitoramento pode levar ao déficit financeiro e ao endividamento, pois é fácil gastar mais do que se ganha, acumulando dívidas e pagando juros altos. Além disso, gastos descontrolados impedem a formação de poupança e investimentos, dificultando a preparação para emergências e comprometendo objetivos financeiros de longo prazo. A falta de controle financeiro também pode causar estresse significativo, impactando negativamente a saúde mental e o bem-estar geral.

Adotar a disciplina do planejamento financeiro para manter a vida dentro dos limites do orçamento é essencial para cidadãos que desejam controlar suas finanças e atender às suas necessidades de consumo (HALFELD, 2006; FREITAS; ROSA, 2009). Complementando a análise, tem-se os dados do questionamento sobre o hábito de realizar planejamentos para os gastos (gráfico 4).



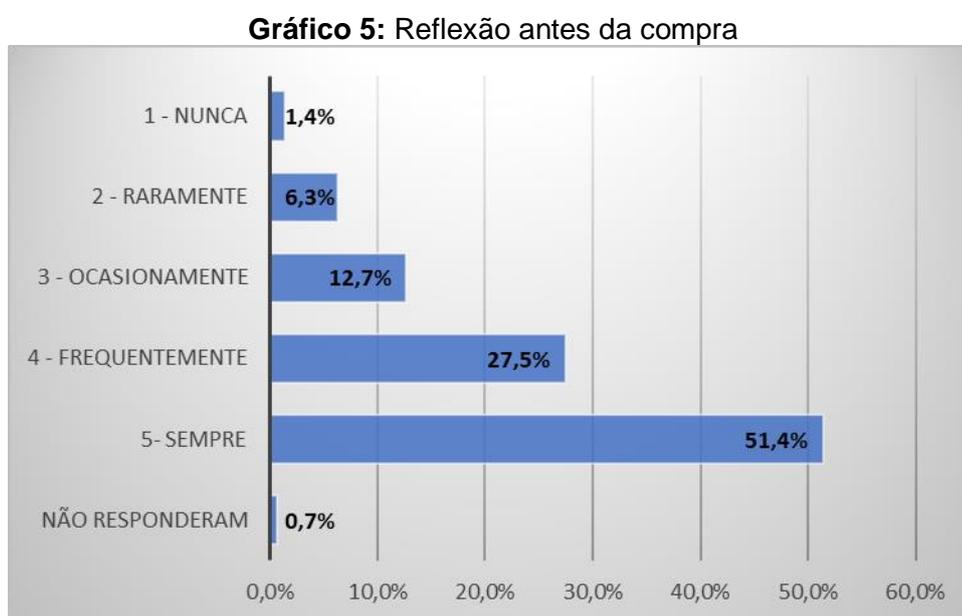
Fonte: Autoria própria

Entre as práticas positivas, 66,2% responderam sempre e frequentemente realizar planejamento. Do lado das práticas negativas 33,8% responderam ocasionalmente, raramente e nunca.

Sem planejamento financeiro, é difícil identificar e eliminar despesas desnecessárias, resultando em desperdício de dinheiro e descontrole nas contas mensais. Isso pode levar a pagamentos atrasados, multas e danos ao histórico de crédito. A incapacidade de monitorar a situação financeira real dificulta a tomada de

decisões informadas e estratégicas, comprometendo a qualidade de vida e criando tensões em relacionamentos pessoais, especialmente em parcerias onde as finanças são compartilhadas. Em resumo, o planejamento financeiro é essencial para uma gestão financeira saudável, contribuindo para a estabilidade financeira, a realização de objetivos e o bem-estar geral (HALFELD, 2006).

Uma das práticas mais comuns da falta de planejamento é a realização de compras por impulso ou não planejadas. Acerca disso os participantes responderam ao questionamento se possuem o hábito de refletir antes de comprar (gráfico 5).



Fonte: Autoria própria

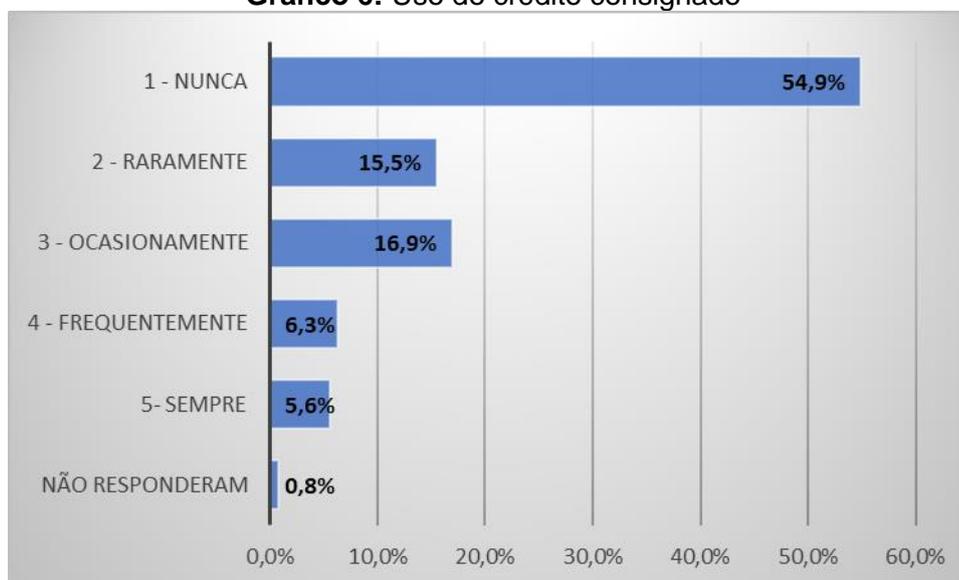
Como atitude positiva 51,4% responderam que sempre e, como atitude negativa, 47,9% de nunca a frequentemente. Um entrevistado não respondeu. Para essa situação frequentemente foi considerado como negativo, pois contas não planejadas tem grande impacto no orçamento familiar.

Compras não planejadas são um hábito negativo porque frequentemente resultam em gastos desnecessários e comprometem a saúde financeira. Sem planejamento, é fácil ceder às compras impulsivas, adquirindo itens que não são essenciais ou que não estavam previstos no orçamento, o que pode levar ao acúmulo de dívidas e à falta de recursos para cobrir despesas importantes. Além disso, compras não planejadas podem gerar estresse e arrependimento, afetando o bem-estar emocional (SPC BRASIL, 2015).

Um dos aspectos relacionados com o comprometimento excessivo das finanças é o acesso ao crédito que permite a compra de produtos e serviços que muitas vezes as pessoas não iriam adquirir se não tivessem que obtê-los comprando a vista. Neste intuito, as quatro próximas análises dizem respeito ao uso de formas diversas de crédito, começando pelo questionamento do uso do empréstimo consignado.

Quanto ao crédito consignado (gráfico 6) 54,9% nunca utilizaram essa modalidade e 44,3% já usaram, sendo que 11,9% apresentam habitualidade no seu uso, por utilizarem de foram frequente e sempre. Do restante, 32,4% responderam que raramente ou ocasionalmente fazem uso. Um entrevistado não respondeu.

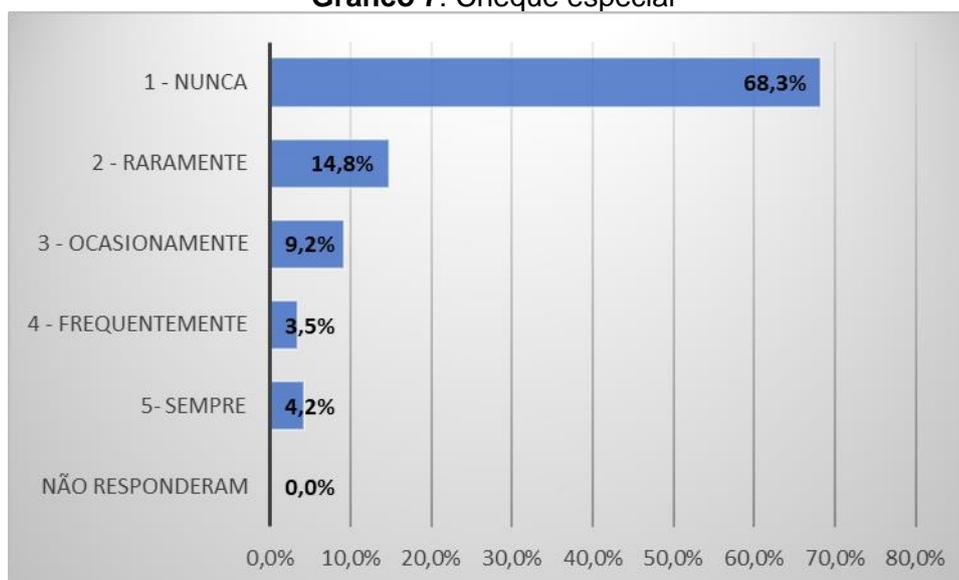
Gráfico 6: Uso do crédito consignado



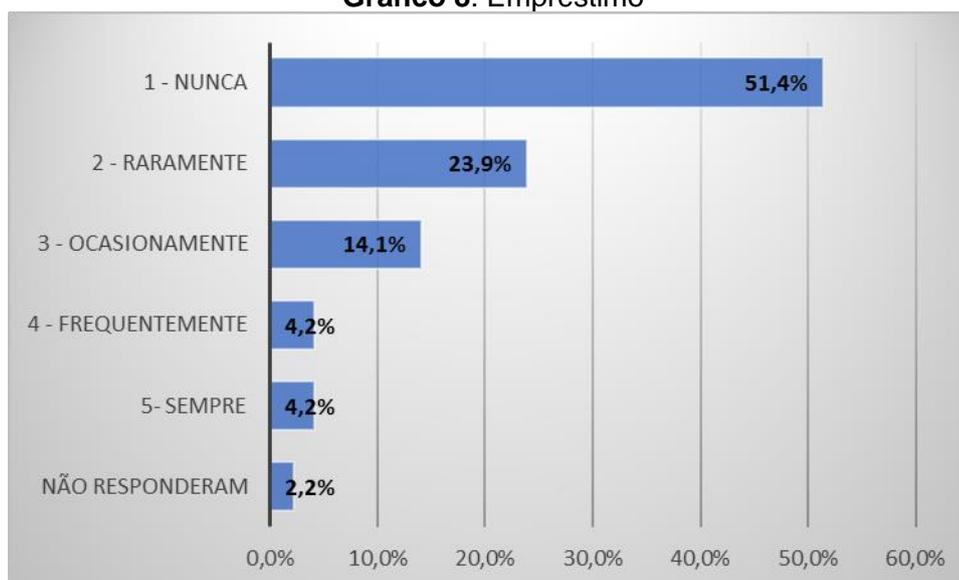
Fonte: Autoria própria

Quanto ao cheque especial (gráfico 7), 68,3% nunca utilizaram essa modalidade e 31,7% já usaram, sendo que 7,7% apresentam habitualidade no seu uso, por utilizarem de foram frequente e sempre. Do restante, 24% responderam que raramente ou ocasionalmente fazem uso.

Na modalidade empréstimo (gráfico 8), 51,4% nunca utilizaram essa modalidade e 46,4% já usaram, sendo que 8,4% apresentam habitualidade no seu uso, por utilizarem de foram frequente e sempre. Do restante, 38% responderam que raramente ou ocasionalmente fazem uso. Ainda, 2,2% não quiseram responder a questão.

Gráfico 7: Cheque especial

Fonte: Autoria própria

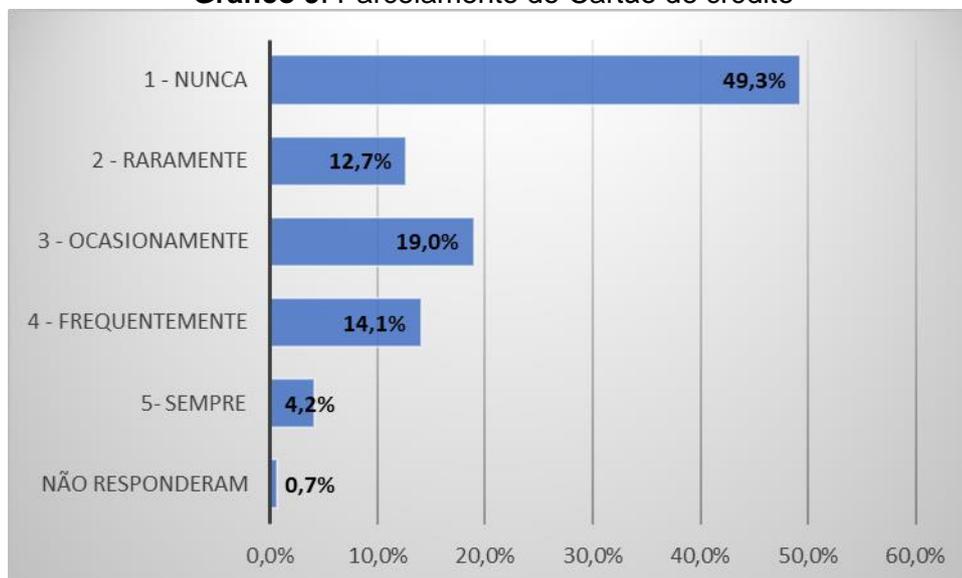
Gráfico 8: Empréstimo

Fonte: Autoria própria

Em relação ao cartão de crédito a resposta foi unânime em relação ao seu uso, devido as facilidades que ele oferece. Contudo ao serem questionados sobre o parcelamento do cartão de crédito as respostas se diferenciaram conforme pode ser observado no gráfico 9. A modalidade de parcelamento do cartão de crédito, foi a que apresentou maiores divergências comparando-se aos outros créditos fáceis. Enquanto 49,3% das pessoas nunca tiveram que parcelar o cartão, 18,3% usam habitualmente o parcelamento, representado pelas respostas sempre e

frequentemente, e 31,7% já usaram o parcelamento, pelas respostas de raramente e ocasionalmente. Um entrevistado não quis responder à questão.

Gráfico 9: Parcelamento do Cartão de crédito



Fonte: Autoria própria

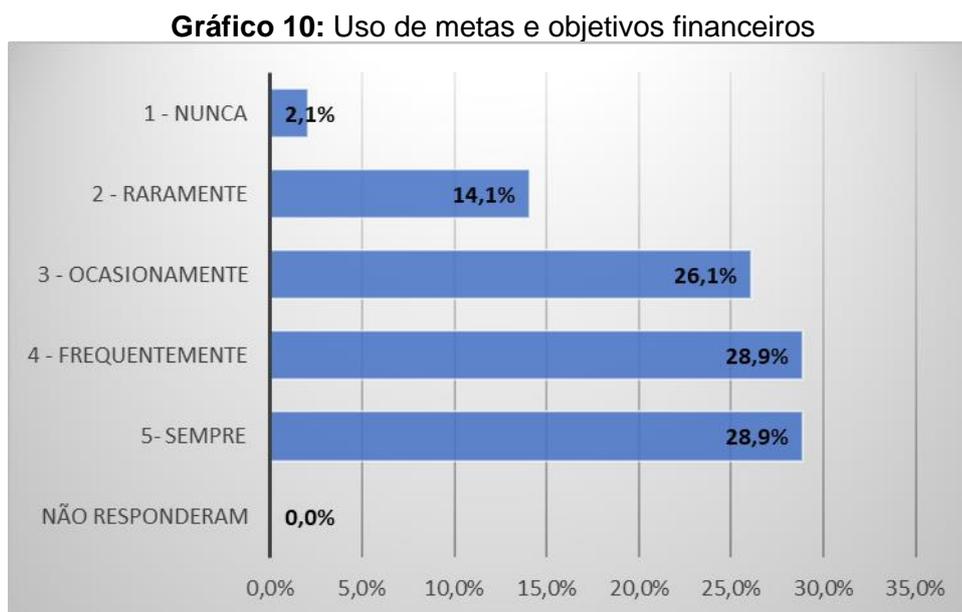
Embora o crédito possa oferecer um alívio temporário, o seu uso habitual pode gerar dependência financeira, especialmente se for usado como complemento de renda. Usá-lo neste intuito, pode levar a um endividamento acumulado, especialmente se o indivíduo recorrer a modalidades com altas taxas de juros, como cheque especial e cartão de crédito. Essa prática pode criar um ciclo vicioso, onde novas dívidas são contraídas para pagar as anteriores, resultando em uma situação financeira insustentável; situação essa recorrente nas estatísticas da Confederação Nacional do Comércio (2020).

Além disso, a dependência do crédito dificulta o planejamento financeiro. Os pagamentos mensais podem comprometer uma parte significativa da renda futura, limitando a capacidade de poupança e investimento. A falta de clareza sobre as despesas reais também pode levar a um controle inadequado do orçamento.

Por fim, essa abordagem pode gerar estresse financeiro e impactar negativamente a saúde emocional. A preocupação constante com dívidas não apenas prejudica o bem-estar, mas também pode afetar a pontuação de crédito, dificultando o acesso a novos financiamentos em melhores condições. Para evitar essas armadilhas, é fundamental priorizar uma gestão financeira equilibrada e a construção de uma reserva de emergência.

Sobre a preocupação com o futuro

Em relação as práticas financeiras voltadas para o futuro, os participantes responderam ao questionamento se possuem o hábito de estabelecer metas e objetivos financeiros. As respostas aparecem no gráfico 10.

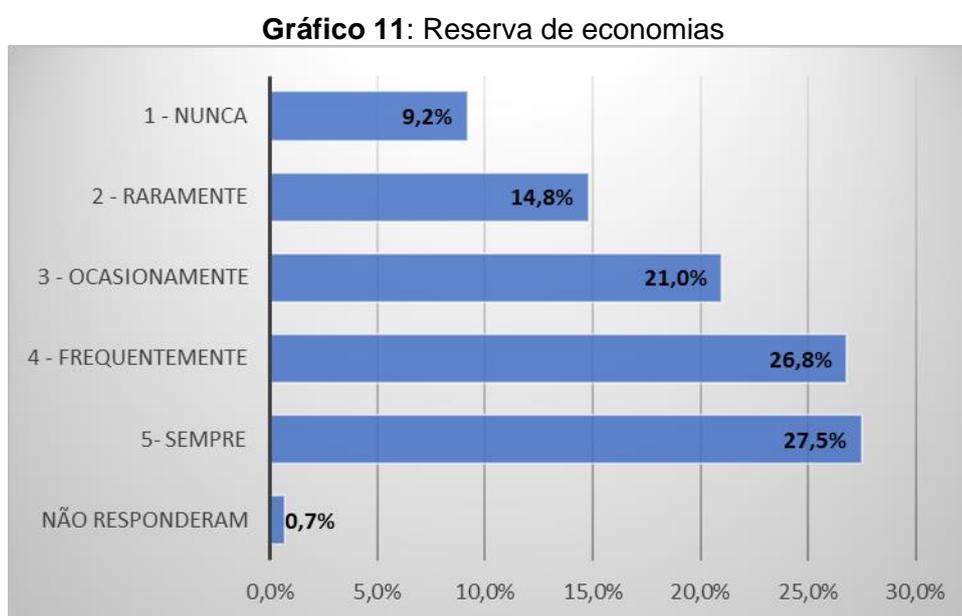


Fonte: Autoria própria

Quanto ao uso de metas e objetivos para direcionamento dos esforços financeiros, como práticas positivas, 51,8% responderam possuir esse hábito, ao responderem frequentemente e sempre. No outro extremo, como práticas negativas, 42,3% não possuem esse tipo de hábito, tendo respondido nunca, raramente e ocasionalmente.

Estabelecer metas e objetivos financeiros é crucial para uma gestão financeira eficaz, pois fornece uma direção clara e um propósito para o uso dos recursos. Metas financeiras ajudam a priorizar gastos, promover a disciplina e evitar despesas impulsivas, garantindo que o dinheiro seja direcionado para o que realmente importa. Além disso, ter objetivos definidos facilita o planejamento a longo prazo, como a construção de uma poupança, a realização de investimentos estratégicos e a preparação para emergências. Isso não apenas contribui para a segurança financeira, mas também para a realização pessoal e profissional, ao permitir que indivíduos alcancem sonhos e aspirações, como comprar uma casa, financiar a educação dos filhos ou se aposentar confortavelmente.

Em complementa a análise da preocupação com o futuro foi lançado o questionamento da prática de economizar, pois poupar, em regra geral, exige mudanças de hábitos, requisita diminuição de despesas, fixação de metas, de objetivos, persistência (BITTENCOURT; NEVES, 2015) e preocupação com o futuro. Da amostra (gráfico 11), 54,3% responderam possuir esse hábito, seja por sempre (27,5%) ou frequentemente (26,8%) pouparem. Como prática negativa 45% ainda não adotaram essa prática habitualmente, sendo que 9,2% nunca pouparam. Dos entrevistados 1 não quis responder a questão.



Fonte: Autoria própria

Poupar não é apenas para investir, mas também para criar segurança financeira e estar preparado para emergências e imprevistos. A construção de uma reserva financeira oferece proteção contra despesas inesperadas, como consertos de carro ou problemas de saúde, evitando a dependência de crédito. Além disso, ter uma poupança pode proporcionar tranquilidade emocional, permitindo que as pessoas enfrentem dificuldades sem o estresse adicional de dívidas. A poupança também possibilita a realização de objetivos de curto prazo, como viagens ou compras planejadas, sem comprometer a saúde financeira. Assim, poupar é uma estratégia essencial para garantir estabilidade e flexibilidade na vida cotidiana.

É importante lembrar que poupar é diferente de investir. Investir é o fato de utilizar o dinheiro poupado, direcionando tais valores para aplicações que rendam juros ou outras formas de remunerações.

Fechando os questionamentos, os entrevistados foram arguidos sobre seu hábito de investir. Os dados deram origem a gráfico 12.



Fonte: Autoria própria

Dentre o total dos 142 entrevistados: 22,5% dos respondentes afirmaram que raramente realizam investimentos, 21,1% ocasionalmente, 21,8% frequentemente e 17,6% nunca. Apenas 15,5% da amostra respondeu que possui a prática permanente de investir. Somando os totais das alternativas nunca, raramente e ocasionalmente, chega-se a um total de 61,20%, ou seja, mais da metade dos entrevistados não possuem o hábito de realizar investimentos no decorrer de suas vidas.

Considerações finais

O cenário revelado por esta pesquisa deixa claro que a grande maioria dos entrevistados compreende a importância da Educação Financeira não somente para si, mas como uma demanda para a sociedade, e também podem ser considerados como consumidores, em sua maioria, conscientes e controláveis, de acordo com suas respostas. Contudo, entre o saber ser importante e o colocar esse saber em sua prática há um distanciamento que ficou evidente nas análises, caracterizadas por práticas negativas em parte da amostra.

Como práticas positivas, destaca-se que pesquisa indica que 38,7% dos entrevistados realizam sempre o controle de gastos, o que é crucial para evitar o

endividamento e promover uma gestão financeira eficiente. Além disso, 28,9% afirmam fazer isso frequentemente, demonstrando uma conscientização crescente sobre a importância do monitoramento financeiro. O planejamento dos gastos é praticado por 66,2% dos respondentes, permitindo a identificação de despesas desnecessárias e a possibilidade de cortar custos. Esse planejamento também facilita a construção de uma reserva de emergência, essencial para lidar com imprevistos. Adicionalmente, 51,8% estabelecem metas financeiras, o que não apenas fornece um direcionamento claro, mas também ajuda a manter a disciplina e a motivação para economizar, contribuindo para a realização de sonhos, como a compra de um imóvel ou a educação dos filhos.

Nos aspectos negativos, por outro lado, 30,9% dos entrevistados não realizam controle de gastos, o que pode resultar em déficits financeiros, levando a um endividamento significativo. A falta de planejamento financeiro, identificada em 33,8% dos respondentes, gera desperdício de recursos e dificulta o controle das contas mensais, o que pode culminar em pagamentos atrasados e multas. Além disso, 47,9% admitiram não refletir antes de realizar compras, indicando uma propensão a gastos impulsivos que prejudicam a saúde financeira. Essa ausência de controle financeiro pode levar a uma incapacidade de lidar com despesas essenciais, resultando em estresse financeiro e comprometendo a qualidade de vida e os relacionamentos pessoais.

Ainda, o uso do crédito como complemento de renda apresenta riscos significativos, como a dependência financeira e a formação de um ciclo de endividamento. Embora 54,9% dos entrevistados nunca tenham utilizado empréstimos consignados, a habitualidade de 11,9% no seu uso é preocupante, pois pode levar a um comprometimento da renda futura. O cheque especial e o cartão de crédito também são utilizados por uma parte da população, o que pode complicar ainda mais as finanças, especialmente quando utilizados de forma frequente. Além disso, apenas 15,5% dos entrevistados mantêm um hábito regular de investimento, enquanto 61,2% não investem de forma consistente, limitando seu potencial de crescimento financeiro. Essa falta de hábitos saudáveis de poupança e investimento compromete a capacidade de planejamento e a segurança financeira a longo prazo, dificultando a preparação para emergências e a realização de objetivos pessoais e profissionais.

Diante dos resultados obtidos, evidencia-se a importância da Educação Financeira, pois ela é fundamental para capacitar os indivíduos a gerenciar suas finanças de forma eficaz. A vivência prática, embora valiosa, não substitui a Educação Financeira por várias razões. Primeiro, a experiência individual com o dinheiro pode ser limitada e muitas vezes influenciada por emoções e comportamentos impulsivos, que podem levar a decisões financeiras ruins. Sem uma base teórica, é fácil repetir erros, como o uso excessivo de crédito ou a falta de poupança.

Além disso, a Educação Financeira fornece conceitos e estratégias que ajudam a entender como funciona o sistema financeiro, permitindo que as pessoas analisem suas situações de forma crítica e tomem decisões informadas. Ela ensina sobre orçamentos, investimentos, juros compostos e a importância de metas financeiras, que são fundamentais para um planejamento eficaz.

Por fim, cabe destacar os achados aqui presentes não são passíveis de generalizações, em razão das limitações metodológicas do estudo, em especial a não utilização de amostra probabilística. Ainda, que da amostra de 142 pessoas, 84,5% têm pelo menos o ensino superior incompleto, contexto muito distante da realidade brasileira. Mas apesar das limitações, espera-se que o presente artigo possa contribuir para a conscientização acerca da Educação Financeira. Como proposta futura, este estudo abre caminhos para a necessidade de trabalhos que objetivem a aplicação prática da Educação Financeira na sociedade em geral.

Referências

BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2008.

BAUMAN, Z. **A arte da vida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2009.

BAUMAN, Z. **A cultura no mundo líquido moderno**. Ed. Zahar. 2011.

BECKER, K. L.; BRONSTRUP; T. M. **Educação Financeira nas escolas**: estudo de caso de uma escola privada de ensino fundamental no município de Santa Maria (RS). Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande do Sul. 2016.

BITTENCOURT, J. H.; NEVES, L. A. **Orçamento familiar**. Centro Universitário para o desenvolvimento Alto Vale do Itajaí. 2015. Disponível em: <<http://www.uniedu.sed.sc.gov.br/wp-content/uploads/2015/01/Artigo-John-Herbert-Bittencourt.pdf>>. Acesso em 15 dez. 2022.

BRASIL. **Estratégia Nacional de Educação Brasileira**. ENEF. Decreto 7.397 de 22 de dezembro de 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7397.htm>. Acesso em 13 nov. 2022.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO. **Endividamento e Inadimplência do Consumidor**. Injeção de liquidez por conta da pandemia faz percentual de famílias endividadas renovar recorde histórico em abril. 2020. Disponível em: <http://www.cnc.org.br/sites/default/files/2020-04/An%C3%A1lise%20Peic%20-%20abril%20de%202020_0.pdf>.

CONTE, M.; OLIVEIRA, C. S.; HENN, R. C.; WOLF, M. P. Consumismo, uso de drogas e criminalidade: Riscos e Responsabilidades. **Psicologia Ciência e Profissão**, 2007, v. 27, n. 1, p. 94-105.

COSTA, J. F. **Perspectivas da juventude na sociedade de mercado**. Rio de Janeiro: Perseu Abramo, 2004.

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**, v. 11, n. 1, p. 75-93, jan/abr. 2012.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

FREITAS, C. C. G.; ROSA, A. C. L. F. Educação Financeira sob a perspectiva da teoria da Tecnologia Social: Uma discussão teórico-reflexiva. **Revista Brasileira de Ensino de Ciência e Tecnologia**, v. 12, p. 55-71, 2019.

GITMAN, L. **Princípios de Administração Financeira**. Essencial: 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

HALFELD, M.. **Investimentos: como administrar melhor seu dinheiro**. São Paulo: Fundamento Educacional, 2006.

HILL, N. **Quem pensa enriquece**. São Paulo: Fundamento educacional, 2009.

LIKERT, R. A technique for the measurement of attitudes. **Archives of Psychology**. v. 22, n. 140, p. 44-53, 1932.

LUIZ, L. T. A ideologia do consumismo. **Colloquium Humanarum**, v. 0, n. 2, dez., 2005, p. 39-44.

MARTINS, J. P. **Educação Financeira ao alcance de todos**. São Paulo: Fundamento Educacional, 2004.

MENDES, J. S. **Educação Financeira para uma melhor qualidade de vida.** Universidade do Sul de Santa Catarina. Tubarão-SC. 2015. Disponível em: <<http://www.uniedu.sed.sc.gov.br/wp-content/uploads/2016/03/TCC-JULIANA-DE-SOUZA-MENDES.pdf>>. Acesso em 28 nov 2022.

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. 3, v. 2, set. 2012, p. 95-111.

OCDE. **Centro OCDE/CVM de Educação e Alfabetização Financeira para America Latina e o Caribe.** 2004. Disponível em: <[https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/\[PT\]%20Recomenda%C3%A7%C3%A3o%20Princ%C3%ADpios%20de%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Financeira%202005%20.pdf](https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/[PT]%20Recomenda%C3%A7%C3%A3o%20Princ%C3%ADpios%20de%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Financeira%202005%20.pdf)>. Acesso em: 20 set. 2022.

PINHEIRO, R. M. **Comportamento do consumidor.** Editora FGV, 2015.

SAVOIA, J. R. F.; SAITO, A. T.; SANTANA, F. A. Paradigmas da Educação Financeira. **RAP**, v. 41, n. 6, p. 1121-1141, 2007.

SCHMIDT, A.; ANDRADE, M. B. de; ALEGRANSI, R. **A Influência do Marketing nas Relações de Consumo: o superendividamento da pessoa física.** 2016. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.unibrasil.com.br/index.php/anaisvinci/article/download/882/858>>. Acesso em 28 nov. 2022.

SILVA, S. B. C. N. **Alfabetização econômica, hábitos de consumo e atitudes em direção ao endividamento de estudantes de pedagogia.** Universidade Estadual de Campinas, Campinas-SP, 2008. Disponível em: <http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/251759/1/Silva_SoniaBessadaCostaNicacio_D.pdf>. Acesso em 14 nov. 2022.

SPC BRASIL. **Impactos do endividamento no estado emocional do brasileiro.** 2015. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/analise_perfil_do_inadimplente_sentimentos.pdf>. Acesso em 14 nov. 2022.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.