

## **O PROCESSO DE APRENDIZAGEM DOS ESTUDANTES SOBRE A TOMADA DE DECISÃO NA SOCIEDADE DE CONSUMIDORES NO CONTEXTO DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA ESCOLAR NO ÂMBITO DA SALA DE AULA DE MATEMÁTICA**

Priscila Fontes Juste<sup>1</sup>

GD09 – Processos Cognitivos e Linguísticos em Educação Matemática

**Resumo:** Nesta comunicação científica apresentaremos e discutiremos nosso projeto de pesquisa que tem como objetivo investigar e produzir um conjunto de tarefas, referenciadas teoricamente pelo Modelo dos Campos Semânticos (Lins, 1999, 2012), que estimule os estudantes a produzirem significados para situações rotineiras de compras que exigem tomadas de decisão com vista a economizar dinheiro ou fazer uma boa compra, observando o custo benefício. A pesquisa se desenvolverá para estudantes do 9º ano do Ensino Fundamental de uma escola da rede pública de Juiz de Fora, M.G. Esta pesquisa se insere numa nova vertente de pesquisa em Educação Matemática denominada Educação Financeira Escolar, cuja finalidade é a inserção do assunto na sala de aula de matemática. A pesquisa é fundamentada teoricamente pelo MCS, a concepção de Educação Financeira Escolar que assumimos é a proposta por Silva e Powell (2013) e as concepções de consumismo e sociedade de consumidores são aquelas caracterizadas por Bauman (2008). O artigo apresenta os principais elementos teóricos e constitutivos de nossa investigação ainda em andamento. Como resultado, esperamos produzir um conjunto de tarefas sobre questões rotineiras de compra que exija tomada de decisão dos estudantes e que possam ser utilizados na sala de aula de Matemática do Ensino Fundamental.

**Palavras-chave:** Educação Matemática. Educação Financeira Escolar. Sociedade de Consumidores. Consumismo. Tomada de Decisão.

### **INTRODUÇÃO**

Este artigo é fruto de uma pesquisa em andamento realizada no curso de Mestrado Profissional em Educação Matemática do Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática pela Universidade Federal de Juiz de fora, MG, intitulada Educação Financeira Escolar: a tomada de decisão na sociedade de consumidores.

A pesquisa tem como objetivo discutir a inserção do tema tomada de decisões em Educação Financeira no âmbito escolar, mais especificamente na sala de aula de matemática. Entendemos que a tomada de decisão deveria ser objeto de discussão e reflexão entre os estudantes na sala de aula de Matemática como parte de sua educação financeira diante de situações financeiras presentes no seu cotidiano.

---

<sup>1</sup> Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF; Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática; Mestrado Profissional em Educação Matemática; priscilaj-jf@hotmail.com; orientador: Amarildo Melchiades da Silva.

As pesquisas sobre Educação Financeira vêm aumentando ao longo dos últimos anos em diversas áreas do conhecimento, tais como, a Educação, a Administração e a Economia. Assim, com o objetivo de delimitar bem nossa pesquisa, decidimos que nosso estudo se insere no campo de pesquisa da Educação Matemática e nossa temática é delimitada para estudos voltados para o ambiente escolar, ao que foi designado por Silva e Powell (2013) por Educação Financeira Escolar.

O tema tratado nessa pesquisa, especificamente, revela a importância do estudo no processo de aprendizagem, a fim, de educar financeiramente e investigar o pensamento financeiro dos estudantes do 9<sup>a</sup> ano da Educação Básica apoiado em um conjunto de tarefas de ensino pautada na perspectiva de tomada de decisão.

Tal tema de estudo tem por direcionamento a questão norteadora na qual procuramos investigar: como a perspectiva de tomada de decisão pode ser inserida no projeto de educar financeiramente estudantes da Educação Básica de escolas públicas? Tendo em vista esta questão inicial e a ausência de material didático que permita o trabalho com os estudantes, parte de nosso projeto será a produção de um conjunto de tarefas, retiradas de situações reais e atuais, que os coloque frente a situações de tomada de decisão financeiras. Isto permitirá a discussão sobre como uma análise matemática pode ser feita e se ela influenciaria na sua decisão.

Por ser tratar de uma temática atual consideramos importante a execução dessa pesquisa, porque seus resultados irão trazer mais esclarecimento à questão norteadora, quais os critérios e fatores que os estudantes utilizam para tomar uma decisão no poder de compra de um produto ou bem financeiro.

No presente texto são apresentados os caminhos teóricos tratados, como a perspectiva de Educação Financeira da OCDE e do governo brasileiro, assim como a concepção de sociedade de consumidores por Bauman (2008) e o processo de tomada de decisão nessa sociedade. Diante disso, tomaremos posições teóricas tais como assumir a perspectiva de Educação Financeira Escolar apresentada por Silva e Powell (2003) como aporte teórico, o Modelo dos Campos Semânticos por Lins (2012). Apresentaremos, também, uma discussão sobre a caracterização da pesquisa e o produto educacional a ser elaborado.

Finalmente, teceremos nossas considerações finais a partir das reflexões que estão sendo impulsionadas pela discussão sobre a tomada de decisão no contexto da Educação

Financeira nas escolas e o impacto deste tema no processo de ensino e aprendizagem dos estudantes no âmbito escolar.

## **EDUCAÇÃO FINANCEIRA: UMA VISÃO GERAL**

A Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), em 2003, incluiu um projeto intitulado “Projeto de Educação Financeira”, a fim de conscientizar e educar financeiramente os cidadãos dos países membros e de países não membros como o Brasil.

A definição de Educação Financeira é expressa pela OCDE nos seguintes termos:

Educação Financeira é o processo pelo qual consumidores e investidores aprimoram seu entendimento em relação a conceitos e produtos financeiros, e, alicerçados em informação, instrução e/ou consultoria direta, desenvolvem habilidades e confiança que os torna conscientes das oportunidades e riscos financeiros, para fazer escolhas informadas, mais capazes de obter informação adicional para fazer escolhas, saberem onde buscar ajuda e de assumirem outras ações efetivas a fim de melhorar a sua proteção e o seu bem-estar financeiro. (OCDE apud SILVA; POWELL, 2015, p.8).

Em 2005, a OCDE, destacou no documento intitulado *Recomendações sobre Princípios e Boas Práticas de Educação Financeira e Conscientização* a recomendação de que as pessoas deveriam ser educadas financeiramente o mais cedo possível em suas vidas.

Silva e Powell (2015) em um artigo intitulado *Educação Financeira na Escola: A perspectiva da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico* apresentam a Educação Financeira na escola, segundo a perspectiva da OCDE, dizendo que seu propósito no contexto escolar seria o de ajudar os estudantes a gerenciar bem o seu dinheiro ao longo de suas vidas, além de, no futuro ser bons divulgadores de novos hábitos financeiros para o resto da população.

A Educação Financeira, segundo a OCDE, visa às finanças pessoais dos estudantes e os conhecimentos e habilidades na sociedade de consumo que interfere no cenário econômico.

O Brasil, apesar de não ser membro da OCDE, participa dos projetos da Organização, instituiu em 2010, a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), por meio do decreto 7.397/10 que define a Educação Financeira utilizando-se do conceito estruturado pela OCDE, mas adaptando-o para a cultura de cada país.

É o processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram sua compreensão em relação aos conceitos e produtos financeiros, de maneira que,

com informação, formação e orientação, possam desenvolver os valores e as competências necessários para se tornarem mais conscientes das oportunidades e dos riscos nele envolvidos e, então, poderem fazer escolhas bem informadas, saber onde procurar ajuda, adotar outras ações que melhorem o seu bem-estar. Assim, podem contribuir de modo mais consciente para a formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro. (ENEF, 2011b, p.57-58).

O programa de Educação Financeira, elaborado pela ENEF, nas escolas é formado por dois projetos, Ensino Médio e Fundamental, possui projeto pedagógico e um conjunto de livros por níveis de ensino que oferecem ao aluno e ao professor, atividades educativas que permitem a inserção do tema na vida escolar dos estudantes.

A OCDE e o governo brasileiro destacam a importância de educar financeiramente a população, em particular, os estudantes nas escolas com uma formação que envolvesse não só informação, mas habilidades, conhecimentos, atitudes e comportamentos. Porém, como observam Silva e Powell (2013) o foco da OCDE e também do governo brasileiro que segue a mesma perspectiva, vai da direção de sugerir um ensino baseado em finanças pessoais e eles acreditam que uma visão mais ampla de formação seja mais interessante na formação dos estudantes brasileiros de escolas públicas.

Concordando com este ponto de vista e seguindo nessa direção, analisamos a visão de sociedade de consumidores proposta por Bauman (2008). Para ele,

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

Ele ainda observa que o consumismo é diferente do consumo, sendo o primeiro, “uma característica dos seres humanos como indivíduos e o segundo é um atributo da sociedade”. (BAUMAN, 2008).

Bauman (2008) expõe uma trágica realidade sobre a sociedade que denominou de líquido-moderna, até então ofuscada pelo mercado de consumo e caracterizada pela transformação das pessoas em mercadorias. O impacto dessa transformação é sentido por todos em diversas áreas da vida, a exemplo da política, da economia, da moda e da cultura.

O mercado de consumo é um espaço social, no qual as pessoas são, simultaneamente, os “fregueses” e as próprias mercadorias. E, para tanto, precisam se moldar e se readequar à realidade dessa sociedade instável (líquida), de modo que

consigam atrair a atenção dos consumidores, mantendo-se sempre na linha de frente das “prateleiras”. Assim, Bauman considera que, neste cenário, três regras básicas do mercado devem ser levadas em consideração:

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

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

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

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

Uma sociedade voltada para o “ter” e não para o “ser”, tornando pessoas mercadorias e reféns do consumo, ao qual acabam consumindo sem a real necessidade. Diante deste ato inconsciente de tomar uma decisão, Cusick (2010) afirma,

[...] é importante reunir informações relevantes, mas depois é igualmente importante deixar que elas fiquem cozinhando em seu subconsciente. É lá que ocorre a reflexão real. Se tentarmos analisar o problema na parte racional de nosso cérebro, os diferentes fatores e informações não nos ajudam, mas nos distraem. (CUSICK, 2010, p. 33).

Segundo o autor, a melhor maneira de tomar uma decisão, seja ela complexa ou não, é dormir com o problema para que possamos fazer escolhas inteligentes, ou seja, é necessário prestarmos atenção e analisarmos vários aspectos diante de uma decisão a ser tomada.

Assim, aliada às reflexões provocadas por Bauman, para entendermos o processo de tomada de decisão humana diante de situações de consumo, destacamos as principais

escolas de pensamento que tratam do tema, tomada de decisão, com foco nas perspectivas da Economia Tradicional, apresentam os principais movimentos sobre a tomada de decisão no século XX com enfoque prescritivo – a racionalidade humana e, Economia Comportamental, com enfoque descritivo em que a racionalidade humana não apenas é vista como limitada, mas também coexistente com determinados desvios e estratégias rápidas que são características do comportamento humano.

As diferenças entre estes dois modelos, o prescritivo e o descritivo estão na forma de olhar as pessoas. Segundo Kahneman (2012),

A análise normativa diz respeito à natureza da racionalidade e da lógica da tomada de decisão. A análise descritiva, por outro lado, diz respeito às crenças e preferências das pessoas tal como elas são, não como devem ser. A tensão entre considerações normativas e descritivas caracteriza grande parte do estudo de julgamento e escolha. (MUNIZ apud KAHNEMAN, 2012, p.541).

Sobre o processo de tomada de decisão destacamos duas visões contemporâneas: marketing e híbrida. Através do marketing, Muniz (2016) destaca dois objetivos principais na área: i) ampliar a visão sobre o processo de tomada de decisão em uma perspectiva voltada para o comportamento do consumidor e, ii) realizar uma discussão sobre motivação e valores, abordando questões como necessidades e desejos, valores culturais e níveis de importância que as pessoas dão aos bens materiais.

A visão hídrica, entendida como a pescaria dos tolos, em que tolo é “alguém que, por qualquer motivo, toma decisão que não é de seu melhor interesse”. Alguns dos motivos que nos levam a tomar decisões ruins são:

(i) retribuir presentes e favores; (ii) ser bons para as pessoas que gostamos; (iii) evitar desobedecer às autoridades; (iv) que nossas decisões sejam consistentes internamente; v) somos aversos às paredes e (vi) temos tendência de seguir os outros ao decidir como nos comportar. (MUNIZ apud CIALDINI, 2007).

Diante destas perspectivas através das escolas de pensamento vinculadas as visões do marketing e da hídrica, procuraremos avaliar seu uso e o seu surgimento na tomada de decisão dos estudantes da Educação Básica em situações financeiras na sociedade de consumo.

## **TOMANDO POSIÇÕES TEÓRICAS**

Com base na revisão dos estudos da OCDE e de algumas propostas dos Estados Unidos da América e do Brasil, os pesquisadores Silva e Powell elaboraram uma visão de Educação Financeira para as escolas destacando a importância desta temática na formação dos professores e como seria abordado o conteúdo no ambiente escolar.

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

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

De acordo com Silva e Powell, uma definição de Educação Financeira Escolar:

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

A concepção de Educação Financeira tem como objetivo central no processo de ensino e aprendizagem desenvolver o pensamento financeiro dos estudantes no ambiente escolar por ser um meio transdisciplinar abrangendo o meio social de cada aluno. Nesta perspectiva, o design do currículo, desenvolvido pelos modos da produção de significados (LINS, 2012), estrutura-se em três dimensões:

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

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

Na proposta de currículo, desenvolvida por Silva e Powell (2013), está organizada em quatro eixos norteadores: i) noções básicas de finanças e economia; ii) finança pessoal e familiar; iii) as oportunidades, os riscos e as armadilhas na gestão do dinheiro numa sociedade de consumo; iv) as dimensões sociais, econômicas, políticas, culturais e psicológicas que envolvem a Educação Financeira; que serão discutidas ao longo de toda a formação dos estudantes.

Visto que nosso tema de pesquisa se enquadra em questões sociais, destacamos o terceiro e quarto eixos norteadores em que serão discutidos temas, como:

iii) oportunidades de investimento; os riscos no investimento do dinheiro; as armadilhas do consumo por trás das estratégias de marketing e como a mídia incentiva o consumo de pessoas;

iv) consumismo e consumo; as relações entre consumismo, produção de lixo e impacto ambiental; salários, classes sociais e desigualdade social; necessidade versus desejo; ética e dinheiro.

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

Em nossa revisão da literatura, dois estudos estão sendo revisados por se tratar de temas de nosso interesse; são eles: Silva (2017) e Massante (2017). Ambas as pesquisas foram desenvolvidas concomitantemente e trataram do tema as armadilhas do consumo. Silva (2017) investigou as armadilhas que existem no comércio e propôs um conjunto de tarefas para serem discutidas com os estudantes do Ensino Fundamental e Massante (2017) investigou as armadilhas criadas pelo marketing e presente na mídia na sociedade de consumidores e também propôs um conjunto de tarefas para que professores pudessem discutir o tema com seus alunos.

Nossos pressupostos teóricos e os elementos que utilizaremos para a análise das falas dos participantes de nossa pesquisa, quando eles estiverem resolvendo situações problemas que exijam tomadas de decisão, serão referenciados no Modelo dos Campos Semântico proposto por Lins (1999, 2012). O MCS nos permite identificar que significado cada sujeito produz, no interior de uma atividade que envolve as tarefas propostas.

Para Lins (2012), o aspecto central de toda cognição humana é a produção de significados. De acordo com o MCS, a noção de significado é compreendida nos seguintes termos: “o significado de um objeto é aquilo o sujeito pode e efetivamente diz sobre um objeto no interior de uma atividade” (SILVA, 2003, p.21). A noção de atividade é tomada do psicólogo soviético Leontiev (por exemplo, Vygotsky; Luria; Leontiev, 1988, p.68) e explicada por Oliveira (1995) da seguinte maneira:

As atividades humanas são consideradas por Leontiev como formas de reação do homem com o mundo, dirigidas por motivos, por fins a serem alcançados. A ideia de atividade envolve a noção de que o homem orientasse por objetivos, por meio de ações planejadas. (Oliveira, 1995, p.96).

Assim, como observa Silva (2003), produzir significados é produzir ações enunciativas a respeito do objeto, no interior de uma atividade. A produção de significados, de acordo com o MCS, amplia o processo de ensino e de aprendizagem com entendimento sobre ensino e aprendizagem: “ensinar é sugerir modos de produção de significados e aprender é internalizar modos legítimos de produção de significados” (LINS, 1999), analisando o modo como o aluno entende e compreende a aprendizagem no interior de uma atividade.

## **METODOLOGIA DE PESQUISA**

Esta pesquisa caracteriza-se por uma abordagem qualitativa de investigação, em que será desenvolvida uma pesquisa de campo, com o intuito de analisar as produções de significados dos estudantes através das sequências de tarefas. De acordo com Biklen e Bodgan (2013), destacam as características de uma investigação qualitativa:

- 1) Na investigação qualitativa a fonte direta de dados é o ambiente natural, constituindo o investigador o instrumento principal; 2) A investigação qualitativa é descritiva; 3) Os investigadores qualitativos interessam-se mais pelo processo do que simplesmente pelos resultados ou produtos; 4) Os investigadores qualitativos tendem a analisar os seus dados de forma indutiva; 5) O significado é de importância vital na abordagem qualitativa. (BIKLEN; BOGDAN, 2013, p. 47-50).

A pesquisa irá acontecer com alunos do ensino Médio, segmento ainda será escolhido, numa escola pública de Juiz de Fora/MG, onde serão aplicadas as tarefas. A escolha dos participantes da pesquisa serão estudantes deste segmento que sejam atraídos pelas propagandas e variedade de produtos presentes no comércio.

A pesquisa de campo será desenvolvida na sala de aula de Matemática, a fim de observarmos o desenvolvimento das tarefas e as produções de seus significados. Como observam Biklen e Bogdan (2013), “Os investigadores qualitativos frequentam os locais de estudos porque se preocupam com o contexto. Entendem que as ações podem ser melhor compreendidas quando são observadas no seu ambiente habitual de ocorrência” (BIKLEN; BOGDAN, 2013, p.48).

Para a coleta de dados utilizaremos gravação de áudio e vídeo, registros escritos, diário de campo para captarmos todas as falas, conversas e expressões dos participantes durante a aplicação das tarefas na sala de aula de Matemática.

O processo da análise de dados irá basear-se no aporte teórico do Modelo dos Campos Semânticos de Lins (1999, 2012) através das seguintes noções categorias:

- i) a constituição de objetos – coisas sobre as quais sabemos dizer algo e dizemos – que nos permite observar tanto os novos objetos que estão sendo constituídos quanto os significados produzidos para estes objetos;
- ii) a formação de um núcleo: o processo que envolve as estipulações locais, as operações e sua lógica;
- iii) a produção de conhecimento;
- iv) a fala na direção de interlocutores;
- v) as legitimidades, isto é, o que é legítimo ou não dizer no interior de uma atividade. (SILVA; POWELL, 2003, p. 77).

Consideramos que quando uma pessoa produz significados para um resíduo de enunciação, como tarefas, por exemplo, um processo é desencadeado e pela perspectiva do MCS, são esses os elementos que o pesquisador considera para “ler” o que podem dizer. Porém, na prática, nem todas das noções categorias podem ser consideradas na leitura da produção de significados para as tarefas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo analisou o entendimento da Educação Financeira proposto pela OCDE e a proposta de projeto de Educação Financeira do governo brasileiro para as escolas, porém, nosso objetivo será a de investigar sobre a tomada de decisões financeiras, a partir das concepções propostas por Silva e Powell (2013).

De acordo com essa visão, a Educação Financeira não consiste somente em aprender a economizar, cortar gastos, poupar e acumular dinheiro. Ela tem o propósito de auxiliar os estudantes a administrar seus rendimentos, orientar na tomada de decisões, informar sobre serviços financeiros, consumir de forma consciente e ajudar a prevenir situações de armadilhas, além de desenvolver um pensamento financeiro e ser educado financeiramente para melhorar o seu bem-estar financeiro.

Indicamos no texto uma discussão teórica sobre a tomada de decisão, que será aprofundada e avaliada a sua utilização com os estudantes para que reflitam sobre a sociedade de consumidores em que vivem, visto que tomamos decisões o tempo todo, conscientemente ou não, principalmente em ações que envolvem o dinheiro.

Com base no Modelo dos Campos Semânticos, analisaremos a produção de significados que os estudantes desenvolverão para compreender como eles pensam sobre o tema tomada de decisão.

Nossa expectativa com esta pesquisa é produzir um conjunto de tarefas, referenciadas teoricamente pelo MCS, que estimule os estudantes a produzirem significados para situações rotineiras de compras que exigem tomadas de decisão com vista a economizar dinheiro ou fazer uma boa compra, observando o custo benefício.

## REFERÊNCIAS

- BARBOSA, G.S. **Educação financeira escolar**: planejamento financeiro. 2015. 132 f. Dissertação (Mestrado em Educação Matemática) – Instituto de Ciências Exatas, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2015.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias / Zygmunt Bauman; tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.
- BIKLEN, S.; BOGDAN, R.C. **Investigação qualitativa em educação**. Porto: Porto Editora, 2013.
- BRASIL/ENEF. **Estratégia Nacional de Educação Financeira** – Plano Diretor da ENEF. 2011b. Disponível em: < <http://www.vidaedinheiro.gov.br/legislacao/Default.aspx>>. Acesso em: jun. 2018.
- CUSICK, W. **Todos os clientes são irracionais**: estratégias para compreender o que eles pensam, sentem e o que os fazem voltar / Willian Cusick; tradução Leonardo Abramowicz. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 208 p.
- LINS, R.C. O Modelo dos campos semânticos: estabelecimentos e notas de teorizações. In: ANGELO, C. L. et al. **Modelo dos Campos Semânticos e Educação Matemática**: 20 anos de História. São Paulo: Midiograf, 1ª edição, 2012, 280 p.
- LINS, R.C. Por que discutir teoria do conhecimento é relevante para a Educação Matemática. In: Bicudo, M. A. V. (Org.). **Pesquisa em Educação Matemática**: concepções e perspectivas. São Paulo: Editora da UNESP, 1999. p. 75-94.
- MASSANTE, K.A. S. C. C. **Educação financeira escolar**: as armadilhas presentes na mídia induzindo o consumismo. 2017. 111 f. Dissertação (Mestrado em Educação Matemática) – Instituto de Ciências Exatas, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2017.
- MUNIZ, I.Jr. **Econs ou Humanos?** Um estudo sobre a tomada de decisão em Ambientes de Educação Financeira Escolar. 2016. 411 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.
- OLIVEIRA, M. K. **Vygotsky**: aprendizado e desenvolvimento um processo sócio-histórico. São Paulo: Scipione, 1995.
- SILVA, A.M. **Sobre a dinâmica da produção de significados para a Matemática**. 2003. 256 f. Tese (Doutorado em Educação Matemática) – Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2003.

SILVA, A.M.; POWELL, A.B. Um programa de educação financeira para a matemática escolar da educação básica. In: ENCONTRO NACIONAL DE EDUCAÇÃO MATEMÁTICA, 11, 2013, Curitiba. **Anais...** Curitiba: SBEM, 2013. p.1-17.

SILVA, A.M.; POWELL, A.B. Educação Financeira na Escola: A perspectiva da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Boletim GEPEM**, nº 66, p. 3-19, jun. 2015.

SILVA, V.H. B. C. **Educação financeira escolar**: os riscos e as armadilhas presentes no comércio, na sociedade de consumidores. 2017. 168 f. Dissertação (Mestrado em Educação Matemática) – Instituto de Ciências Exatas, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2017.