

REFLEXÕES SOBRE CONHECIMENTOS TECNOLÓGICOS PARA A EDUCAÇÃO FINANCEIRA DE JOVENS DE 21 A 34 ANOS DAS CLASSES C E D: UMA PRELIMINAR DE PESQUISA

Aurileia Oliveira Rocha

Yeggus Comércio Internacional Eireli; Centro Universitário UniCarioca

<https://orcid.org/0009-0000-0496-3283>

Alan Gomes da Costa

Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro; Centro Universitário UniCarioca

<https://orcid.org/0009-0004-5381-4689>

Rosa Valim

Programa EICOS (UFRJ); Centro Universitário UniCarioca

<https://orcid.org/0000-0001-7190-3635>

Data de Submissão: 01/09/2023

Data de aprovação: 29/12/2023

RESUMO

Este artigo debruçou-se sobre o tema “tecnologias para a educação financeira e economia comportamental”. Debates a respeito deste tema vêm ganhando espaço, haja vista a complexidade do momento presente no Brasil pós-pandêmico, com salários achatados e aumento da taxa de inflação e da taxa de desemprego. Objetiva-se aqui refletir sobre conhecimentos tecnológicos para educação financeira que gerem resistência a gatilhos mentais capazes de interferir na tomada de decisões de compras dos jovens de 21 a 34 anos das classes C e D. Realizou-se, para esse artigo, pesquisa bibliográfica e preliminar de pesquisa, seguindo orientações da Resolução 510 do Conselho Nacional de Saúde. Por fim, os dados da preliminar foram analisados à luz dos dados bibliográficos e para tanto utilizou-se a técnica da Análise de Conteúdo de Bardin. Ao final, quatro categorias de análise, foram identificadas: (i) ilusão de que o dinheiro resolverá problemas, (ii) desejo de compreender tecnologias para educação financeira, (iii) consumo por impulso e (iv) dificuldade de gestão financeira e endividamento. Dentre os achados, destaca-se: a percepção de que a deficiência de conhecimentos de tecnologias relativas à educação financeira e economia comportamental leva as pessoas, principalmente os jovens, a consumir por impulso, aumentando suas despesas e por consequência comprometendo o orçamento familiar.

Palavras-chave: educação financeira; economia comportamental; tecnologias para a educação financeira; comportamento dos jovens.

CONSIDERATIONS ABOUT TECHNOLOGICAL KNOWLEDGE FOR FINANCIAL EDUCATION OF YOUNG PEOPLE AGED 21 TO 34 IN CLASSES C AND D: A PRELIMINARY RESEARCH

ABSTRACT

This article focused on the theme “technologies for financial education and behavioral economics”. Debates on this topic are gaining ground, given the complexity of the present moment in post-pandemic Brazil, with flat wages and an increase in the inflation rate and unemployment rate. The objective here is to reflect on technological knowledge for financial education that generates resistance to mental triggers capable of interfering in the purchasing decision-making of young people aged 21 to 34 in classes C and D. For this article, a bibliographic and preliminary research was carried out, following guidelines of Resolution 510 of the National Health Council. Finally, preliminary data were analyzed in the light of bibliographic data, using Bardin's Content Analysis technique. In the end, four categories of analysis were identified: (i) illusion that money will solve problems, (ii) desire to comprehend technologies for financial education, (iii) impulse consumption and (iv) difficulty in financial management and indebtedness. Among the findings, the following stand out: the perception that the lack of knowledge regarding technologies related to financial education and behavioral economics leads people, especially young people, to consume on impulse, increasing their expenses and consequently jeopardizing the family budget.

Keywords: financial education; behavioral economics; technologies for financial education; young people's behavior

CONSIDERACIONES SOBRE EL CONOCIMIENTO TECNOLÓGICO PARA LA EDUCACIÓN FINANCIERA DE JÓVENES DE 21 A 34 AÑOS DE LAS CLASES C Y D: UNA INVESTIGACIÓN PRELIMINAR

RESUMEN

Este artículo se centró en el tema “tecnologías para la educación financiera y la economía del comportamiento”. Los debates sobre este tema están ganando terreno, dada la complejidad del momento actual en el Brasil postpandemia, con salarios planos y un aumento de la tasa de inflación y la tasa de desempleo. El objetivo aquí reflexionar sobre conocimientos tecnológicos para la educación financiera que generen resistencia a desencadenantes mentales capaces de interferir en la toma de decisiones de compra de jóvenes de 21 a 34 años de las clases C y D. Para este artículo se realizó una investigación bibliográfica y preliminar, siguiendo los lineamientos de la Resolución 510 del Consejo Nacional de Salud. Finalmente, los datos preliminares fueron analizados a la luz de los datos bibliográficos, utilizando la técnica de Análisis de Contenido de Bardin. Al final, se identificaron cuatro categorías de análisis: (i) ilusión de que el dinero resolverá problemas, (ii) deseo de entender tecnologías para la educación financiera, (iii) consumo impulsivo y (iv) dificultad en la gestión financiera y endeudamiento. Entre los hallazgos se destacan: la percepción de que el desconocimiento de tecnologías relacionadas con la educación financiera y la economía del comportamiento lleva a las personas, especialmente a los jóvenes, a consumir por impulso, aumentando sus gastos y consecuentemente comprometiendo el presupuesto familiar.

Palabras clave: educación financiera; conducta económica; tecnologías para la educación financiera; el comportamiento de los jóvenes.

1 INTRODUÇÃO

Esse artigo debruça-se sobre o tema tecnologias para a educação financeira e economia comportamental. O debate sobre a tomada de decisão para que um indivíduo compre, seja lá o que for, permeia transversalmente diferentes ciências entre elas Administração, Economia, Psicologia e Sociologia. Estes olhares múltiplos sobre este tema complexo são essenciais para compreensão do comportamento dos jovens de 21 a 34 anos, frente a situações de escolha – como no momento de adquirir um produto ou serviço (Diniz; Mira, 2022).

Conceituar tecnologia não é algo simples, pois o termo pode significar muitas coisas distintas para pessoas diferentes. Todavia, existe um denominador comum entre as definições mais consagradas: a percepção de que tecnologias se referem a conhecimentos. Trabalhar-se-á aqui com a compreensão de que tecnologia remete a grau de conhecimento (científico ou empírico) que determinada civilização ou sociedade atingiu num determinado tempo histórico (Kenski, 2013; Lemos; Lévy, 2010). Tem-se, portanto, que tecnologia pode ser tangível ou intangível e remete à sistema através do qual a sociedade procura suprir as necessidades e desejos de seus integrantes. Assim, tratar de tecnologias para a educação financeira e economia comportamental de jovens é tratar de conhecimentos científicos ou empíricos que procurem viabilizar mais poder de decisão, consciência e capacidade crítica aos jovens do mencionado recorte, para que abandonem posturas passivas em favor de atuação mais consciente.

Para além, por educação financeira deve-se entender o processo de aquisição de conhecimento e desenvolvimento de habilidades com relação ao manejo dos recursos financeiros, através do estudo de conceitos básicos de gestão, com investimentos, planejamento de orçamento familiar, gerenciamento e negociação de dívidas e empréstimos. A educação financeira traz diversas vantagens para o indivíduo, ampliando as chances de o indivíduo atingir a estabilidade financeira, o que é benéfico para a sociedade como um todo (Brasil, 2013). Já a Economia Comportamental trata das teorias aplicadas ao comportamento das pessoas com base em estudos de psicologia e neurociência, sendo um campo de estudo interdisciplinar, que busca promover uma visão mais abrangente sobre o comportamento dos jovens objetos desse estudo, com o intuito de compreender como eles tomam suas decisões. A economia comportamental entende que as pessoas nem sempre se comportam de maneira racional, como é sugerido pela economia clássica. A economia comportamental leva em consideração os fatores culturais, tecnológicos e psicológicos e o contexto no qual as pessoas estão inseridas (Ávila; Bianchi, 2019).

1.1 Contornos estruturantes do artigo

Este artigo questiona a respeito do seguinte: como conhecimentos tecnológicos dos jovens de 21 a 34 anos das classes C e D podem influenciar na capacidade de gestão financeira? Acredita-se que os jovens brasileiros de 21 a 34 anos das classes C e D (que ganham até 10 salários mínimos) carecem de conhecimentos tecnológicos para gestão de suas finanças e isso acaba prejudicando-os em maior ou menor grau. Todavia, nunca será tarde para que busquem conhecimentos com vias a organização financeira que viabilize uma outra realidade, mais consciente e estável financeiramente.

Objetivou-se aqui refletir sobre conhecimentos tecnológicos para educação financeira que gerem resistência a gatilhos mentais capazes de interferir na tomada de decisões de compras dos jovens de 21 a 34 anos das classes C e D. Para alcançar este

objetivo geral foi necessário trilhar tomar os seguintes passos: (i) evidenciar, através de pesquisa bibliográfica, a importância da Educação Financeira (com conhecimentos e tecnologias peculiares) e os conceitos de Economia comportamental, bem como refletir sobre padrões comportamentais de compras associados aos jovens de 21 a 34 anos das classes C e D hoje; (ii) realizar preliminar de pesquisa, seguindo orientações da resolução 510 de 2016 para averiguar as condições de possibilidade de realização de pesquisa subsequente sobre aspectos referentes a fatores comportamentais e conhecimentos tecnológicos (adquiridos ao longo da vida de uma pessoa) que influenciam na tomada de decisão das pessoas em relação às suas compras; (iii) discutir os dados desta preliminar à luz do material bibliográfico pertinente. Urge que jovens de 21 a 34 anos das classes C e D reflitam, de forma consciente, sobre seus gatilhos mentais associados a hábitos financeiros, bem como conhecimentos tecnológicos que gerem resistência a estes gatilhos mentais, uma vez que no Brasil, 35,2% (24,82 milhões) da população dessa faixa etária encontra-se endividada (Serasa, 2023).

1.2 Caminhos metodológicos

Inicialmente realizou-se pesquisa bibliográfica, ou seja, realizou-se pesquisa e análise de um conjunto de obras e publicações sobre o tema. Essa técnica utiliza a literatura como fonte principal, possibilitando ao pesquisador sintetizar e interpretar o conhecimento disponível, através de um contato direto com o que foi publicado a respeito do assunto de interesse, com intuito de obter uma visão geral mais atualizada (Lakatos; Marconi, 2010).

Para o desenvolvimento deste estudo bibliográfico alguns autores foram essenciais, a saber, a brasileira Flávia Ávila (2014; 2019; 2022), mestre em Economia pela Universidade de Nottingham, Inglaterra. A autora cooperou com conhecimentos sobre os conceitos e aplicações práticas da Economia Comportamental, além da sua importância para o desenvolvimento de um equilíbrio financeiro na vida dos jovens, através da identificação dos gatilhos mentais e emocionais. Já o norte americano Robert Kiyosaki (2017) auxiliou na elaboração dos conceitos voltados para a Educação Financeira, para a importância de ela ser ensinada desde cedo às crianças/aos jovens. Para além, publicações de estudo em sites e revistas eletrônicas de autores diversos também foram fundamentais no processo de reflexão e debate.

Realizou-se também uma preliminar de pesquisa seguindo as orientações da resolução 510 de 2016 do Conselho Nacional de Saúde (Brasil, 2016). Esta preliminar materializou-se a partir de conversas informais com 6 jovens com idades entre 21 e 34 anos. Aos jovens indagou-se: (i) a respeito de aspectos referentes a fatores comportamentais e conhecimentos tecnológicos adquiridos ao longo da vida que poderiam influenciá-los na tomada de decisão em relação às compras; (ii) a respeito de que forma a Educação Financeira faz ou não parte do cotidiano deles; (iii) a respeito de dívidas ou economias que possuíam e (iv) a respeito de como os conhecimentos na área de economia (ou a deficiência deles) colabora com o quadro de endividamento ou reserva financeira que possuem.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A seguir a importância da Educação Financeira (com seus conhecimentos e tecnologias peculiares), e reflexões a respeito de como ela pode influenciar no modo como as pessoas realizam o manejo do dinheiro e demais recursos financeiros. Destaca-se a necessidade do ensino dessa disciplina desde a juventude, visando a capacitação das

pessoas, principalmente os mais jovens para uma tomada de decisões mais consciente e de que forma a Educação Financeira pode contribuir para a redução do fator endividamento no Brasil.

Em seguida, apresentam-se reflexões sobre os conceitos de Economia Comportamental, uma ramificação da economia que buscou apoio na psicologia para sanar irregularidades nos conceitos que a economia clássica supunha. Destaca-se dentro deste contexto a teoria do “Homo Economicus” que afirma que o homem é sempre racional e egoísta em suas decisões financeiras, afirmação essa que é refutada pela Economia Comportamental, ao destacar que as pessoas tomam decisões – na maior parte das vezes – levadas por fatores emocionais.

E, por fim, propõem-se aqui ponderações sobre os padrões comportamentais de compras associados aos jovens de 21 a 34 anos das classes C e D, de que forma eles são influenciados pela mídia ou por campanhas publicitárias e como enfrentam os desafios econômicos que surgem em suas vidas. Postulam-se, a seguir, também, conjecturas sobre como as limitações referentes a aprendizados inerentes à Educação Financeira têm dificultado o gerenciamento adequado dos recursos financeiros por parte desses jovens, resultando em endividamento.

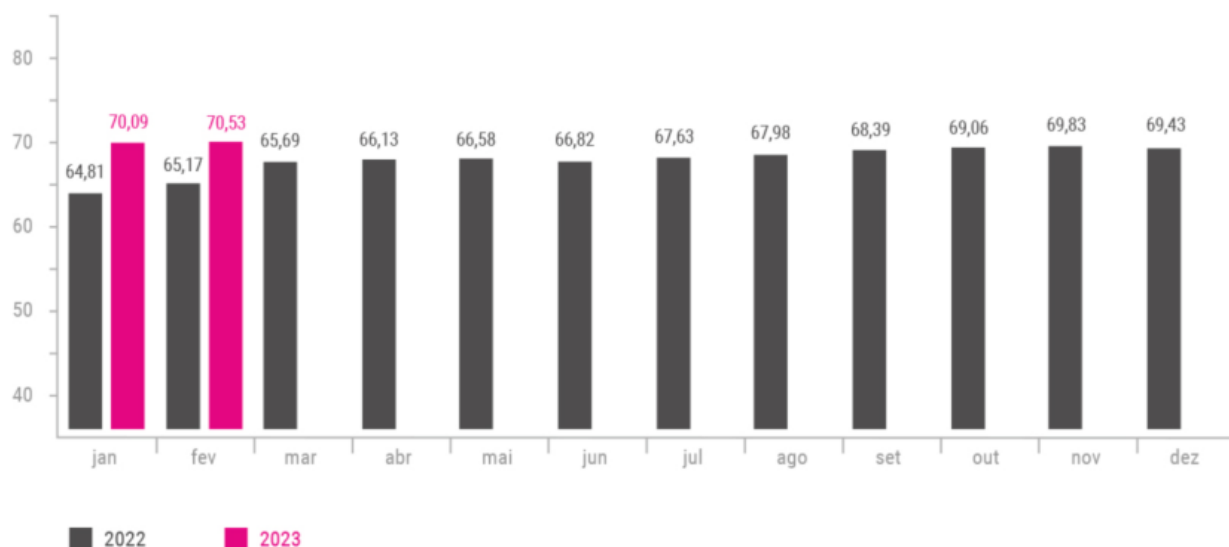
2.1 A importância da Educação Financeira

A educação financeira remete ao modo com o qual as pessoas se relacionam com o dinheiro – não se trata apenas do hábito de poupar dinheiro como muitos imaginam, mas do entendimento sobre toda a esfera que envolve comportamentos básicos para uma boa administração dos recursos. Para isso, o indivíduo necessita entender o funcionamento do mercado, a influência dos juros, como consumir de forma consciente bloqueando o consumismo de forma compulsiva, compreender a importância e as benesses do orçamento pessoal e familiar, assim como manter saudável a gestão financeira pessoal (Brasil, 2013).

De acordo com o Banco Central do Brasil – BCB (Brasil, 2013), a Educação Financeira é o aparato para promover o desenvolvimento econômico do país, uma vez que as decisões financeiras dos indivíduos podem influenciar no todo. No Brasil, nas últimas décadas, graças às políticas adotadas e à atuação do BCB, observou-se uma queda na inflação e certa estabilidade econômica, o que contribuiu para a maior oferta de produtos e serviços financeiros, além de ampla concessão de crédito, que foi capaz de alcançar grande parte da população das classes C e D, anteriormente excluídas. Contudo é necessário que as pessoas aprendam a lidar adequadamente com o sistema, caso contrário o resultado será o endividamento.

Ao se observar a última década, tem-se que, de acordo com o mais recente levantamento do Serviços de Assessoria S.A. – SERASA – o número dos inadimplentes cresceu (e segue crescendo). Com base nos dados de fevereiro de 2023, houve um aumento de mais de 430 mil pessoas em relação ao mês de janeiro – o indicador aponta que 70,53 milhões de brasileiros estão endividados atualmente (Figura 1) (Serasa, 2023; Jornada Edu, 2023).

Figura 1 – Inadimplentes no Brasil

A evolução do **número de inadimplentes** no Brasil no último ano

Fonte: Serasa, 2023.

As origens deste endividamento da população brasileira são complexas e encontram-se atravessadas por questões políticas e sociais diversas – nacionais e internacionais. “A educação financeira passou a ser obrigatória em todas as turmas, do ensino infantil ao médio, desde 2020, por demanda da Base Nacional Comum Curricular” (Jornada Edu, 2023, n.p.). Tencionou-se assim viabilizar a crianças e adolescentes conhecimentos específicos de economia (a serem abordados de forma multidisciplinar, não se restringindo à matemática, mas combinados – entre outras coisas – a questões sociais, políticas, culturais, ambientais e psicológicas) para se tornarem mais capazes de administrar o dinheiro de forma mais responsável (Jornada Edu, 2023). Todavia, a implementação de tal política pública em prol de educação financeira para discentes do ensino infantil ao médio caminha de forma lenta (afinal, materialização de políticas não se dão da noite para o dia) – olhando pelo lado positivo, sabe-se que a situação não está estagnada – segue lentamente, mas segue. Aos poucos novas políticas começam a chegar para adensar aquelas existentes e somar esforços em prol de materialização das estratégias de maneira integrada. O Projeto de Lei 268/23, apresentado pelo deputado Amom Mandel (Cidadania-AM), está em análise na Câmara dos Deputados e propõe alteração na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB) – tenciona incluir, como temas transversais nos currículos da educação básica (formada por educação infantil, ensino fundamental e médio), a educação política e financeira (Agência Câmara De Notícias, 2023). Sabe-se que...

Na Câmara, já tramitam outros projetos que também tratam da inclusão da educação financeira como tema transversal dos currículos, como o Projeto de Lei 2107/11, que inclui “Noções de Economia Financeira” como disciplina obrigatória no ensino médio. O texto tramita com mais de 20 propostas apensadas (Agência Câmara de Notícias, 2023, n.p.).

Espera-se assim, com o tempo, reduzir a quantidade de cidadãos brasileiros inadimplentes no longo prazo, mas mais do que isso, conferir subsídios tecnológico-educacionais que viabilizem construção da maior autonomia e qualidade de vida aos

cidadãos brasileiros dentro do contexto econômico Brasil (Agência Câmara de Notícias, 2023).

2.2 Conceitos da Economia Comportamental

A economia comportamental é uma subdivisão da economia, aplicada ao estudo do comportamento econômico das pessoas, englobando teorias e descobertas das áreas de psicologia e neurociência, baseadas em observação. O surgimento desse ramo da economia teve início em 1950 com os estudos de alguns autores como o economista estadunidense Hebert Simon, que defendeu a análise do comportamento dos indivíduos por meio de mecanismos cognitivos. Simon deu origem à teoria da Limitação da racionalidade, na qual defendia que a maioria das pessoas são parcialmente racionais, ou seja, nossa mente não é capaz de solucionar problemas dentro dos padrões economicamente racionais, fazendo oposição direta à teoria do “Homo Economicus”, que defendia o ser humano como plenamente racional, absolutamente vazio de emoções e movido apenas por egoísmo e ganância (Ávila; Avila, 2014).

Segundo Ávila e Avila (2014), em meados de 1970, psicólogos cognitivos começam a estudar o processo decisório e comportamental dos agentes e adentram no campo da economia. Em seus trabalhos eles modelam a racionalidade limitada voltada para os economistas, de modo que alguns deles passam a se familiarizar com ela e a aceitar que as irregularidades sinalizadas por diversos autores são dignas de atenção e que não poderiam permanecer ignoradas. A partir de então, apoiam-se na psicologia em busca de respostas. Nesse sentido, afirmam Ávila e Avila (2014):

Dois trabalhos importantes que são considerados grandes marcos para a Economia Comportamental. O primeiro, a chamada Teoria da Perspectiva (*Prospect Theory*), dos psicólogos Daniel Kahneman e Amos Tvesky, busca descrever de maneira mais realista o processo de decisão dos agentes corrigindo e explicando anomalias detectadas na teoria econômica tradicional. O segundo trabalho do economista Richard Thaler (*Toward a Positive Theory of Consumer Choice*), publicado já em 1980, descreve uma série de anomalias não explicadas pelo *maistream* da economia abrindo assim um novo campo de estudo (Ávila, F.; Avila, M. 2014, p.1).

De acordo com a economia comportamental, a tomada de decisão do indivíduo é fortemente influenciada pelas experiências pessoais, hábitos e acima de tudo por fatores emocionais. Desse modo a psicologia forneceu uma alternativa para que a Ciência Econômica inferisse o processo cognitivo que norteia o processo decisório, visto que tal comportamento difere da perspectiva defendida pela economia tradicional, uma vez que anteriormente ela não considerava relevantes os fatores emocionais (Ávila; Bianchi, 2019).

Os estudos do economista norte-americano Richard Thaler, que em 2017 ganhou o prêmio Nobel de economia em parceria com o professor e advogado Cass Sunstein publicado em 2008, ratificam a teoria de Tvesky e Kahneman. Na obra os autores destacam que as pessoas possuem maior inclinação para tomar decisões positivas, quando são delicadamente direcionadas nesse sentido, de maneira a não se sentirem forçadas. Esses “empurrões” (chamados *nudges*) procuram compreender como será o comportamento das pessoas e como se dá o processo decisório e, possuem como objetivo mudar o contexto em que uma decisão é tomada, podendo ser aplicado nas mais diferentes áreas (Cavallini, 2017).

Um exemplo prático de *nudge*, é quando uma pessoa precisa comprar um sapato – ao adentrar na loja ela é impactada pelo ambiente climatizado, a música e a maneira como os produtos estão posicionados. Em seguida ela é abordada por um simpático vendedor,

que lhe oferece uma água ou um café, enquanto lhe mostra os produtos, ele também lhe oferece uma promoção exclusiva para adquirir dois pares de sapato por um preço excelente. A partir de então a consumidora pode ficar sugestionada a aceitar a oferta e a realizar a compra. Todavia, ao chegar em casa a consumidora pode perceber que não havia necessidade de adquirir dois pares de sapato, muito embora a circunstância prévia fez com que ela acreditasse ser ótima opção na hora (Cavallini, 2017; Mosmann, 2021)

De acordo com Ávila (2022), a Economia Comportamental tem adquirido destaque nos últimos anos por meio de suas contribuições teóricas e empíricas, demonstrando resultados robustos em diversos setores, dentre eles: sustentabilidade, desenvolvimento de produtos e serviços, segurança, hábitos de consumo.

2.3 Padrões comportamentais de compras associados aos jovens de 21 a 34 anos das classes C e D hoje

Para compreensão do padrão comportamental de compras associado às pessoas entre 21 e 34 anos das classes C e D (o objeto de estudo deste artigo), deve-se começar observando as principais características que marcam estas gerações – a geração Y ou *Millenials*, que compreende os nascidos entre 1981 e 1994, e a geração Z ou *Zoomers*, que compreende os jovens nascidos entre 1995 e 2009. Destaca-se, todavia, que pode haver variações nas faixas etárias, segundo estudiosos (Schemes, 2021; Sebrae, 2022; Zendesk, 2023).

Já em relação às classes, os indivíduos da classe C, são definidos como classe média, e recebem de quatro a dez salários mínimos mensalmente, ou seja, de R\$ 4.180,00 a R\$ 10.450,00 (dados de 2022). É a classe mais mutável, e sofre com flutuações do mercado – seus indivíduos têm maior mobilidade entre classes, ou seja, possuem mais chances de alçarem à classe B ou caírem para a classe D ou E. Esta variação depende bastante das políticas governamentais com seus programas sociais e políticas públicas (como política de cotas e bolsas de estudo). Já a classe D, conforme os critérios do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), é composta por pessoas com renda entre R\$ 1.255,00 e R\$ 2.004,00, empregadas de carteira assinada, que gozam de certa estabilidade no emprego. Estas pessoas não dispõem de recursos financeiros para poderem aproveitar momentos de lazer (IBGE apud Equipe Mais Retorno, 2022a e 2022b).

A geração Y, por ser uma geração que possui confiança nas palavras de seus amigos, e que sempre busca validação dos mesmos, tem um padrão de consumo peculiar – colecionam histórias, objetos e momentos e tendem a dar preferência a marcas novas ao invés das já consolidadas no mercado (Zendesk, 2023). Esta geração presenciou o nascimento das redes sociais e são bastante influenciados por elas – tendem a consumir após lerem *posts* ou resenhas de outros em redes sociais (bem como *blogs* e sites) e costumam interagir digitalmente com marcas (marcas tendem a estabelecer proximidade com estes consumidores, gerando engajamento) (Viana, 2016).

Quanto aos jovens da geração posterior (a geração Z), suas características mais marcantes são preocupações com pautas que não costumavam ser preocupação de seus antecessores, como questões sociais, ambientais, direitos dos animais e a política tanto de seu país de origem quanto de outros países. A geração Z também possui facilidade em desapego, são imediatistas, consomem por indicação e conforme avaliações nas mídias sociais; também costumam mostrar suas novas aquisições nas redes sociais como os *Millenials*. Um grande diferencial deste grupo é que os seus integrantes possuem curiosidade quanto à origem do produto que estão consumindo, se é sustentável etc., do

mesmo modo que prezam bastante pela experiência de consumo (Schemes, 2021; Zendesk, 2023).

São duas gerações que embora possuam suas particularidades e questões específicas, compartilham de certos fatores em comum, sobretudo alguns métodos de consumo. Viram de perto o *boom* da tecnologia e a chegada de eletrônicos, como *smartphones* e *tablets*, e estes passaram a fazer parte de sua rotina, seja nas compras e nas maneiras de interagir e avaliar escolhas de consumo – bem diferente das gerações anteriores – porém, destaca-se: há uma preocupação com *Millenials* e *Zoomers*: a tendência às dívidas. Estima-se que 56% dos *Zoomers* comprem de maneira impulsiva e que 47% dos *Zoomers* perdem a noção de seus gastos envolvendo o lazer. Esta falta de controle pode ser associada à carência de educação financeira e tende a ameaçar suas economias atuais e futuras. Para além, tem-se que o momento presente está repleto de incertezas por conta da recente pandemia que durou dois anos e deixou – no Brasil – crise econômica e taxa de desemprego de aproximadamente 8,9%. Interessante pontuar que entre os jovens da geração Y a taxa é menor, mas entre os jovens da geração Z a taxa é expressivamente maior – como apresentado no quadro 1, abaixo (Schemes, 2021; Miranda, 2022; Ferrari, 2023). Tem-se assim que o momento é delicado e demanda atenção e planejamento, demanda uso responsável do dinheiro e do cartão de crédito (Alves, 2019).

Quadro 1: Taxa de desemprego por faixa etária.

	3º. Trimestre/ 2022	2º. Trimestre/ 2023	3º. Trimestre/ 2023
De 18 a 24 anos	18%	16,6%	16%
De 25 a 39 anos	7,8%	7,4%	7%

Fonte: IBGE, 2023 apud Ferrari, 2023.

Por conta de todas estas variáveis mencionadas – associadas ao traço geracional e situação circunstancial de exceção – mais de 8 milhões de jovens brasileiros encontram-se endividados (Machado, 2022) – 48% deles têm 40 anos ou menos (Figura 1).

Outro fator a ser levado em conta, e que preocupa, é o endividamento das mulheres – as mulheres representam 50,2% dos inadimplentes no Brasil (Figura 1) (Cavallini, 2017; Serasa, 2023). Para além, segundo a Confederação Nacional do Comércio – CNC (FENACOR, 2023) entre estas mulheres endividadas, sabe-se que a maioria possui até 35 anos. Estas mulheres moram nas regiões Sul e Sudeste (regiões onde o custo de vida tende a ser mais alto, mas onde existem mais oportunidades de emprego), possuem o ensino médio incompleto (ou seja, baixa escolaridade) e pertencem a famílias que recebem até dez salários mínimos (classes C, D e E). Estes dados evidenciam que o endividamento dos brasileiros atingiu as classes C, D e E (Campos, 2023). A respeito dessa concentração de endividamento das famílias com menor renda e a quebra da tendência em reduzir as dívidas, como era percebido até 2019, o presidente da CNC, José Roberto Tadros (Campos, 2023, n.p.), comenta:

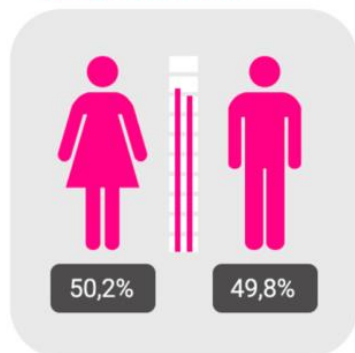
Os efeitos perversos da pandemia, com o fechamento de negócios e o aumento do número de desempregados, e no pós-pandemia com o avanço da inflação, fizeram com que as famílias com rendas mais baixas precisassem recorrer ao crédito para manutenção do consumo de primeira necessidade. Enquanto entre as famílias de maior renda, a retomada do consumo reprimido levou à maior contratação de dívidas.

Figura 1 – Inadimplentes por Gênero e Faixa etária

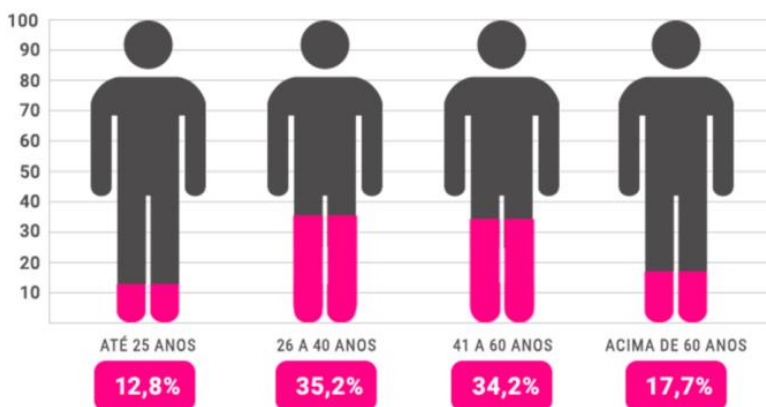
01 Inadimplentes no Brasil

Perfil dos Inadimplentes:

Gênero dos inadimplentes:



Faixa etária de inadimplentes:



Fonte: Serasa, 2023.

Em 2022, 77,9% das famílias brasileiras possuíam dívidas, conforme dados do CNC (FENACOR, 2023), o que representou um aumento de sete pontos percentuais em relação ao ano de 2021. Segundo dados do Serasa (2023) o cartão de crédito, com seus juros exorbitantes, foi o principal responsável pelo endividamento das famílias em 2023 (Figura 2), haja vista que muitos brasileiros estão optando por pagar despesas essenciais com ele.

Figura 2 – Inadimplentes no Brasil por segmento

01 Inadimplentes no Brasil

Principais dívidas por segmento:



Fonte: Serasa, 2023.

A pesquisadora Izis Ferreira (FENACOR, 2023) ratifica esta informação ao afirmar que “as pessoas com renda mais baixa estão usando o cartão de crédito para comprar alimentos e medicamentos, além de pagar contas de luz e telefone, por exemplo, para postergar o gasto para o mês seguinte ou mesmo parcelar esses valores”.

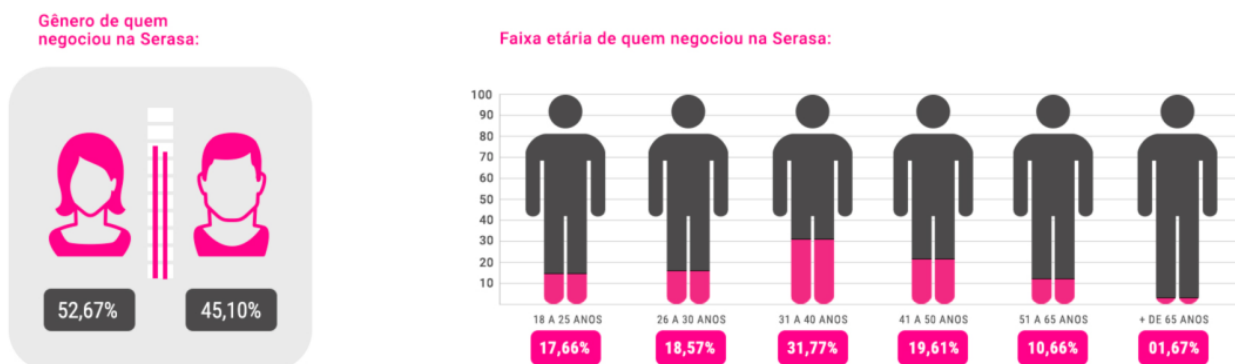
Apesar do contexto, há esperança para os jovens entre 21 e 27 anos, os *Zoomers*. Acredita-se que essa experiência negativa pela qual eles vêm passando lhes trará aprendizado, sabedoria (o que tende a promover mudança de atitude) – esta conclusão foi fornecida pela inteligência artificial do ChatGPT – “ferramenta de processamento de linguagem natural orientada por inteligência artificial que possibilita conversas semelhantes às humanas com o *chatbot*” (Pineda, 2023, n.p.). Quando perguntado sobre como esta geração – *Zoomers* – encara o momento de inflação atual, o ChatGPT respondeu não possuir experiência, nem informação pessoal, mas resumidamente menciona fatores como o aumento de preços, os altos valores associados à moradia, à alimentação, às necessidades básicas, aos custos com a educação (já que muitos almejam ingressar no ensino superior e/ou em curso de pós-graduação). A inteligência artificial do ChatGPT afirmou que os *Zoomers* devem observar seus hábitos de consumo, cortar gastos desnecessários e buscar soluções como morar com colegas de quarto, além de bolsas de estudos e subsídios para cobrir os custos da educação, pois esta é a chave para se sobressair em meio a tempos de dificuldade (Brandão, 2023).

Esta reflexão sugerindo associação entre experiência negativa e aprendizado, proposta pela inteligência artificial do chat GPT parece bastante plausível, afinal, sabe-se que momentos de dificuldade tendem a atuar como catalisadores para o aprendizado, a sabedoria e as soluções criativas. Tal afirmação pode ser corroborada por dados de 2023 do Serasa (2023) que evidenciaram esforço de renegociação de dívidas por parte de pessoas com até 40 anos – representaram 68% daqueles que renegociaram suas dívidas e limparam o nome no primeiro semestre de 2023 (Figura 3).

Figura 3 – Renegociação de dívidas na Serasa

02 Renegociação de dívidas na Serasa

Perfil de quem renegociou no Serasa Limpa Nome:



Fonte: Serasa, 2023.

3 DADOS DA PRELIMINAR DE PESQUISA

A seguir, anotações referentes às conversas informais realizadas por ocasião de preliminar de pesquisa, seguindo as orientações da resolução 510 de 2016 do Conselho Nacional de Saúde (Brasil, 2016). Foram seis conversas que ocorreram no intervalo de duas semanas. Cada conversa durou entre 5 e 10 minutos – por conta do fato de que os sujeitos ouvidos verbalizaram que não tinham muito tempo disponível. Os nomes destes

sujeitos foram preservados - eles serão identificados apenas como P1, P2, P3, P4, P5 e P6. A seguir, breve apresentação de características dos sujeitos ouvidos por ocasião desta preliminar e anotações relativas às suas verbalizações.

Quadro 2: Anotações das verbalizações referentes às conversas da preliminar de pesquisa.

Conversas	Características	Anotações das verbalizações
Conversa 1	P1, homem de 34 anos, com Ensino Médio completo e atualmente trabalhando em uma empresa como Assistente de Supervisão, com remuneração de um salário mínimo.	Informa possuir pouquíssimo conhecimento a respeito de Educação Financeira. Gostaria de saber mais. Atualmente encontra-se endividado e possui dificuldades em gerenciar suas dívidas. Tem por hábito gastar com produtos diversos e em passeios, costuma realizar suas compras em Shoppings Centers. Baseia suas decisões de compra em pesquisas de preço em diferentes locais e alega não comprar movido por impulso.
Conversa 2	P2, homem de 24 anos, cursando o Ensino Superior e atualmente trabalhando no serviço militar, com remuneração mensal entre 2 e 3 salários mínimos.	Afirma possuir pouco conhecimento a respeito de Educação Financeira. Gostaria de saber mais. Atualmente não está endividado, entretanto, afirma que no passado já enfrentou dificuldades referentes ao superendividamento. Tem por hábito gastar com produtos em lojas físicas, serviços e gêneros alimentícios. Suas decisões de compra são baseadas em pesquisas de preço em diferentes locais, conforme sua necessidade, observando, porém, sempre o que o mercado oferta como melhor custo-benefício.
Conversa 3	P3, homem de 29 anos, com Ensino Superior completo e atualmente trabalhando em uma rede hospitalar exercendo a função de Gerente, com remuneração de quatro salários.	Ele afirma possuir pouco conhecimento a respeito de Educação Financeira, no entanto nunca esteve endividado. Gostaria de saber mais. Tem por hábito gastar em lojas físicas e em Shopping, suas decisões de compra são baseadas em pesquisas de preço.
Conversa 4	P4, homem de 22 anos, cursando Ensino Superior, atualmente está sem vínculo empregatício e em busca de uma primeira oportunidade de trabalho.	Ele afirma possuir pouco conhecimento a respeito de Educação Financeira. Gostaria de saber mais. Não está endividado e nunca esteve. Tem por hábito gastar com itens consumíveis/perecíveis, alimentos etc., especificamente em supermercados. Costuma comprar artigos de vestuário em lojas pequenas, com “preços populares”, evitando lojas de grandes marcas, que na sua opinião possuem preços altos para seu padrão. Suas decisões de compra são baseadas em pesquisas de preço em algumas ocasiões e em outras ele acaba por realizar suas compras movido pelo impulso.

Conversa 5	P5, homem de 23 anos, com Ensino Médio completo e atualmente sem vínculo empregatício.	Afirma possuir pouco conhecimento a respeito de Educação Financeira. Gostaria de saber mais. Não se encontra endividado. Tem por hábito gastar com comidas e serviços on-line. Suas decisões de compra são baseadas de acordo com a necessidade e, com produtos em geral. Costuma realizar pesquisas de preço e consome em lojas confiáveis, para ele, nas quais já está habituado a comprar.
Conversa 6	P6, mulher de 20 anos, cursando o Ensino Superior em período integral, não possuindo vínculo empregatício.	Ela afirma possuir pouco conhecimento a respeito de Educação Financeira. Gostaria de saber mais. Atualmente não está endividada, mas alega que sua família se encontra endividada e possui dificuldades com a gestão dos recursos e gerenciamento das dívidas. Tem por hábito gastar com alimentação, materiais de estudo da faculdade e medicamentos, comprando sempre nos mesmos locais.

Fonte: Autoral (2023).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para análise de dados utilizou-se a técnica de Bardin (2016) que se divide em três fases: (1) pré-análise (momento de atenta leitura dos dados coletados para familiarizar-se com eles), (2) exploração do material com categorização (momento associado à identificação das unidades de significação ou dos fragmentos de texto que expressam algum significado) e (3) tratamento dos resultados, inferências e interpretações (em que haverá a classificação das unidades de significação em categorias, para que possa ocorrer a interpretação dos resultados e a elaboração conclusões).

Assim, inicialmente realizou-se a pré-análise – as informações das entrevistas foram lidas e percepções diversas emanaram. Após, tais percepções da leitura viabilizaram a identificação de quatro categorias de análise, a saber: (i) o dinheiro resolverá problemas, (ii) desejo aprender mais sobre tecnologias para educação financeira, (iii) consumo por impulso e (iv) dificuldade de gestão financeira tende a promover endividamento. Por fim, os dados da preliminar de pesquisa foram analisados, à luz do material bibliográfico pertinente, tendo como norte as categorias mencionadas – inferências foram realizadas e encontram-se apresentadas a seguir.

É comum ouvir de pessoas que dinheiro resolverá os seus problemas. Com os jovens ouvidos por ocasião desta pesquisa não foi diferente – 5 dos 6 jovens creem na ideia de que ter entrada financeira maior, por si só anularia os problemas atuais e promoveria “imunidade” a futuros problemas. Esta crença pode ser considerada ingênua. Muito embora o dinheiro possa sim resolver muitos problemas, segundo Kiyosaki (2017), pensar que dinheiro resolverá todos os problemas, pode acarretar dias difíceis, pois dinheiro sem inteligência financeira desaparece depressa, enquanto inteligência financeira resolve problemas e gera dinheiro. Como afirmado previamente, o termo tecnologia pode remeter a grau de conhecimento (científico ou empírico) que determinada civilização ou sociedade atingiu num determinado tempo histórico (Kenski, 2013; Lemos; Lévy, 2010). Urge que tecnologia financeira (ou conjunto de conhecimentos destinados à educação financeira) torne-se mais acessível aos jovens brasileiros. Este aprendizado, todavia, encontra barreiras, haja vista que pesquisas sugerem que os estudantes brasileiros expressam certo desinteresse pela Matemática (Lozada; Mota, 2023). Acredita-se que um dos fatores

responsáveis por este desinteresse se relaciona a não inserção de propostas de ensino relacionadas às vivências sociais (Heinen et al, 2016).

Todos os jovens ouvidos por ocasião da preliminar de pesquisa afirmaram o desejo de aprender mais sobre tecnologias para educação financeira. Todos também verbalizaram que adorariam ter tido contato com tais tecnologias desde a infância – na escola. Tais dados sugerem a necessidade de desenvolvimento de uma educação financeira de forma estratégica e política, dado o estado de endividamento da população brasileira. Mais do que nunca, nas palavras de Maheata (2023), faz-se necessário proporcionar aos jovens brasileiros o contato com tecnologias ou conhecimentos de Educação Financeira, para estabelecimento de relação saudável com dinheiro.

Verifica-se que dois dos seis entrevistados costumam consumir sempre nos mesmos locais, que para eles são lojas que possuem, em sua opinião, credibilidade. Todos os entrevistados afirmam realizar pesquisa de preço, no entanto, dois deles afirmam que mesmo pesquisando, acabam sendo levados a comprar por impulso, quando chegam ao local e verificam alguma oferta que lhes pareça vantajosa. Segundo Ávila e Bianchi (2019), a Economia Comportamental estuda a tomada de decisão do indivíduo influenciada pelas experiências pessoais, hábitos e acima de tudo por fatores emocionais. O consumo por impulso associa-se – muitas vezes – a poucos conhecimentos de Educação Financeira, haja vista que a ação de compra por impulso pode ser controlada racionalmente pelo indivíduo que possua conhecimentos concretos de Economia Financeira. Uma pessoa educada financeiramente, bem instruída, pode ser mais forte que eventuais adversidades. Sobre esse tema o empresário, economista, investidor e escritor Robert T. Kiyosaki (2017), autor do *best-seller* *Pai Rico, Pai Pobre* diz:

O interessante é: hoje, vivemos em tempos de mudanças maiores e mais aceleradas [...]. Estou muito preocupado com o fato de que as pessoas se preocupam excessivamente com o dinheiro e não com sua maior riqueza, a educação. Se as pessoas estiverem preparadas para ser flexíveis, mantiverem suas mentes abertas e aprenderem, se tornarão cada vez mais ricas durante essas mudanças. Se pensarem que o dinheiro resolverá seus problemas, receio que terão dias difíceis. A inteligência resolve problemas e gera dinheiro. Dinheiro sem inteligência financeira desaparece depressa (Kiyosaki, 2017, p 64 e 65).

No cenário atual em que uma parcela expressiva da população brasileira se encontra endividada, desenvolver educação financeira torna-se cada vez mais indispensável e tem de ser um cuidado coletivo das esferas públicas e privadas.

Um dos jovens ouvidos (dentre os seis jovens ouvidos por ocasião da preliminar de pesquisa) esteve endividado por certo tempo e recentemente conseguiu “limpar seu nome”, enquanto dois dos jovens (dentre os seis jovens ouvidos), encontram-se endividados e possuem dificuldades para gerenciar suas dívidas. Crê-se que dificuldade de gestão financeira tende a promover endividamento. Ao proporcionar aos jovens contato com a Educação Financeira, estimula-se uma relação saudável destes com o dinheiro. Em outros termos, este tipo de estímulo tende a promover indivíduos mais capazes de aproveitar oportunidades de fazer bons investimentos, de lidar com situações inesperadas (tanto no campo pessoal quanto profissional), e de experienciar a real independência (Maheata, 2023).

De acordo com o Banco Central do Brasil (Brasil, 2013) é essencial que as pessoas tenham contato com a Educação Financeira desde a infância, com objetivo de formar conhecimentos sólidos para gerir seus recursos e orçamento familiar, evitando superendividamento. Observou-se que todos jovens ouvidos por ocasião da preliminar de pesquisa alegam não possuir nenhum conhecimento em Educação Financeira ou possuir

um conhecimento muito parco – adquirido através de matérias on-line ou vídeos de alguns criadores de conteúdo. Todavia, tal conhecimento é superficial e carece de elementos estratégicos que viabilizem materialidade, o que tende a ser um problema, pois desta forma o conhecimento encontra dificuldades de efetivar-se em ações práticas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dados da preliminar de pesquisa sugerem que entre os jovens de 21 a 34 anos das classes C e D (i) existe a ilusão – ingênua – de que entrada financeira maior, por si só, anulará os problemas atuais e promoverá “imunidade” a futuros problemas; (ii) existe o desejo de compreender tecnologias para educação financeira (de fato gostariam de ter tido contato com alguns conhecimentos de economia desde a infância); (iii) realizam pesquisa de preço, mas mesmo pesquisando acabam sendo levados a comprar por impulso um ou outro produto (por conta de apelo visual e de marketing); (iv) possuem pouco ou nenhum conhecimento de educação financeira (o pouco que possuem eles absorveram através de matérias on-line ou vídeos de alguns criadores de conteúdo, no entanto o conhecimento é superficial e difícil de ser ancorado na prática).

Notou-se que o conhecimento básico de tecnologias para gerenciamento de bens, que deveria estar ao alcance de todos, especialmente dos mais jovens é, no momento, limitado, pouco acessível, difícil de ser materializado. É possível que a carência de conhecimentos de gestão financeira leve as pessoas, principalmente os jovens a consumir por impulso, aumentando suas despesas e, por consequência, comprometendo o orçamento familiar. Dentre os jovens ouvidos percebeu-se que, apesar do pouco conhecimento de Economia que possuem, demonstram clara compreensão dos gatilhos associados à compra e venda adotados pelo comércio e manifestam o desejo de aprimorarem a forma como consomem (de forma a tornarem-se consumidores mais inteligentes), através de pesquisas de preço por exemplo. Com base nos dados da preliminar de pesquisa pode-se supor relação de causalidade entre a carência dos conhecimentos de Educação Financeira e o endividamento. Todavia, há que se investigar melhor tal relação. Futuros trabalhos podem aprofundar reflexões a respeito do tema, dando ênfase a aspectos como este, que não foram aqui mapeados ou aprofundados.

Crê-se que a quantidade de dinheiro que uma pessoa possui, pode não responder muito bem numa eventual crise. Se não houver inteligência ou educação financeira para o gerenciamento dos seus bens, diante das rápidas mudanças do mundo atual, é provável que os recursos acabem e o indivíduo se veja em uma situação de endividamento, que se não for contornada pode vir a se tornar uma “bola de neve”.

Assim, diante do contexto apresentado, é inegável a necessidade de se promover uma boa educação financeira – como política pública – desde a infância, dentro do ambiente escolar. Urge, todavia que, dentro deste contexto escolar, se aplique uma linguagem compatível com cada faixa etária, com objetivo de formar cidadãos conscientes financeiramente e até mesmo promover mudanças sociais, visto que a tendência é que os estudantes levem o conhecimento adquirido para dentro do contexto familiar e para a vida. E, para além dos muros da escola, faz-se fundamental envolver pais e/ou responsáveis no aprendizado, para que também despertem interesse pelo tema, visto que o comportamento destes pais e/ou responsáveis tende a moldar/influenciar sobremaneira as atitudes adotadas pelas crianças e jovens (futuro do país!).

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA CÂMARA DE NOTÍCIAS. **Projeto inclui educação política e financeira nos currículos da educação básica** fonte: Agência Câmara de Notícias. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/938759-projeto-inclui-educacao-politica-e-financeira-nos-curriculos-da-educacao-basica/>. Acesso em: 16 abr. 2023.

ALVES, Wendel. **47% dos jovens da geração Z não realizam o controle das finanças, aponta pesquisa CNDL**. Disponível em: <https://cndl.org.br/politicaspUBLICAS/2019/05/06/>. Acesso em: 16 abr. 2023.

ÁVILA, Flávia. Aplicações contemporâneas da economia comportamental. **Revista Economistas, do Conselho Federal de Economia – COFECON**, Ano XIII, n 44, p. 35-40, abril-junho de 2022. Disponível em: <https://www.cofecon.org.br/2022/08/11/aplicacoes-contemporaneas-da-economia-comportamental/>. Acesso em: 01abr.2023.

ÁVILA, F.; AVILA, M. **Como e quando surgiu a economia comportamental**. Disponível em: <http://www.economiacomportamental.org/o-que-e/>. Acesso em: 05 abr. 2023.

ÁVILA, Flávia; BIANCHI, Ana M. **Guia de economia comportamental e experimental**, Editora EC, 2.ed., 2019, p. 15. Disponível em: <https://www.economiacomportamental.org/guia/>. Acesso em: 11 abr. 2023.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BRANDÃO, Marcelo. **Geração Z encara a inflação melhor do que millennials e baby boomers**. Disponível em: <https://consumidormoderno.com.br/geracao-z-inflacao-consumo/>. Acesso em: 16 abr. 2023.

BRASIL. **Caderno de Educação Financeira e Gestão de Finanças Pessoais**. Banco Central do Brasil. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/documentos_cidadania/Cuidando_do_seu_dinheiro_Gestao_de_Financas_Pessoais/caderno_cidadania_financeira.pdf. Acesso em: 12 abr. 2023.

CAMPOS, Ana Cristina. **Maioria dos endividados brasileiros em 2022 era mulher e jovem**. Agência Brasil. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2023-01/maioria-dos-endividados-brasileiros-em-2022-era-mulher-e-jovem>. Acesso em: 12 abr.2023.

CAVALLINI, Marta. **Richard Thaler ganha Nobel de Economia em 2017 por unir economia e psicologia**. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/premio-nobel-de-economia-vai-para-criador-da-teoria-da-contabilidade-mental.ghtml>.. Acesso em: 11 abr. 2023.

DINIZ, Marianna F.; MIRA, Elson C., **Revista de Gestão e Secretariado**, São Paulo set/dez 2022, p. 768. Disponível em: <https://revistagesec.org.br/secretariado/article/view/1365/616> Acesso em: 05 abr. 2023.

EQUIPE MAIS RETORNO. **Classe C: o que é e como funciona?** Disponível em: <https://maisretorno.com/portal/termos/c/classe-c>. Acesso em: 17 abr. 2023.

EQUIPE MAIS RETORNO. **Classe D: saiba o que é e como funciona - 2022.** Disponível em: <https://maisretorno.com/portal/termos/c/classe-d>.. Acesso em: 27 abr. 2023.

FENACOR. **CNC divulga o perfil da maioria dos endividados.** Disponível em: <https://www.fenacor.org.br/noticias/cnc-divulga-o-perfil-da-maioria-dos-endividados>. Acesso em: 16 abr. 2023.

FERRARI, Hamilton. **Desemprego entre jovens atinge menor nível desde 2014.** Poder360. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/economia/desemprego-entre-jovens-atinge-menor-nivel-desde-2014/>. Acesso em: 23 nov. 2023.

G1. **Mulher, jovem e com ensino médio incompleto são a maioria dos endividados, que bateram recorde em 2022.** Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2023/01/20/mulher-jovem-e-com-ensino-medio-incompleto-sao-a-maioria-dos-endividados-que-bateram-recorde-em-2022.ghtml>.. Acesso em: 17 abr. 2023.

HEINEN, C. A. Et al. Atividades experimentais e modelagem matemática: uma prática realizada com alunos do ensino médio politécnico. **Revista Caderno Pedagógico**, v.13, n.1, p.139-155, 2016. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/47519>. Acesso em: 11 abr. 2023.

JORNADA EDU. **Qual a importância da educação financeira nas escolas.** Disponível em: <https://jornadaedu.com.br/praticas-pedagogicas/educacao-financeira-nas-escolas-o-que-e-e-como-fazer/>. Publicado em 09/01/2023. Acesso em: 12 abr. 2023.

KENSKI, Vani Moreira. **Educação e tecnologias: o novo ritmo da informação.** 7. ed. Campinas: Papirus, 2007.

KIYOSAKI, Robert T. **Pai rico, pai pobre.** Alta Books, Edição especial, 2017.
LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** São Paulo: Atlas, 2010.

LE MOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet: em direção a uma cibernética planetária.** São Paulo: Paulus, 2010.

LOZADA, C. de O.; MOTA, F. M.. Uma investigação sobre o processo de modelagem matemática e a resolução de problemas em uma atividade de matemática financeira na 3ª série do ensino médio. **Revista Carioca de Ciência, Tecnologia e Educação**, 8 (1), 3 – 13, 2023. Disponível em <https://recite.unicarioca.edu.br/rccte/index.php/rccte/article/view/249>. Acesso em 16 abr 2023.

MACHADO, Clarissa. Mais de 8 milhões de jovens da geração Z estão com dívidas atrasadas. **Estadão Expresso** Disponível em: <https://expresso.estadao.com.br/naperifa/mais-de-8-milhoes-de-jovens-da-geracao-z-estao-com-dividas-atrasadas/>.. Acesso em: 16 abr. 2023.

MAHEATA, Celso **Por que educação financeira é pauta indispensável para 2023**, Disponível em: <https://www.travelexbank.com.br/blog/por-que-educacao-financeira-e-pauta-indispensavel-para-2023/>. Acesso em: 18 abr. 2023.

MIRANDA, Eduardo. **Mais afetados pelo desemprego, jovens do RJ contam sobre as dificuldades de conseguir trabalho.** Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2022/06/15/mais-afetados-pelo-desemprego-jovens-do-rj-contam-sobre-as-dificuldades-de-conseguir-trabalho>. Acesso em: 16 abr. 2023.

MOSMANN, Gabriela. **Nudge**: entenda o que é esse termo e saiba como aplicar. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/nudge/>. Acesso em: 08 abr. 2023.

PINEDA, Juliana. **Chat GPT**: Entenda tudo sobre a ferramenta que pode revolucionar suas vendas! Disponível em: <https://www.tray.com.br/escola/chat-gpt/>. Acesso em: 18 de set. 2023.

SCHEMES, Taynara. **Você conhece o comportamento do consumidor da geração Z?** será que dá para conquistar esses clientes? Disponível em: <https://conteudo.movidesk.com/comportamento-consumidor-geracao-z/>. Acesso em: 18 abr. 2023.

SEBRAE. **Como é o comportamento do consumidor da geração Z.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-e-o-comportamento-do-consumidor-da-geracao-z,6fd256cd6b362810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 16 abr. 2023

SERASA. **Mapa da inadimplência e renegociação de dívidas.** Disponível em: <https://cdn.builder.io/o/assets%2Fb212bb18f00a40869a6cd42f77cbeefc%2Fcc02be44dba4ad591384789263bd1ba?alt=media&token=d934e9f2-fcf1-4648-8c07-e6bb38ef71d3&apiKey=b212bb18f00a40869a6cd42f77cbeefc>. Acesso em: 18 abr. 2023.

VIANA, Arthur. **Geração dos millennials**: onde vivem, como pensam, como compram e como vendem. Disponível em: <https://reev.co/geracao-dos-millennials/#:~:text=A%20gera%C3%A7%C3%A3o%20Y%20tende%20a,de%20pensar%20em%20compr%C3%A1%2Dlo>. Acesso em: 16 abr. 2023.

ZENDESK. **Comportamento de consumo das gerações**: guia rápido para melhorar a experiência do consumidor. Disponível em: <https://www.zendesk.com.br/blog/comportamento-de-consumo-das-geracoes/>. Acesso em: 16 abr. 2023.