

Carlos Daniel Da Silva Cavaton

João Augusto Ferreira Santiago

Raíssa De Souza Peres

Victor Henrique Burlina

**A ausência da educação financeira e seus reflexos no cenário dos jovens  
consumistas.**

**Bebedouro.**

**2022**

Carlos Daniel Da Silva Cavaton

João Augusto Ferreira Santiago

Raíssa De Souza Peres

Victor Henrique Burlina

**A ausência da educação financeira e seus reflexos no cenário dos jovens  
consumistas.**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso Técnico em  
Bebedouro da Etec Professor Idio Zucchi,  
orientado pelo Prof. Diego Julião, como  
requisito parcial para obtenção do título de  
técnico em Contabilidade.

**Bebedouro.**

**2022**

*Dedicamos este trabalho aos nossos professores e orientadores, que com conhecimento, contribuíram para a realização do mesmo.*

### **agradecimentos**

A Deus, pela nossa vida, e por nos permitir ultrapassar todos os obstáculos encontrados ao longo da realização deste trabalho.

Aos nossos pais e irmãos que nos incentivaram em momentos difíceis e compreenderam nossa ausência enquanto nos dedicávamos na realização deste trabalho.

Aos professores Diego Julião, Eduardo Da Hora, Luciana Uzae e aos demais professores pelas correções e ensinamentos que nos permitiram apresentar um melhor desempenho no nosso processo de determinação tanto pessoal quanto profissional, por todos os conselhos e pela paciência ao longo do curso.

Aos nossos colegas de curso, com quem convivemos intensamente durante esse ano, pelo companheirismo e pela troca de experiências que nos permitiram crescer não só como pessoas, mas como formandos.

A todas as pessoas que fizeram parte da nossa pesquisa de campo, que foram fundamentais e de extrema importância no levantamento de dados e informações relevantes sobre a temática da pesquisa.

“O objetivo do consumidor não é possuir coisas, mas consumir cada vez mais e mais a fim de que com isso compensar o seu vácuo interior, a sua passividade, a sua solidão, o seu tédio e a sua ansiedade.”

Érico Veríssimo.

**RESUMO**

O presente trabalho tem como objetivo apresentar um estudo sobre a ausência da educação financeira na vida de jovens consumistas no Brasil, ou seja, analisar os impactos causados por essa falta e possíveis soluções para que esse cenário preocupante mude.

Palavras chaves: Consumismo- Jovens- Educação financeira- Cenário preocupante

## LISTA DE FIGURAS

LISTA DE TABELAS

## **Possível Sumário**

1. Introdução.
2. A Mídia como influência para jovens consumistas.
  - 2.1. A alienação no consumo
    3. Impactos que a ausência da educação financeira causa na vida financeira de um jovem consumista.
      4. Como ser financeiramente educado.
      5. Papel familiar.
      6. Oneomania: A doença do consumismo.
      7. Consumismo e meio ambiente.
      8. Aplicativos de controle financeiro e suas vantagens.
      9. Pesquisa de Campo.
      10. Referências.
      11. Procedimentos metodológicos.
      12. Conclusão.

## 1 INTRODUÇÃO

A Educação financeira é um conhecimento, no qual através de informações necessárias as pessoas têm a capacidade de gerenciar seu próprio dinheiro, possibilitando uma melhor qualidade de vida. Em uma análise específica nos jovens, percebe-se que existe uma escassez enorme de como eles cuidam de sua vida financeira, destacando-se o consumismo frequente no dia a dia, os gastos inadequados e a falta de conhecimento para investir seu dinheiro visando o lucro.

Segundo a Associação de Educação Financeira do Brasil (AEF-Brasil), "a Educação Financeira é importante, pois prepara as futuras gerações para desenvolver as competências e habilidades necessárias para lidar com as decisões financeiras ao longo de suas vidas. Não é um conjunto de ferramentas de cálculo, é uma leitura de realidade, de planejamento de vida, de prevenção e de realização individual e coletiva".

No que diz respeito ao maior "inimigo" dos bolsos dos jovens, no caso o consumismo, pode se dizer que sua origem se apresentou a partir da Revolução Industrial, na metade do século XVIII, onde a produção e comercialização de um determinado produto aumentou em larga escala, conseqüentemente levou as pessoas a consumirem mais do que o comum e sem necessidade.

Com a evolução tecnológica, o consumismo teve um aumento desenfreado, pois as mídias com sua influência e persuasão, tiveram maior facilidade de alcançar os jovens, devido a criação da internet, e os meios de comunicação em massa.

Tendo em vista o exposto acima, a problemática definida para este trabalho científico é: quais são os impactos que a ausência da educação financeira, pode causar na vida de um jovem consumista?

É importante destacar os benefícios que a presença da educação financeira traz para a vida dos jovens consumistas, que por sua vez, terão a capacidade de planejar, organizar e gerenciar seu próprio dinheiro, de maneira consciente.

Diante disso, o cenário atual dos jovens consumistas terá uma melhora significativa, no que se refere ao conhecimento adquirido, que colocado em prática, possibilitará uma melhor qualidade de vida, livrando-os do possível endividamento, e ajudando-os a conviver no quadro precário em que o Brasil se encontra, no qual um salário mínimo, não equivale a nada.

O objetivo geral deste trabalho de conclusão de curso é apresentar como a educação financeira agregará na vida dos jovens consumistas.

Os Objetivos Específicos desta pesquisa científica são:

Apresentar a importância da educação financeira na vida dos jovens;

Mostrar como o consumismo é prejudicial;

Estudar as relações que os familiares têm na prevenção ou no desenvolvimento do consumismo na vida dos seus filhos(adolescentes);

Mostrar como a mídia influencia os jovens;

Apresentar aplicativos que ajudam no processo de controle financeiro.

A elaboração deste trabalho se fundamentou na técnica de documentação indireta, com uma pesquisa bibliográfica na área de Educação Financeira e Consumismo, em artigos científicos via internet, como sites específicos de cada tópico do sumário.

Foram realizadas ainda pesquisas de campo, com o uso da aplicação de questionários. Vários dados foram coletados e trabalhados para se obter informações relevantes sobre a temática da pesquisa.

Este estudo apresentado conta com a abordagem quali-quantitativa, contendo dados subjetivos e dados baseados em métodos matemáticos e estatísticos, e terá como foco o papel da educação financeira no combate ao consumismo, especialmente para os jovens.

## **2 A MÍDIA COMO INFLUÊNCIA PARA JOVENS**

Atualmente, as mídias exercem um papel importantíssimo dentro da sociedade, servindo como instrumento da comunicação e informação. Seu objetivo é transmitir uma mensagem o tempo todo, por meio de seus diversos veículos :Televisão, rádio, internet, livros, jornais, revistas, cinema, impressa, computador, cartazes, panfletos e outros.

Os recursos midiáticos são poderosos meios para o desenvolvimento de opiniões, saberes, normas, comportamentos e valores. Estratégias são usadas com o intuito de fazer com que o interlocutor enxergue o mundo por suas lentes, influenciando assim o consumo, que de forma exagerada e sem necessidade passa a ser consumismo.

O consumismo teve origem a partir da revolução industrial (segunda metade do século XVIII), após os processos de produção e circulação de um determinado produto ser agilizado, a população então passou a consumir muito mais do que era consumido antes. Com isso, também houve a necessidade da compra para manter status e aparências.

Em particular, um segmento da sociedade mais afetado são os jovens, em processo de desenvolvimento intelectual e social, que não têm o conhecimento necessário de como administrar suas finanças pessoais e principalmente, não resistem aos impulsos consumistas.

A mídia por sua vez, é de grande interferência na vida cotidiana de um jovem consumista, que passa a consumir mais pela influência e persuasão (muitas vezes negativas) que ela exerce sobre eles, impondo padrões de consumo e de vida.

Esses indivíduos caracterizam esses estereótipos impostos pela mídia e indústria cultural como verdade absoluta, sem ao menos se questionar antes, tornando-se refém desses meios.

O termo indústria cultural citado acima, foi desenvolvido por Max Horkheimer e Theodor Adorno para se referir ao modo como a cultura é produzida, ela possui padrões repetitivos com o propósito de formar uma estética ou percepção voltada para o consumismo, onde através de sua influência na formação de nossa identidade acaba por alterar e enfraquecer a nossa autonomia, mediante um processo de alienação.

É perceptível que a presença da mídia e a ausência de conhecimento na vida dos jovens tem apresentado imensos desafios para a educação dos mesmos.

## 2.1 A ALIENAÇÃO NO CONSUMO

A palavra alienação vem do latim “alienus”, que tem como significado “o que pertence a um outro”. Segundo Karl Marx (1844), “alienação é uma atividade onde a essência do agente é afirmada como algo estranho a ele, assumindo assim a forma de dominação hostil sobre o agente; é um processo no qual o homem deixa de ser dono de si mesmo e torna-se uma propriedade do outro, a ponto de sua vida ser decidida por esse agente dominador”.

Dito isto, Marx era um crítico do capitalismo, com essas expressões teóricas, dizendo que as pessoas neste sistema, eram submissas à outras, no sentido da exploração das suas necessidades de subsistência. Tudo isso está interligado às sociedades capitalistas atuais, no qual as pessoas desde a infância, por meio da rotina e da convivência com outros, experimentam e aprendem os costumes e os valores impostos pela sociedade.

Não só os jovens, mas as pessoas no geral, são bombardeadas por propagandas disseminadas pelos meios de comunicação(mídias, como: Facebook, Instagram, TikTok, Anúncios do YouTube, Google, Etc.), sendo assim, sua “liberdade” passa a estar intimidada a determinados padrões de consumo, fazendo com que os indivíduos sintam necessidade de comprar. Essas influências externas, os tornam alienados, pois de toda forma, sentem a carência de seguir as tendências e modismos apresentados pela mídia, acabando por se tornar um escravo do consumo, gerando o termo denominado consumismo.

A alienação do consumismo gera uma consequência, no que concerne às pessoas não se preocuparem com o custo/benefício que o produto lhe trará, sem se atentar ao quanto você tem disponível para gastar, além de comprarem sem necessidade, só com a finalidade de mostrar para os outros, ou para saciar/suprimir

suas tristezas, compulsividades e angústias, trazendo uma sensação de "bem-estar momentânea".

Dessa forma, acabam endividando-se num ciclo, sem prestar atenção no mal que estão causando para seus bolsos e vidas, por isso temos tantos indivíduos endividados, por não saberem controlar o ato consumista e gerir suas finanças, portanto, a educação financeira entra como necessária para que esses problemas não aconteçam.

### **3. IMPACTOS QUE A AUSÊNCIA DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA CAUSA NA VIDA FINANCEIRA DE UM JOVEM CONSUMISTA**

A ausência da educação financeira prejudica a relação dos jovens com o dinheiro, que por sua vez, não resistem aos impulsos consumistas e compram diariamente, aumentando assim as chances de possíveis endividamentos. Segundo dados do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), 19% dos brasileiros entre 18 e 24 anos estão endividados, uma porcentagem que chama muito a atenção, devido a faixa etária.

Ao analisarmos o cenário de endividamento entre os jovens e a associação entre falta de conhecimento sobre assuntos financeiros e impulsos consumistas, é possível tirar algumas conclusões relacionadas às origens dessa situação, sendo elas:

- Ausência da educação financeira na matriz curricular das escolas;
- Maus exemplos na infância;
- Integração/necessidade de se sentir parte de um determinado grupo/ser aceito;
- Influência da mídia;
- Fácil acesso a ferramentas de créditos.

Além do fator endividamento, a falta de conhecimento, planejamento e organização financeira afeta outros aspectos negativos da vida desses jovens, como por exemplo:

- A não realização de sonhos (casa, carro, conforto, segurança, estabilidade e etc.);
- Nome sujo;
- Problemas de saúde (ansiedade, depressão, distúrbios alimentares, insônia, vícios, baixa autoestima) devido a frustração, desânimo e descontentamento.

É preocupante como a carência de conhecimento pode afetar o ser humano e a ausência da educação financeira na vida de um jovem consumista é um exemplo claro disso.

#### **4. COMO SER FINANCEIRAMENTE EDUCADO**

Primeiramente, ter boas atitudes em relação ao dinheiro, que garantem um futuro livre de dor de cabeça. Se você acha que educação financeira é apenas aprender a poupar dinheiro, está bem enganado. Você também pode aprender a ter boas relações com o dinheiro no seu dia a dia, sem deixar de pensar no seu futuro.

Invista mais, faça seu dinheiro trabalhar para você, gerando mais dinheiro. A condição para isso? Seja “financeiramente educado”. Isto independentemente de você ter poupado pouco até agora, ou se já possui um valor alto. Saber gastar e economizar é uma tarefa diária, algo que você faz de maneira natural sem ao menos perceber.

Ser financeiramente educado, ou seja, tomar decisões financeiramente responsáveis, alinhadas aos objetivos, em busca de uma qualidade de vida melhor, através do uso consciente do dinheiro.

Infelizmente, a maioria das pessoas não tem essa atitude em relação às finanças pessoais. Por exemplo, você saberia dizer com o que gasta mais? Conhecer os detalhes de suas despesas é o primeiro passo para conseguir reduzi-las, definir metas e ter os custos de uma vida financeira sob controle.

Para começar, é necessário definir aonde quer chegar. Definir metas é um pouco parecido como sonhar acordado, só que você tem de colocar esses sonhos no papel de forma estruturada e quantificada, e definir prazos. Não coloque limites em seus sonhos. Para cada sonho defina o prazo – curto, médio, longo. O importante é definir um tempo.

Agora você tem uma lista de metas e seus prazos. Se você tentar alcançá-los todos de uma vez, provavelmente não chegará a lugar nenhum. Dessa forma você não corre o risco de apenas buscar objetivos imediatos (e esquecer o futuro) ou ficar esperando realizações futuras sem nenhuma vitória breve.

Pronto, agora você já sabe onde quer chegar, precisará planejar COMO chegar lá. Precisa traçar uma estratégia, um plano para que você tenha uma visão clara de quanto deve economizar a cada mês. O primeiro passo é conhecer a sua situação atual, em termos financeiros. É preciso ser detalhista, não adianta “ter uma ideia do quanto gasta”. Coloque no papel os seus ganhos (salários e outras rendas) e suas despesas mensais as regulares como aluguel e água, mas principalmente as esporádicas como cinemas e presentes), Muitas vezes esquecemos as despesas pequenas, mas que no final do mês fazem total diferença.

Se você não tem nenhuma ideia de seus ganhos e gastos, tente outra estratégia. A partir do 1º dia do próximo mês comece a anotar toda a sua despesa e todo o ganho que tiver. No final você terá uma bela ideia da sua vida financeira.

Com todas essas informações, você tem seus objetivos de um lado e sua situação financeira de outro. E essas duas áreas da sua vida precisam estar em sincronia. A primeira pergunta a se fazer é: “Quanto devo economizar por mês para atingir minhas metas?”. Você está economizando mais do que o necessário; você não está economizando nada, na verdade você gasta mais do que ganha; você está economizando, mas não o suficiente?

Você precisa acompanhar detalhadamente seus gastos, verificando como eles se relacionam com seus objetivos. O mais interessante é o uso de alguns softwares para um controle mais preciso. Desta maneira você terá a capacidade de analisar o quanto gastou em relação ao orçamento. Esta é definitivamente a parte mais difícil de sua jornada rumo aos seus objetivos, principalmente por dois aspectos:

registrar os seus gastos é chato, mas ao final do mês você terá a sensação de estar tomando conta do seu dinheiro, e não ele de você. Existem várias tentações pelo caminho e é preciso resistir aqueles momentos de “vou me dar um presente, eu mereço!”. Você provavelmente vai tropeçar algumas vezes no caminho, mas não desista! Levante, rasgue seu cartão de crédito, esconda o talão de cheque e siga em frente.

O conceito de educação financeira é simples. Segundo a ENEF (Estratégia Nacional de Educação Financeira):

“Trata-se do processo no qual os indivíduos melhoram a sua compreensão em relação ao dinheiro e produtos com informação, formação e orientação.”

Nesse sentido, geram-se os valores e as competências necessários para se tornarem mais conscientes das oportunidades e riscos envolvidos, para assim poderem fazer escolhas “bem informadas”. A educação financeira é muito mais que cortar gastos e poupar dinheiro, ela é muito mais que isso. É uma busca por uma melhor qualidade de vida tanto hoje quanto no futuro, proporcionando a segurança material necessária para desfrutar das alegrias da vida para obter uma garantia de estar seguro contra possíveis imprevistos.

## **5. PAPEL FAMILIAR**

A família tem grande influência no comportamento consumista dos seus membros, uma vez que, relacionam-se com seus interesses, valores, necessidades e desejos.

Uma criança é estimulada através da observação em como os familiares se comportam, onde a criança aprende a gostar de doces quando vê alguém o consumindo, aprende o valor do dinheiro vendo como as pessoas ao seu redor lidam com ele.

Mediante a isto, vemos que os jovens, vêm com essas concepções estabelecidas, e não tem autocontrole, ou conhecimento suficiente, para lidar com as frustrações de seus desejos de consumo. De acordo com os estímulos recebidos pelo ambiente, eles vão se tornando consumista ou não, tendo como base a sociedade moderna capitalista, a qual está cada vez mais provocando as pessoas

em geral a pensarem em necessidades, muitas vezes, desnecessárias e irreais para suas vidas.

É de suma importância destacar, que as decisões dentro de casa são bastante influenciadas pelos outros membros da família também, pois há uma necessidade coletiva de algo, como por exemplo, o consumo de produtos domésticos, e de ramo alimentício, é uma utilização para todos. Segundo Davis (1976) afirma que, “observações casuais sugerem que algumas decisões de consumo envolvem outros membros, além do marido-esposa, como a da criança-esposa para a compra de cereais ou criança-marido para a compra de equipamentos desportivos”.

Por serem um grupo importante na compra de produtos na sociedade, são constantemente alvo de apelos promocionais, e marketing.

De acordo com autores como, Jenkins (1980), Belch e Willis (2002), “os profissionais de marketing estão preocupados em saber quais os membros da família que exercem maior influência nos vários tipos de decisão, porque identificar o nível de influência de cada membro da família para determinados produtos, pode influenciar as estratégias de marketing a serem utilizadas”.

É papel dos pais realizar ou saciar os desejos ou necessidades dos seus filhos da melhor forma possível, para eles se tornarem conscientes e autocríticos. Percebe-se que há muita falta de controle das famílias, no que diz respeito ao “ter e não ter”, do “pode ou não pode”, do “agora não”, “espere mais um pouco”, do “vamos juntos comprar”, precisa-se que ensinem seus filhos a não serem consumistas, a experimentarem o “sim” no momento certo. Contudo, não será só isso que livrará os jovens do consumismo, mas o equilíbrio das regras, com o diálogo entre eles e os pais, ajudará no seu processo de crescimento e construção de sua identidade, de seus ideais, resistindo assim, aos apelos da mídia.

## **6. ONEOMANIA: A DOENÇA DO CONSUMISMO**

A Compra de roupas; cosméticos; alimentos; eletrônicos e outros sendo feita por puro impulso, gastos que acabam por transpor possibilidades, obtenção de

produtos repetidos sem a presente necessidade, frustração quando não consegue concluir a realização de uma compra, dívidas e detrimientos financeiros após o excesso dos gastos e sentimentos de culpa após o consumo. Estas são apenas algumas das poucas características, sensações e consequências que acabam por se tornar sintomas de um comprador compulsivo.

Segundo o Professor André Malbergier, médico colaborador do departamento de psiquiatria da faculdade de medicina da Universidade de São Paulo.

“Com base em estudos americanos, o comprar compulsivo só passou a ser tratado como doença recentemente. Considera-se que uma pessoa é compradora compulsiva quando, em determinado momento, começa a contabilizar prejuízos financeiros, pessoais e de relacionamento provocados pelo descontrole nas compras. “

(MALBERGIER, 2011)

Uma característica que difere predominantemente o significado de comprar por necessidade e compra compulsiva é a desconexão entre o que você compra e o que você precisa. Muitas pessoas entendem esse comportamento como consumismo. Mas a verdade é que isso é uma situação bem pior do que se imagina, é diagnosticado como doença e conhecido como: Oneomania.

Em uma entrevista recente ao programa Estúdio News, (pertencente ao grupo Record).

A psiquiatra Fabiana Nery, doutora em medicina e coordenadora do Centro de Estudos da Holiste Psiquiatra, fala sobre algumas das tantas possíveis questões que levam o cidadão em questão a consumir de forma imprudente e dá exemplos sobre a partir de que ponto o consumismo é considerado doença.

“A compra é um mecanismo de prazer, de gratificação, então muitas vezes quando a gente quer se gratificar ou porque está triste, porque a gente acha que merece ou porque a gente está com outras fontes de gratificação em falta. Mas existem mecanismos mais profundos e até mais duradouros, por exemplo, podemos estar falando da Oneomania, a mania de comprar demais ou um transtorno ligado ao descontrole dos impulsos, são pessoas que repetidamente compram mais do que podem gastar e principalmente compram coisas ou inúteis que não vão usar ou que não tem necessidade” (Fabiana nery, 2022.)

E apesar de ser uma doença que pode ter diversos pontos de origem, existem poucos dados referentes a mesma, deixando a impressão de que não é levada com tanta seriedade como deveria.

Um fato, que confirma a falta de seriedade em relação à doença é que a mesma não tem um CID específico para a mesma.

A CID-10 (Classificação Internacional de Doenças e Problemas Relacionados à Saúde) foi criada para auxiliar todo o departamento médico a identificar doenças criando códigos para cada uma. A Oneomania não tem um código próprio, é acaba se enquadrando no código “ F-63.8. Outros transtornos dos hábitos e dos impulsos”.

Esse código é bem conhecido e é muito utilizado, pois é uma junção de várias doenças não especificadas, mas relacionadas aos transtornos impulsivos.

Em relação às pesquisas, os dados são ainda mais escassos e difíceis de encontrar, por meio da Internet, não se acham pesquisas específicas sobre a Oneomania, tudo que se tem são pesquisas sobre consumo, consumismo e derivados. A falta de dados confiáveis referentes a mesma, é notória.

Apesar de muitos acabarem por não entender como um vício e enxergar a doença apenas como uma falta de bom senso com o dinheiro, o problema é extremamente sério e necessita de uma urgência em ser tratado, para evitar que mais dinheiro seja gasto e mais dívidas sejam feitas.

A Oneomania é um problema que pode afetar não só a quem compra compulsivamente, mas também, todos aqueles que convivem com ela. Discernimento para diferenciar o consumo compulsivo do consumismo “comum” é essencial para identificação de quando o problema se torna doença.

## **7. CONSUMISMO E MEIO AMBIENTE**

Desde o primórdio do ato de consumir, vimos que a 1ª etapa para criar o produto é retirar matérias-primas da natureza, há uma destruição de ecossistemas, então nesse processo até chegar ao consumidor, já tem muitos gastos negativos para o meio ambiente (gases poluentes por parte das indústrias, degradação e devastação ambiental, poluição geral, etc.), e quando chega para as pessoas, tem o

processo de consumo desnecessário, no qual muitos objetos ou vestuários, como: celulares, roupas, tênis, são descartados desnecessariamente, gerando uma enorme quantidade de lixo. Vale destacar que a maioria dos descartes são feitos de forma incorreta, sendo assim, o destino inadequado dos lixos acaba prejudicando ainda mais o meio ambiente. De acordo com o PNUMA (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente), estima-se que a produção de lixo no mundo deve ter um aumento de 1,3 bilhões de toneladas para 2,2 bilhões de toneladas até o ano de 2025. E esses problemas são efeitos de hábitos inapropriados das indústrias e consumidores.

No mundo não existe ainda uma tecnologia que proporcione a reciclagem de aparelhos, como os celulares por exemplo, que levam milhares de anos para se decompor. Porém, cada vez mais, estão sendo criados produtos com uma vida útil curta, nos quais os próprios consumidores a encurtam ainda mais, descartando-as desnecessariamente, sendo que esse produto ainda teria utilidade.

O desperdício e a geração de resíduos vem aumentando a cada ano, e isso prejudica o meio ambiente e às nossas vidas posteriormente, pois com o aumento da poluição, a degradação ambiental e a destruição no ecossistema, atrapalha a cadeia-produtiva, além de ter consequência no ar que respiramos, e da água que bebemos, os quais estará cada vez mais poluído, afetando não só a saúde dos seres humanos, mas sim, as saúdes de todos os seres vivos.

Portanto, podemos mudar esse cenário do desperdício e geração de lixo, com uma conscientização e conhecimento por parte de todos. Se as pessoas utilizarem a educação financeira em suas vidas, e se elas se conscientizarem em consumir o necessário, para não descartar desnecessariamente, diminuirá não só as consequências para o meio ambiente, como também em suas vidas financeiras.

## **8. APLICATIVOS DE CONTROLE FINANCEIRO E SUAS VANTAGENS**

A utilização de meios de gerenciamento financeiro, auxiliaria no controle de seus gastos e do próprio dinheiro, sendo assim, facilitaria a compreensão do que você tem que pagar, e do quanto você pode gastar, sem ter que ficar na correria e na loucura quando chegar a fatura do cartão, sem ter que ficar preocupado(a) de que não há disponibilidade de dinheiro.

Portanto, existem alguns aplicativos que ajudam no processo de controle financeiro. Tais como:

1. Minhas Economias: O aplicativo Minhas Economias pode ser baixado gratuitamente tanto no Google Play quanto na App Store, por meio dele o usuário tem a possibilidade de organizar suas despesas e receitas por meio de categorias. Dessa forma, é possível visualizar quais contas estão sendo os impactos sobre sua renda mensal.

Além disso, o serviço mantém um histórico das transações cadastradas pela pessoa, o que possibilita a comparação dos dados mês a mês.

No extrato mensal, as informações postadas aparecem numa espécie de linha do tempo, que apresenta o fluxo de caixa do indivíduo.

Os gráficos do aplicativo ainda proporcionam uma visão mais abrangente da movimentação financeira. Com isso, o usuário consegue monitorar avanços e recuos na formação de poupança.

A propósito, também é possível estabelecer metas específicas para determinados objetivos e acompanhá-las ao longo do tempo.

2. GuiaBolso: O GuiaBolso está entre os aplicativos de controle financeiro mais utilizados no Brasil, também pode ser baixado de graça tanto no Google play quanto na App Store.

O grande diferencial desse programa é a sincronização com a conta bancária do usuário, dessa maneira, uma vez que o app tem permissão para acessar determinados dados do cliente, ele passa a mostrar toda a movimentação financeira, com as entradas e as saídas de recursos.

O download pode ser feito por meio do celular, porém o serviço também tem versão web, onde só é necessário criar um login no site [www.organizze.com.br](http://www.organizze.com.br).

A ferramenta apresenta uma espécie de painel com as principais despesas do usuário e as respectivas porcentagens sobre o total de saídas. O aplicativo também possibilita que sejam apresentados os saldos consolidados de contas bancárias, com criptografia dos dados. Assim como outros serviços semelhantes, o Organizze classifica os gastos em categorias e subcategorias.

4. Mobills Controle Financeiro: O aplicativo disponibiliza versões gratuita e premium(paga), que podem ser baixadas na Google Play e App Store.

Mobills Controle Financeiro permite que o indivíduo cadastre despesas e receitas, de modo a monitorar o próprio fluxo de caixa(movimentações financeiras: entradas de valores disponíveis e saídas no momento do desembolso). Gráficos e relatórios buscam tornar a análise dos dados mais intuitiva.

Além disso, ele tem como funcionalidades: gerenciamento de cartões de crédito, controle de investimentos, leitura de SMS e notificações dos bancos de forma automática, geolocalização de despesas, leitura de QRCode para gastos, etc.

5. Meu Dinheiro: O “Meu Dinheiro — Controle financeiro e investimentos” tem versões gratuita e paga, podendo ser baixado tanto no Google Play e na App Store, e acessado na versão web do serviço. É um aplicativo para quem precisa acompanhar o fluxo de caixa pessoal, familiar ou até de uma pequena empresa.

Nele, o usuário pode visualizar receitas e despesas por categoria bem como controlar gastos com o cartão de crédito. Outro recurso é o monitoramento de aplicações financeiras, ainda permite que a pessoa anexe comprovantes de pagamento e importe SMS bancário, podendo ter acesso a múltiplas contas

## **9. PESQUISA DE CAMPO**

A 1º Parte da Pesquisa de Campo feita através do Google Forms, foi composta por 6 perguntas rápidas e objetivas, com o intuito de saber se essas

As pessoas têm tendências consumistas, como se comportam antes e depois da compra, se são influenciados pela mídia e como se sentem comprando.

Portanto, ao analisar as respostas, entende-se que a pesquisa está sendo feita seguindo um público na sua grande maioria composta pela faixa-etária de 16 a 20 anos, com jovens de até 24 anos.

Percebe-se que aproximadamente 68% das 78 pessoas que responderam, resistem a impulsão de comprar (**gráfico 1**), mas 66,7% compraram coisas que não usa ou usa muito pouco (**gráfico 2**).

Há bastante arrependimento ou sentimento de culpa por comprar alguma coisa sem necessidade (**gráfico 3**), sendo 88,5% do total, e 79,5% se sentiram tristes por deixar de comprar algo (**gráfico 4**).

Segundo a pesquisa, podemos afirmar que os jovens têm influência das mídias, principalmente da internet, para se comprar roupas, sendo que 55,1% deles compraram só por ver propaganda, ou comerciais do produto (**gráfico 5**). E aproximadamente 72% acreditam que o ato de comprar significa felicidade (**gráfico 6**), ou seja, a compra é sinal de felicidade.

Com base nas respostas, percebemos uma alta presença do consumismo, sendo que as pessoas apesar de resistir na maioria, à impulsão de comprar, tendem a ficarem tristes quando não se compram algo, além de podermos ver traços consumistas no que concerne à compra de coisas sem necessidade, onde você nem precisa muito daquilo, porém acaba comprando e assim, utilizando pouco ou praticamente nem utilizando, deixando apenas gastos desnecessários. Sendo assim, enfatiza-se a importância desse trabalho, para demonstrar a necessidade da educação financeira na vida desses jovens, sendo possibilitada dentro das escolas, portanto, quando entrarem na vida adulta, eles terão maior conhecimento de como cuidar e controlar seus gastos, tendo como efeito a diminuição do cenário consumista em que se encontram.

Já na 2ª parte da Pesquisa, também realizada através do Google Forms, com apenas 4 perguntas e com concentração de jovens com 15 a 24 anos.

Buscamos entender melhor o que as pessoas conhecem e sabem sobre determinados assuntos como, aplicativos ou plataformas de gerenciamento de seu

dinheiro (**gráfico 7**), se a educação financeira está ou esteve inserida na grade curricular de sua escola (**gráfico 8**), se conhecem sobre a doença do consumismo(oniomania) (**gráfico 9**), e para analisar uma situação-problema, onde um jovem estava querendo comprar um produto na vitrine de uma loja, mas não tinha o dinheiro, só a opção de crédito, então assinalaria qual seria sua escolha perante a essa problemática, se esperaria ter o dinheiro em mãos, ou levaria com o cartão de crédito (**gráfico 10**).

Nessa pesquisa obtivemos 41 respostas, e podemos observar a falta de gerenciamento do próprio dinheiro dessas pessoas, pois 17 pessoas utilizam aplicativos e 6 agendas ou de forma manual, sendo assim 23 pessoas aplicam alguma maneira de controle financeiro, às outras 18 não. Além disso, há uma escassez no que se refere à educação financeira nas escolas, pois aproximadamente 83% desses jovens não tiveram aulas sobre essa matéria.

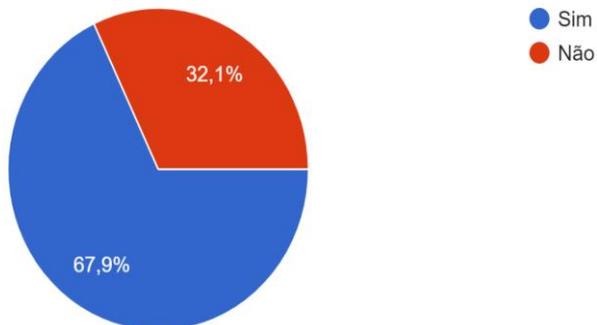
Observa-se um equilíbrio no conhecimento das pessoas sobre a oniomania, 51,2% sabem o que é, e 48,8% não. E identifica-se a impaciência dos jovens tendo como base a situação-problema, na compra de um produto, no qual eles levariam a opção de crédito e não teriam a paciência para esperar ter o dinheiro.

Utilizamos essas perguntas para acrescentar na elaboração do trabalho e de assuntos específicos. Ao analisarmos, constatamos a inadimplência do governo e secretaria da educação do Estado de São Paulo, ao não cumprirem o que é previsto em lei, pois a educação financeira está inserida na grade curricular do ensino fundamental e médio, mas não está sendo aplicada. Percebemos a baixa utilização de meios de gerenciamento de finanças pessoais, o pouco saber de que o consumismo leva a sérios problemas, podendo gerar uma doença, e da indisciplina na compra de algum produto.

**(Gráfico 1)**

Você resiste ao impulso de comprar ?

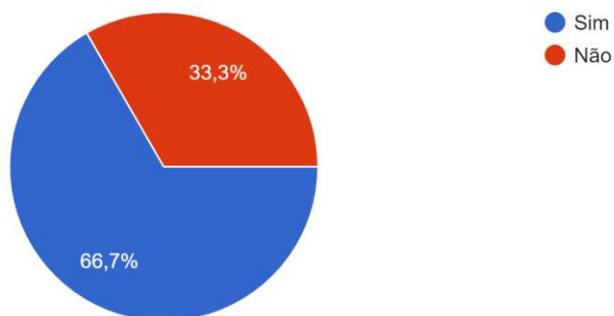
78 respostas



**(Gráfico 2)**

Você compra coisas que não usa ou usa muito pouco ?

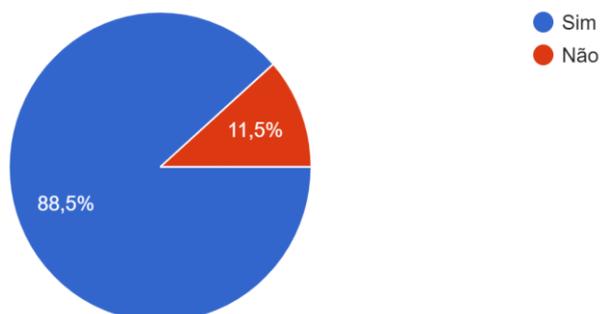
78 respostas



**(Gráfico 3)**

Você já se arrependeu ou se sentiu culpado por comprar alguma coisa que não houvesse necessidade ?

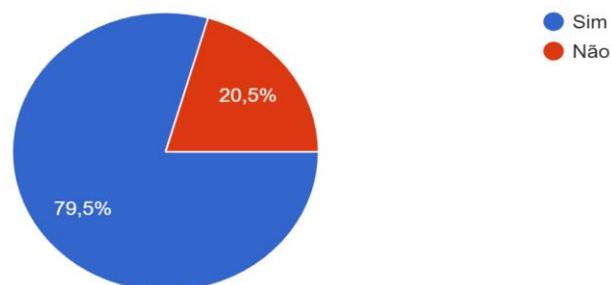
78 respostas



**(Gráfico 4)**

Você já se sentiu triste por deixar de comprar alguma coisa ?

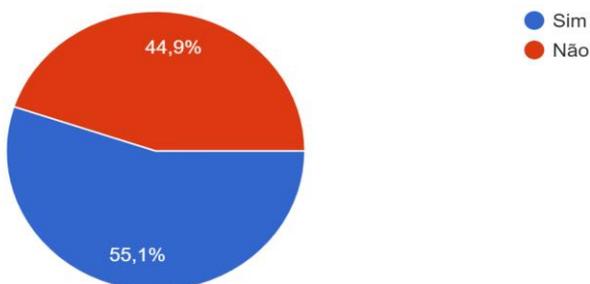
78 respostas



**(Gráfico 5)**

Já comprou roupas apenas porque viu na mídia ? (TV, internet e etc.)

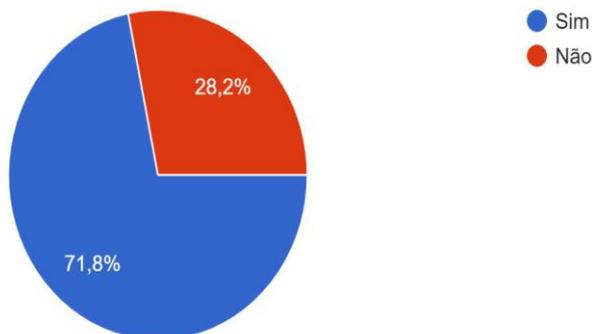
78 respostas



**(Gráfico 6)**

Para você comprar é sinal de felicidade ?

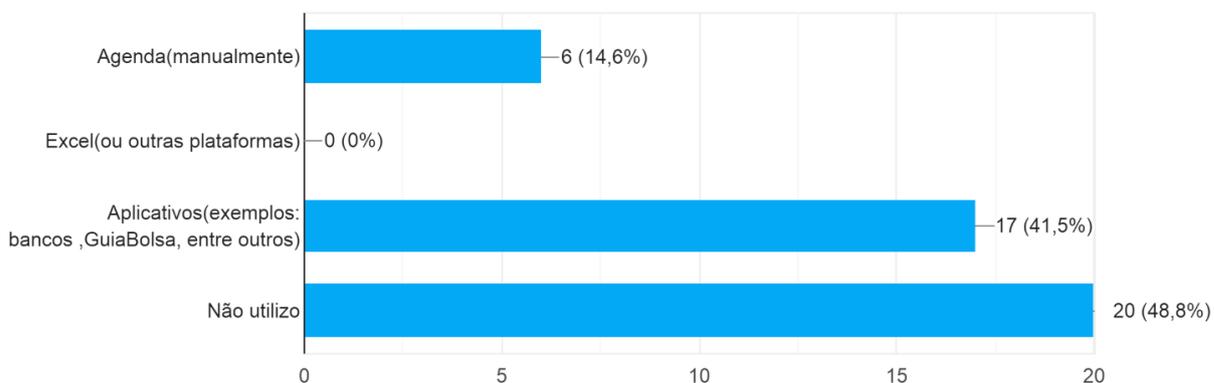
78 respostas



**(Gráfico 7)**

Você utiliza algum meio de gerenciamento do seu próprio dinheiro ? Se a resposta for sim, assinale a alternativa que mais se encaixa no seu caso.

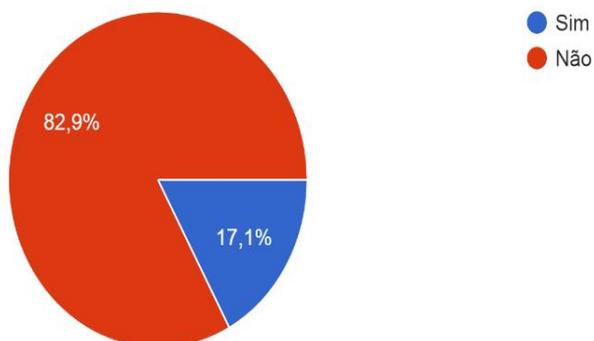
41 respostas



**(Gráfico 8)**

Em sua escola, a educação financeira esta inserida na grade curricular ?

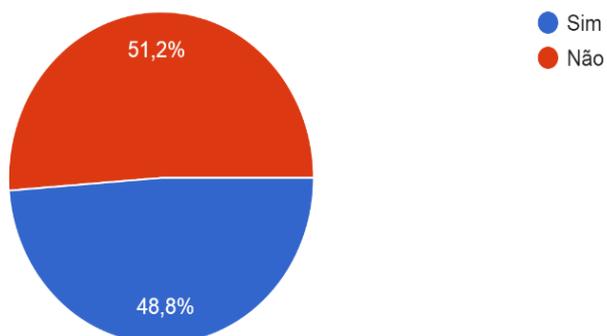
41 respostas



**(Gráfico 9)**

Você sabia que a ONIOMANIA(transtorno compulsivo) é caracterizada como a doença do consumismo ?

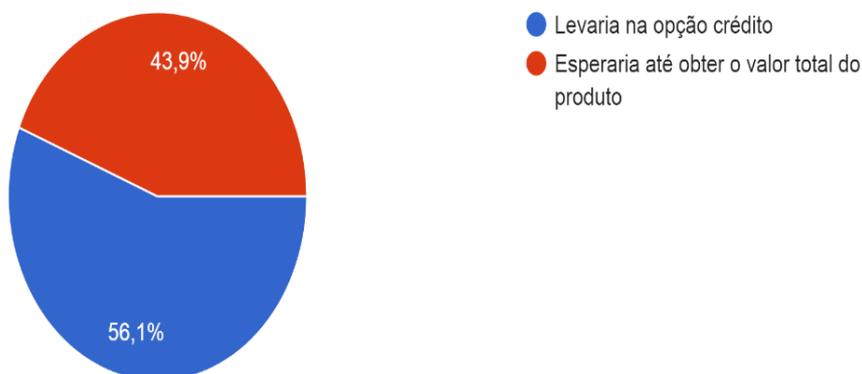
41 respostas



**(Gráfico 10)**

Analise a seguinte situação: Um jovem quer muito comprar um produto que viu na vitrine de uma loja no caminho para seu trabalho, mas no momento ...ou esperaria até obter o valor total do produto ?

41 respostas



## CORPO DO TRABALHO

(ADICIONAR NA ORDEM CORRETA, ADICIONANDO OS NÚMEROS CONFORME O SUMÁRIO)

(OBS: Colocar o numero em ordem, seguido do título em maiúsculo (Exemplo: **6 ONEOMANIA**). Quando for colocar um tópico coloque o número em ordem, seguido da seção (Exemplo: **6.1 Tópico (nome do tópico)**).

(não colocar títulos com qualquer tipo de traços para não atrapalhar a formatação)

CONCLUSÃO

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS