



FEPEG

FÓRUM DE ENSINO,
PESQUISA, EXTENSÃO
E GESTÃO

TRABALHOS CIENTÍFICOS APRESENTAÇÕES ARTÍSTICAS E CULTURAIS DEBATES MINICURSOS E PALESTRAS

23 A 26 SETEMBRO DE 2015
Campus Universitário Professor Darcy Ribeiro

ISSN 1806-549X

A HUMANIZAÇÃO NA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO



EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA CRIANÇAS: RELATO DE EXPERIÊNCIA DE PROJETO DE EXTENSÃO NO IFTM – CÂMPUS PARACATU

Terezinha Rosa de Aguiar Souza, Gabriella Neiva Reis, João Felipe Souza

Introdução

Na sociedade atual, em especial na sociedade brasileira, tem se percebido uma forte tendência ao consumo exagerado. Essa propensão não tem sido observada apenas nos adultos, estando também as crianças sujeitas ao consumismo. Nas crianças, percebe-se a influência que a mídia exerce sobre suas preferências comportamentais, fazendo com que o nicho infantil se torne cada vez mais disputado pelo mercado.

Para Louza (2012) o público infantil nos dias atuais tem se tornado um forte nicho de mercado para as propagandas publicitárias, que vêm nas crianças consumidores potenciais, estimulando o consumismo como uma prática social, isto é, é necessário ter para se pertencer a um determinado grupo.

Além disso, a cultura de consumismo infantil pode ter seu início em casa, alimentada pelos próprios familiares. Todavia, não se restringe apenas ao ambiente familiar, podendo ser reforçada nas escolas, clubes ou outros agrupamentos sociais do qual a criança faz parte (TRINDADE, 2002).

Dessa forma, baseando-se nos conceitos de planejamento financeiro pessoal e educação financeira, o objetivo deste trabalho é relatar as experiências vivenciadas em um projeto de extensão que teve por finalidade ensinar às crianças a importância do planejamento financeiro pessoal, com vistas à sua educação financeira.

O presente projeto justifica-se por externar um trabalho social voltado à educação financeira pessoal das crianças. Percebe-se que há uma enorme carência nas pessoas quanto aos conhecimentos financeiros, o que resulta em um comportamento não saudável das mesmas em relação ao dinheiro. Ensinar às crianças o valor do dinheiro pode ser uma forma também de auxiliar os pais quanto a esta tarefa.

Material e métodos

Este estudo possui abordagem qualitativa na modalidade relato de experiência, vivenciado através do projeto de extensão “Planejamento financeiro pessoal para crianças”. Após planejamento e escolha das atividades a serem desenvolvidas, foram definidas as escolas participantes, sendo 2 escolas municipais e uma ONG.

Também foi escolhida a faixa etária a ser trabalhada no projeto e optou-se por realizar o projeto com crianças entre 7 e 8 anos, por ser uma idade em que a criança, apesar de estar sendo alfabetizada, já possui noções de escrita, identifica-se com atividades para colorir e gosta de brincadeiras e atividades lúdicas, atendendo aos princípios metodológicos do estudo.

A escolha das atividades se deu a partir da idade das crianças, pois teriam que ser feitas atividades condizentes com o perfil infantil. Por ser um tema trabalhado geralmente com a classe adulta, fez-se um estudo para entender o comportamento do consumidor infantil, a fim de compreender sobre quais produtos esse público se interessa.

Após serem feitas pesquisas, foram definidas as seguintes atividades a serem desenvolvidas com as crianças:

Cédulas para colorir: Foram entregues às crianças cédulas e moedas em formato de desenho semelhantes às originais, para que as crianças colorissem as mesmas. O objetivo desta atividade é que as crianças tivessem maior contato com as cédulas e moedas, para que compreendam os principais elementos presentes nas cédulas, bem como o seu tamanho e as cores das mesmas, pois cada criança foi orientada a colorir as cédulas e moedas de acordo com as cores originais.

Antes de iniciar esta atividade, a equipe apresentou as cédulas e moedas às crianças, mostrando individualmente cada elemento presente e as cores de cada uma. Percebeu-se que as crianças já conheciam todas as notas, um fator importante para o desenvolvimento das atividades a seguir. Ainda, foi explicado que cada cédula contém um animal da fauna brasileira, importante para que as crianças entendam a importância de elementos nacionais presentes nos elementos monetários.

Vídeo: Um vídeo também foi apresentado às crianças, cujo tema era a origem do dinheiro e a importância de economizar. O objetivo desta atividade foi que as crianças conhecessem como surgiu este importante elemento de troca. O vídeo, de caráter infantil, também abordava o valor social existente no dinheiro, que conduz ao desenvolvimento econômico da sociedade.

Cofre de brinquedo: Foi confeccionado também um cofre de brinquedo para cada criança, produzido com caixas de leite tipo longa vida. O cofre foi entregue à criança já confeccionado, devido à sua confecção ser de caráter perigoso para a criança, uma vez que a sua produção exigia que se cortasse a caixa de leite ao meio para que a mesma obtivesse o



tamanho desejado. Para introduzir nas crianças a sensação de participação na criação do cofre, foi entregue às crianças algumas figuras para serem coloridas e coladas no cofre, estimulando também a criatividade da criança.

Mercearia: Foi desenvolvida uma atividade denominada pela equipe de Mercearia, onde eram disponibilizados desenhos de produtos às crianças, no formato dos originais, para que as mesmas simulassem uma compra. Os produtos foram divididos em seções de alimentos, brinquedos, roupas e eletrônicos. O objetivo foi identificar quais produtos eram mais solicitados pelas crianças. Foi entregue a cada criança uma soma de cédulas de brinquedo, no valor de R\$ 187,00, para observar como elas faziam uso do valor monetário concedido a elas.

Jogo de tabuleiro “Administrando seu Dinheiro”: As crianças também tiveram à sua disposição um jogo de tabuleiro, vendido no mercado denominado Administrando seu Dinheiro. Inicialmente, foi dada a cada criança uma determinada quantia em dinheiro definida nas regras do jogo, para que o participante administrasse. O jogo constituía-se de um percurso onde no decorrer deste percurso os participantes compravam e vendiam objetos, ganhando ou perdendo dinheiro.

A partir dos dados levantados, conclui-se que foram atendidas 74 crianças durante a realização do projeto.

Resultados

Em todas as instituições trabalhadas, percebeu-se que as crianças já tinham certa noção de economia financeira, sendo que algumas tinham uma noção maior, outras ainda tinham certas dificuldades. Percebeu-se que enquanto elas tinham em mãos o dinheiro para comprar produtos, as mesmas gastavam todo o valor concedido, restando ao final da brincadeira poucas quantias para cada uma das crianças, sendo que algumas crianças gastavam tudo o que tinham.

Essa atitude nos leva a compreender um aspecto consumista por parte das crianças, que ao possuírem determinada quantia em mãos não se preocupam em reservar parte dessa quantia, consumindo todo o dinheiro que possuem.

Conclusão

Ao final deste trabalho, algumas conclusões podem ser tiradas. É visível que as crianças já possuem um contato com o dinheiro e que já compreendem de forma razoável o seu real valor, no sentido de discernir o quanto se pode comprar com cada quantia. Percebeu-se que apesar de conhecerem a importância de economizar, a minoria possui esse hábito.

Percebeu-se também que em geral os hábitos de compra alimentício das crianças estão mais voltados à guloseimas, sendo que alimentos mais saudáveis não são adquiridos, se a iniciativa de compra partir da criança.

É perceptível que as preferências infantis sofreram alterações nos últimos anos, sendo que agora as crianças já se interessam mais por produtos eletrônicos do que por brinquedos. Esse aspecto faz com que o fenômeno da adultização infantil, onde o comportamento de compra das crianças é semelhante a de adultos seja ainda maior, uma vez que os mesmos produtos eletrônicos comprados pelos adultos são também por vezes adquiridos por crianças.

Referências

- [1] LOUZA, F. P. de P. A influência da mídia no consumo infantil. 2012. 33f. Monografia (Bacharelado em Pedagogia). Departamento de Teoria e Prática da Educação. Universidade Estadual de Maringá. 2012.
- [2] TRINDADE, C. C. A influência das ferramentas de comunicação no comportamento de compra infantil. 2002. 155f. Monografia (Bacharelado em Administração). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Universidade de São Paulo. 2002.