

COMPREENSÃO DO MUNDO ECONÔMICO POR ESTUDANTES DO ENSINO MÉDIO ECONOMIC WORLD UNDERSTANDING BY HIGH SCHOOL STUDENTS

Sônia Bessa¹

Eliane Giachetto Saravali²

RESUMO: O consumo influencia a formação da identidade, e o funcionamento do mundo econômico. Este estudo visa caracterizar os níveis de compreensão econômica de estudantes do ensino médio. Constituiu-se amostra com 431 estudantes de 14 a 17 anos, do ensino médio de duas cidades do centro-oeste. Foi utilizado Teste de Alfabetização Econômica (TAE), para averiguar a compreensão econômica dos participantes. Mais da metade dos estudantes está no nível de pensamento independente que consiste em reflexão mais avançada da realidade social e das variáveis que operam nas mudanças sociais e econômicas, 30,6% está no nível intermediário, de pensamento subordinado com dificuldade em compreender as inter-relações mais complexas dos processos econômicos, e 9,1% está no nível de pensamento primitivo em que a realidade social e econômica é percebida de forma isolada e fragmentada. Esse tema abre discussões sobre as relações de consumo entre adolescentes e a educação para o consumo consciente e cidadania.

Palavras-chave: Pensamento econômico, consumo consciente, microeconomia, Macroeconomia, identidade.

ABSTRACT: Consumption influences the formation of identity and the functioning of the economic world. This study aims to characterize the levels of economic understanding of high school students. For this purpose, a sample was constituted with 431 students aged 14 to 17 years, from high school in two cities in the Brazilian Midwest. The Economic Literacy Test was used to verify the participants' economic understanding. Among the results obtained, it is highlighted that more than half of the students are at the level of independent thinking, which consists of a more advanced reflection on the variables that operate in social and economic changes; 30.6% are at the intermediate level as subordinate thinking, with difficulty in understanding the more complex interrelationships of economic processes; 9.1% are at the level of primitive thinking, where social and economic reality is perceived in a fragmented way. Reflections are carried out on education for the conscious consumption of future citizens.

Keywords: Economic thinking, conscious consumption, microeconomics, macroeconomics, identity.

¹ Graduação em Pedagogia com Mestrado e Doutorado em Educação (UNICAMP, 2003, 2008), Pós-Doutorado (UFTM, 2014). Professora do Instituto Acadêmico de Educação e Licenciaturas da Universidade Estadual de Goiás (UEG) e no programa de Pós-graduação em Gestão, Educação e Tecnologias PPGGET. E-mail: soniabessa@gmail.com

² Possui Graduação em Pedagogia (UNICAMP, 1995), Mestrado em Educação (UNICAMP, 1999), Doutorado em Educação (UNICAMP, 2003), Pós-Doutorado em Educação (UEL, 2014). Atualmente, é coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Educação (UNESP/Campus de Marília) e professora assistente doutora do Departamento de Educação e Desenvolvimento Humano, atuando no curso de Pedagogia. E-mail: eliane.g.saravali@unesp.br

INTRODUÇÃO

Desde os primórdios da história da humanidade, o consumo apresenta-se como um propiciador à sobrevivência, a contribuir essencialmente às necessidades humanas. Bauman (2008, p. 37) o define como “uma condição e um aspecto permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos: um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com os organismos”, significando assim, pensar sobre “consumo” um elemento natural envolvido na vivência humana. Na sociedade moderna, em especial após o advento da revolução industrial, houve uma mudança nos conceitos de consumo. Este não se atém mais ao fundamental para sobreviver, mas sim, possui outra característica potencial: a centralidade. O consumo assumiu o centro da vida social na contemporaneidade, como uma forma de estruturar e organizar a sociedade. Bauman (2008) chamou esse fenômeno de “consumismo centralizado”, pois influencia as vontades, desejos e sentimentos, inferindo na forma como as pessoas se veem, posicionam e projetam as suas imagens para os outros, influenciando direta e indiretamente nas relações e nos tipos sociais. Para o autor, o objetivo maior do consumo, numa sociedade de consumidores, é “elear a condição dos consumidores à de mercadorias vendáveis”, ou seja, os sujeitos são instigados a deixarem de ser “gente” e passarem a ser mercadorias. (BAUMAN 2008, p. 76).

A expressão “modernidade líquida” foi cunhada por Bauman (2000) ao identificar as relações sociais e econômicas marcadas pela frugalidade, liquidez e maleabilidade, tal como os líquidos que sofrem constantes mudanças, propensos a assumir diferentes formas. Ele analisou a desigualdade social, a inconsistência nos relacionamentos, a degradação nas relações de trabalho e centralizou o consumismo como um destaque em seu discurso e um elemento importante capaz de explicar esses fenômenos. O consumismo assume um imperativo moral, a fim de manter a sociedade capitalista em movimento. As pessoas sentem-se aceitas socialmente pela posse dos bens a serem jogados fora o mais rápido possível (BAUMAN, 2010). Nessa modernidade líquida, não há nada certo e confiável, consumir é o ato mais importante, mesmo que o custo seja o endividamento e a nova lógica seja consumir agora e pagar depois (BAUMAN 2010), sob o discurso cínico de que ninguém é obrigado a usar o crédito que lhe foi oferecido.

O consumismo gera insensibilidade moral porque canaliza todas as energias da pessoa para a necessidade de ter. Bauman (2014) apresentou uma visão realista da sociedade marcada pelo consumismo, que permeia e debilita as relações sociais. Os indivíduos são cooptados por uma moral privatizada, indiferente aos graves problemas sociais, e a fim de suprir os desejos, buscam produzir mais pelo menor preço (BAUMAN, 2014). Assim, por exemplo, uma forma de reduzir custos ao máximo possível, é transferir a produção para países nos quais os direitos trabalhistas são inexistentes. Tem-se que uma grande quantidade de pessoas é explorada ao máximo, para possibilitar que uma parcela da sociedade acumule bens de consumo, mesmo com enorme prejuízo ao ambiente e à sociedade.

Essa centralidade do consumo, como uma estruturação e consolidação da economia, é apontada por Grando e Magro (2011) como relacionada à atual agenda do capital, alicerçada no modelo econômico capitalista:

[...] o consumo configura-se, assim, como um ato de subsistência; entretanto, suas formas adquirem uma dimensão sociocultural que está sempre se construindo a partir das lógicas e parâmetros impostas por cada sociedade e suas estruturas econômicas. (p.5).

O consumo assumiu o papel de motor das sociedades, transformando as necessidades de subsistência em atos de consumo, num ciclo constante de automanutenção. As pessoas conseguem desenvolver suas identidades, consumindo e sendo consumidas, com interferência em suas personalidades (GRANDO; MAGRO 2011). A cultura do consumo não está afetando somente o meio ambiente e os recursos do planeta, mas a constituição das subjetividades contemporâneas, isto é, a construção da identidade dos sujeitos integrados ao atual bojo social. Bauman (2008) realça que as identidades estão demarcadas pela liquidez das relações humanas com o mundo vivido, e a atribuição de objetos como sinônimos de bem estar emocional, sentimental e social, pelo anseio da aprovação da imagem corporal, pelos estilos de consumo que se emprega, enfim, pela compra e venda de produtos e de si mesmo.

Mesmo na infância, período em que as crianças perpassam por um processo de desenvolvimento em distintos aspectos, já ocorre um verdadeiro bombardeio por informações publicitárias, as quais buscam induzir nos gostos e preferências, apoiadas nas

opiniões grupais (FONTENELLE, 2016). Em consequência, essas crianças, inseridas numa sociedade que as influenciam a serem consumistas, terão maior propensão a serem jovens e adultos com os mesmos princípios. Olmo (2016) salienta que o atual modelo de mídia influi a construção de valores não condizentes às reais necessidades da maioria dos adolescentes, em processo de desenvolvimento, sendo essencial indagar-se quanto aos efeitos das influências do consumo na vida dessa população. Quando pessoas são educadas ao consumo exacerbado, passam a construir valores por meio dos modelos que lhes são apresentados como ideais e, nesta situação, valorizam quem tem poder de compra e excluem quem não tem acesso aos bens de consumo. Trata-se de um exemplo claro do predomínio da lógica do mercado, que estimula a atividade do consumo, “[...] fato importante é que, dentro desse círculo vicioso, milhões de jovens passam a seguir paradigmas que obedecem a uma lógica alheia àquela que acompanharia seu desenvolvimento cognitivo e emocional” (OLMO, 2016, p. 171).

De acordo com Nunes (2007), na juventude “consumir atua na esfera de seu próprio desejo de *parecer* mais importante nesse período do que em *ser*” (p. 672). Assim, compreende-se que a influência e os estilos de consumo, nessa etapa da vida, possuem relação com a visibilidade a ser alcançada quando se consome um produto, o que pode aumentar a probabilidade de interação e aceitação entre pares, em uma cultura consumista. Desta forma, quando um sujeito vivencia a fase da juventude circundado pela indução de que o “parecer” aos outros se torna mais essencial do que o “ser” com autonomia identitária, pressupõe-se que o mesmo fenômeno pode ocorrer na fase adulta e adiante, ou seja, considera-se que este mesmo sujeito terá grandes possibilidades de prosseguir com tal significação social nas próximas etapas de sua vida.

Considerando o exposto, compreender como nos apropriamos destes temas é uma tarefa importante para a qual a Psicologia e a Educação se voltam. Questionamos aquilo que nos é imposto a consumir? Refletimos sobre o que e como consumimos? Que olhar temos sobre os elementos que envolvem as relações sociais e econômicas? É a partir do entendimento de como elaboramos e nos relacionamos com estas questões que fazem parte do mundo social, que podemos compreender o modo de ação/interação no/com o mundo e, igualmente, pensarmos em avanços nas organizações didáticas, nos currículos escolares e nas políticas públicas que gerenciam os fazeres educacionais. Nesse sentido, muitos

pesquisadores desenvolvem estudos a respeito da compreensão de fenômenos sociais, no Brasil e em contextos internacionais. Dentre estes estudos, podemos destacar alguns trabalhos que exploraram diferentes temas, como por exemplo, a noção de greve (SARAVALI *et al*, 2020); as noções de etnia (ALMEIDA, 2015); os direitos as crianças (SILVA, 2017); as relações entre escola e trabalho (PERALTA; OLIVEIRA, 2017); a compreensão sobre a destinação do lixo (MELLO, 2013); a noção de violência (MONTEIRO, SARAVALI 2011), entre outros.

A grande contribuição destas, e de outras investigações da área, é nos mostrar como vamos, paulatinamente, num processo gradual, apropriando-nos e dando sentido a questões socialmente vivenciadas e compartilhadas, construindo significações próprias que dirigem as nossas ações desde a infância até nossa adultez. Nesse processo de construção, é necessário estabelecer e criar relações novas, coordenar perspectivas diferentes, encontrar caminhos para resolução de problemas e analisar o mundo como uma ordem complexa de inúmeros fenômenos, influenciados por fatores históricos e passível de mudanças. Somente um percurso complexo como esse é que permite aos indivíduos se desprenderem de questões mais aparentes, estereotipadas e preconceituosas, elaborando noções mais amplas de fenômenos sociais.

Especificamente em relação ao mundo econômico, como por exemplo, o dinheiro, a mobilidade social, a riqueza e a pobreza, estudos foram desenvolvidos no exterior (DENEGRÍ *et al*, 1998; AMAR; ABELLO; LLANOS, 2000; AMAR *et al*, 2001; CHAFEL, 2002; LLANOS, *et al*, 2008; DENEGRÍ *et al*, 2009; CORIA *et al*, 2013; CORIA; ARAVENA; LAYERA, 2018) e no Brasil (ARAÚJO, 2009; CANTELLI, 2009; COSTA, 2009; PIECZARKA, 2009; SILVA, 2009; FERMIANO, 2010; COOPER, 2012; GRANJA, 2012; ROCHA *et al*, 2012; BESSA; FERMIANO; DENEGRÍ *et al*, 2014; SILVA; VIVEIROS, 2017; PEREIRA, 2018; BESSA; FERMIANO, 2020). Denegri *et al*, (2013) são referência na América Latina quanto aos estudos da área de Psicologia Econômica. Ela explica a existência de um conjunto de fatores pessoais, sociais e culturais, situacionais e econômicos que podem influenciar, estimular, inibir ou até determinar as decisões econômicas e financeiras. Suas pesquisas trazem significativo avanço aos trabalhos elencados no parágrafo anterior, pois detalham questões envolvendo a cultura, o acesso às informações, o papel das imposições sociais – elementos que influenciam as construções e elaborações individuais dos sujeitos.

Dentre esses elementos que a autora evidencia em suas pesquisas, estão os fatores pessoais, incluindo características do estilo de vida pessoal e familiar ou ainda normas e valores da própria cultura; os fatores sociais e culturais, que correspondem a características gerais do sistema político e cultural no qual o indivíduo está inserido; os fatores situacionais, que podem ser limitações às decisões econômicas, como renda (in)disponível, tamanho da família, tipo de agregado familiar e condições de mercado e, finalmente, os fatores econômicos que são aqueles relacionados à percepção da situação econômica e política do país, que podem causar atitudes pessimistas ou otimistas, gerando expectativas que influenciam as decisões de gastar, poupar ou investir. Todos ou alguns desses fatores podem influir no comportamento ou nas decisões de compra das pessoas, bem como no seu nível de compreensão do mundo econômico. Crianças e adolescentes também participam desse processo de inserção no mundo econômico e o meio cultural, a mídia, a família, a escola e outras instituições são importantes socializadores econômicos deste público. Essa faixa etária é tratada pelas empresas de marketing como clientes potenciais, pois representam importantes mercados de compra: no presente como influenciadores da família e no futuro como fiéis clientes. O mercado tem expandido a oferta de produtos em decorrência do aumento do dinheiro disponibilizado pelas famílias às crianças e aos adolescentes para compras.

Uma vez que crianças e adolescentes atuam como consumidores e são tratados como clientes, torna-se imprescindível pesquisar essa população e sua compreensão sobre os conceitos econômicos. O mercado consumidor adolescente e jovem é o centro das atenções das estratégias de marketing, estes são numerosos, tem acesso ao dinheiro, são individualistas, consumistas, pouco fiéis às marcas e altamente digitalizados, possuem interesse em produtos ligados à moda e buscam no consumo autoafirmação e status social (CERETTA; FROEMMING, 2011). Portanto, pesquisar a compreensão do mundo econômico é aspecto central para possíveis reflexões sobre programas de educação econômica e financeira que permitam aos estudantes desenvolver ações como cidadãos e não como consumidores, informados e críticos mediante uma sociedade de consumo cada vez mais agressiva. Para tanto, esse estudo foi realizado com estudantes de duas cidades: Formosa, localizada no interior do estado de Goiás, no entorno de Brasília-DF, com 120 mil habitantes e forte vocação rural. Apesar da presença forte do agronegócio a cidade tem um Índice de

Desenvolvimento Humano – IDH baixo ocupando o 897º lugar dentre os municípios brasileiros no ano de 2020. A segunda cidade, Brasília-DF, com população estimada de 3 milhões de habitantes e economia dominada pelo setor de serviços e detém o maior IDH do Brasil.

MARCO TEÓRICO

O consumo é um fenômeno global que atinge todas as pessoas em todos os lugares, de forma individual e coletiva. Para Mayer (2019), trata-se não somente da aquisição de um produto ou a satisfação de uma necessidade; é um modo de atividade sistemática que tem resposta global e que serve de base para todo o sistema cultural, ou seja, está carregado de significações e subjetividades. Corroborando essa ideia, Baudrillard (2019, p. 264) afirma que “a imagem consumida do consumo é que constitui a nova mitologia tribal – a moral da modernidade”. Para Bauman (2008), o consumo é atrativo e se constitui num articulador do imaginário social. Num contexto de consumo universal, os indivíduos necessitam aprender a lidar com um conjunto importante de conhecimentos de forma reflexiva e analítica, a fim de desenvolver atitudes mediante o consumo consciente e sustentável, sem renunciar à cidadania. Para Denegri *et al*, (2009), a confrontação e o reconhecimento dos problemas do entorno econômico e social podem estimular as pessoas na construção do juízo crítico tão necessário à construção da cidadania.

Esse contexto de universalidade em que está inserido o consumo nos remete a Aristóteles e a sua tese fundamental: olhar para as características fundamentais da espécie de criaturas que somos e para o tipo de mundo em que vivemos. Schofield (2009) com referência na ética aristotélica ressalta que se uma pessoa alcança suas aspirações, ela será afetada pelo que acontece com a sua família, os seus amigos e os demais cidadãos. Tais pressupostos nos permite inferir a preocupação de Aristóteles a mais de 2.300 anos com os conceitos de ética, economia e cidadania. Os conceitos econômicos de crianças e adolescentes têm sido objeto de estudo de pesquisadores do mundo inteiro há décadas (BERTI; BOMBI, 1988; LEISER, SEVÓN; LEVI, 1990; ABRAMOVITCH; FREEDMAN; PLINER, 1991; SONUGA-BARKE; WEBLEY, 1993; DELVAL; ENESCO; NAVARRO, 1994; DENEGRÍ, 1995; DENEGRÍ, 1997; GUNTER; FURNHAM, 2001; AMAR *et al* , 2001;

DENEGRI *et al*, 2013; CORIA *et al*, 2017; CORIA; ARAVENA; LAYERA, 2018; BUSTOS; CORIA; VALENZUELA, 2019). Esses autores reconhecem que é na infância e adolescência que os hábitos dos adultos de gastar, poupar, investir, apostar e comprar são iniciados e fortemente influenciados, daí a importância de se saber como os pequenos e os mais jovens representam o mundo econômico.

No Brasil, destacamos as pesquisas de Araújo (2009), Cantelli (2009), Fermiano (2010); Lellis, Magalhães, Leite (2011); Bessa; Fermiano; Denegri (2014); Silva (2015); Mello (2013), Pereira (2018) e Bessa e Fermiano (2019), sobre a mesma temática. Vale dizer que em relação a outros fenômenos sociais, há predomínio de estudos evolutivos com ênfase na faixa etária entre 6 a 14 anos, inclusive no Brasil. Nesses trabalhos, comumente se observa um atraso na compreensão do mundo social nos participantes brasileiros, mesmo nos casos em que se pesquisou faixas etárias maiores (SARAVALI *et al*, 2020). Denegri (1997) observou, na população chilena, que adolescentes e adultos têm dificuldades para entender os conceitos econômicos elementares da vida diária e o mundo econômico, o que pode gerar problemas financeiros e incidir na qualidade de vida das pessoas. Alguns fatores podem interferir nesse processo, como idade, nível acadêmico e escolar, nível socioeconômico, gênero e outros fatores intervenientes. A mesma autora e equipe (Denegri *et al*, 1998), construíram um teste de alfabetização econômica (TAE) com sujeitos de idade entre 6 e 18 anos, aperfeiçoado por Gempp, Denegri e Caprile (2006) e que possibilita verificar o nível de conhecimento a respeito do mundo econômico. Inspirados no enfoque cognitivo-evolutivo de Jean Piaget (1896-1980), os pesquisadores criaram um “modelo evolutivo da psicogênese do pensamento econômico”. Os estudos constataram a existência de uma sequência evolutiva com três níveis de desenvolvimento e conceitualização dos fenômenos econômicos, que apresentam graus de estruturação e complexidade nas explicações e na forma de se conceber a economia.

Num primeiro nível identificado na pesquisa, denominado de **Pensamento Econômico Primitivo**, encontrado em crianças entre 6 e 9 anos, observamos o predomínio de categorias extraeconômicas. O dinheiro é visto como um instrumento natural de compras, livremente disponível para todos. O desejo de posse dos objetos predomina acima de qualquer coisa, não se considerando as restrições sociais ou econômicas. A realidade social e econômica é representada de forma isolada e fragmentada. Verifica-se

difficuldade na compreensão de relações pessoais e institucionais, próprias do mundo econômico, ou ainda dificuldade em analisar os aspectos pessoais do âmbito social e institucional. Há uma tendência na aplicação das mesmas regras de reciprocidade nas explicações dos problemas econômicos e não há uma compreensão clara da noção de lucro. O conceito de Estado é representado como uma figura concreta, que atua como pai e protetor de toda a sociedade.

O nível II foi encontrado com mais frequência em crianças maiores de 10 anos, adolescentes e, inclusive, alguns adultos. Batizado com o nome de **Pensamento Econômico Subordinado**, caracteriza-se pelo início de esforço para superar as contradições que ocorrem no Nível I. Os indivíduos já refletem sobre a realidade social de forma mais efetiva. Aparece a primeira conceitualização econômica da sociedade com compreensão do conceito de lucro. Inicia-se a percepção da existência de restrições sociais e a incorporação de preceitos morais, numa conceitualização global da sociedade, como espaço regido por leis necessárias para o seu funcionamento. O Estado passa a ser compreendido como um espaço institucional encarregado da organização, regulação e distribuição de recursos e do controle de todo o funcionamento social e econômico. Porém, verifica-se pouca clareza de seus mecanismos de financiamento, bem como um entendimento difícil acerca das inter-relações dos processos econômicos complexos, com obstáculos para inferências a respeito de processos que não são visíveis.

O nível III, **Pensamento Econômico Independente ou Inferencial**, é o encontrado em adolescentes mais velhos e adultos. Nesse nível, verifica-se uma mudança na forma global dos indivíduos conceituarem os processos sociais. Eles conseguem levantar hipóteses a respeito do mundo econômico e, a partir daí, estabelecem relações entre os processos econômicos, sociais, sistemas e ciclos, numa visão sistêmica. Possuem reflexão mais avançada acerca da realidade social e das variáveis que operam nas mudanças sociais e econômicas. Há uma valorização ideológica das mudanças, dos ciclos e das políticas econômicas, bem como um maior entendimento do papel do Estado e de suas formas de funcionamento. Os níveis de compreensão do pensamento econômico, que estudos iniciais permitiram diagnosticar (Denegri *et al* 1998) e que foram confirmados em outras investigações (Denegri *et al*, 2004; Gemp, Denegri, Caprile, 2006; Carvalho, 2016), devem ser observados como um parâmetro e uma ferramenta de análise, numa perspectiva

heurística, para a compreensão do desenvolvimento humano quanto ao mundo econômico (DENEGRÍ *et al*, 2013). Deve-se levar em conta a coerência e a organização interna do discurso, bem como o tipo de associação feita para se explicar os fenômenos econômicos. Os indivíduos têm peculiaridades próprias e, por isso mesmo, não se ajustam de forma exata a um modelo pré-estabelecido destes níveis, podendo haver elementos de transição.

Gemp, Denegri e Cprile (2006) realizaram, no Chile, uma investigação utilizando o TAE com 1035 estudantes, de idade entre 10 e 14 anos, e constataram que o instrumento confirmava a presença dos níveis de pensamento econômico, mostrando uma sequência evolutiva que avança com a idade, em presença de um processo construtivo e progressivo de compreensão da economia. No Brasil, estudo pioneiro de Bessa, Fermiano e Denegri (2014), com 830 participantes, de idade entre 10 e 15 anos e nível sócio econômico médio e baixo, utilizando o TAE, encontrou resultados similares aos de Denegri *et al* (1998) e Gemp, Denegri e Caprile (2006), quanto à presença de um processo evolutivo e construtivo dos participantes. Denegri *et al* (1998) esclarecem que pessoas de diferentes idades formulam explicações com níveis diferentes de complexidade para um mesmo problema, mas que a variável evolutiva ou maturacional, não pode isoladamente avaliar o pensamento econômico dos indivíduos. Conforme Bessa, Fermiano e Denegri (2014), 42,5% da população investigada estava no nível de pensamento econômico subordinado, 40,2% no pensamento econômico independente e 17,1% no pensamento econômico primitivo. Nos estudos chilenos, 46% estavam no pensamento independente e, na Colômbia, 45%; assim a população brasileira teve desempenho um pouco menor, mas com resultados bem aproximados.

Considerando o exposto, é importante conhecer como são elaborados os conceitos econômicos entre adolescentes e jovens brasileiros, elevando-se a faixa etária em relação aos estudos já desenvolvidos, não apenas em função da carência de pesquisas com essa idade, mas porque esse conhecimento permitirá a reflexão sobre formas de intervenções adequadas, construção de currículos e execução de políticas públicas que favoreçam a compreensão e reflexão sobre o mundo econômico por parte dos cidadãos. Na investigação que passamos a apresentar, utilizamos o TAE com uma população de estudantes do ensino médio, de idade entre 14 e 17 anos.

METODOLOGIA

A investigação tem desenho descritivo comparativo, com análise predominantemente quantitativa e objetiva caracterizar os níveis de compreensão econômica de estudantes do ensino médio. Para Michel (2005), “[...] a atividade de pesquisa usa a quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento destas, através de técnicas estatísticas”. Constituiu-se amostra por conveniência composta por 431 estudantes de 1º, 2º e 3º anos do ensino médio, de ambos os sexos, com idade entre 14 e 17 anos, de níveis socioeconômicos baixo e médio, pertencentes a duas instituições de ensino: uma escola pública municipal de cidade periférica, localizada no centro-oeste brasileiro e uma escola particular situada na capital federal - Brasília-DF.

INSTRUMENTO

O Teste de Alfabetização Econômica para Crianças foi o instrumento utilizado para este estudo, pois avalia o nível de pensamento econômico e a compreensão dos conceitos e das práticas econômicas necessárias para um desempenho econômico eficiente. O teste aborda conhecimentos gerais e específicos, relacionados à macro e microeconomia. São 22 questões de múltipla escolha, com quatro alternativas graduadas em ordem progressiva de dificuldade, que permitem quatro possíveis soluções e três níveis de dificuldade, baseado no modelo de psicogênese do pensamento econômico de Denegri *et al*, (1998) e Gempp, Denegri e Caprile (2006). Há sempre uma solução a correta que corresponde ao nível III – Pensamento econômico inferencial, duas soluções que apresentam algum grau de entendimento e que corresponde ao nível II – Pensamento econômico subordinado e uma solução incorreta que corresponde ao nível I – pensamento econômico primitivo.

Denegri *et al* (2004) validaram a qualidade psicométrica do TAE pela teoria clássica dos testes e pelo marco da teoria da resposta ao item, de tal forma que não existe uma única resposta correta. Cada resposta representa um nível de desenvolvimento do pensamento econômico. No Brasil, o teste foi validado por Araújo (2009) com crianças dos anos iniciais do ensino fundamental, posteriormente foi utilizado por Ortiz (2009) com adultos da Educação de Jovens e Adultos e Bessa, Fermiano e Denegri (2014) com estudantes do ensino fundamental. Para o presente estudo, o teste foi adaptado e contextualizado para ser

utilizado com adolescentes do ensino médio. O instrumento foi aplicado presencialmente pelas pesquisadoras em sala de aula, durante o primeiro semestre de 2018. O tempo de resposta variou de 30 a 45 minutos.

PROCEDIMENTOS ÉTICOS

O presente estudo seguiu os princípios éticos propostos em pesquisas com seres humanos e todos os procedimentos foram apresentados e aprovados pelo Comitê de Ética em Pesquisa local. Após o contato das pesquisadoras com as escolas e a permissão da direção para contato com os pais, os estudantes foram convidados a participar de maneira voluntária e individual, os pais assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e os estudantes o Termo de Assentimento. Neles, constava a garantia de anonimato e de confidencialidade das informações, os objetivos da pesquisa, o contato dos pesquisadores responsáveis e a informação a respeito da possibilidade do estudante não participar ou desistir, sem que tal fato incorresse em alguma sanção.

PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DE DADOS

Para determinar os níveis de pensamento econômico dos estudantes foi feita análise estatística e descritiva que indicam as pontuações médias, o desvio-padrão no cálculo das prevalências. Para cada questão, a resposta correta (Nível III – Pensamento econômico inferencial), recebeu o valor três, as duas respostas intermediárias (Nível II - Pensamento econômico subordinado), receberam o valor dois e a resposta incorreta (Nível I – Pensamento econômico primitivo), valor um. Foram apontadas as frequências e as respectivas percentagens.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Inicialmente, apresentamos alguns dados que caracterizam a nossa amostra. A tabela 1, a seguir, apresenta a distribuição dos participantes por nível acadêmico e idade.

Tabela 1

Nível acadêmico no ensino médio e idade dos participantes

Idade	Nível acadêmico no ensino médio			Total
	1º ano	2º ano	3º ano	
14	43	-	-	43
15	138	18	-	156
16	43	100	7	150
17	5	31	46	82
Total	229	149	53	431

Fonte: dados organizados pelas pesquisadoras.

A distribuição por gênero e nível socioeconômico pode ser verificada na tabela 2. Foram 170 do sexo masculino e 261 do sexo feminino. A escola pública atende à população de nível socioeconômico baixo; sendo que 322 estudantes, filhos de operários, trabalhadores informais e do comércio, cuja renda familiar é entre 1 e 3 salários mínimos, foram os participantes do nosso estudo. A escola particular atende à população de nível socioeconômico médio, possui mensalidade superior a R\$ 2.000,00 e está localizada em um bairro nobre da cidade de Brasília-DF. Os pais dos estudantes dessa escola são funcionários públicos de médio escalão, com renda familiar entre 5 e 15 salários mínimos. Desta escola, 109 estudantes responderam aos nossos instrumentos de investigação.

Tabela 2

Nível socioeconômico e gênero dos participantes

Sexo	Nível socioeconômico		Total
	Baixo	Médio	
Masculino	125	45	170
Feminino	197	64	261
Total	322	109	431

Fonte: dados organizados pelas pesquisadoras.

Os dados do TAE foram analisados com base na caracterização geral dos participantes e nas diferenças relacionadas às variáveis incluídas. Uma vez coletados os dados, procedeu-se à categorização de todas as respostas com referência aos níveis estabelecidos por Denegri *et al* (1998). A tabela 3 apresenta os resultados percentuais dos três níveis de pensamento econômico, considerando a macro e a microeconomia e os escores. Nove questões do TAE referem-se a microeconomia, abordando temas como controle, diferença e definição de

preços, lucro, dinheiro e salário, preços, processo inflacionário, poupança, que fazem parte do dia a dia dos participantes. Treze questões referem-se à macroeconomia e abordam temas de alcance nacional como fabricação e circulação de dinheiro, inflação, falência, impostos, economia nacional, intervenção do governo, custo de vida, uso do dinheiro, compras e outros.

Verifica-se que menos de 9,1% dos participantes estão no nível de pensamento econômico primitivo, comum entre crianças de 6 a 9 anos. Esse nível é caracterizado por uma visão isolada dos fenômenos econômicos, centrada na perspectiva pessoal, com ênfase nos desejos individuais, sem a consideração de restrições sociais e econômicas. Outros 30,6% têm pensamento econômico subordinado, que Denegri (1998) encontrou em crianças com mais de 10 anos e em adolescentes. Nas crenças caracterizadas como desse nível, verifica-se um esforço em se refletir sobre a realidade e compreender e superar as contradições com que se deparam. Eles reconhecem o papel do Estado no funcionamento social e econômico, mas têm dificuldade em compreender as inter-relações entre processos econômicos mais complexos. Por fim, 60,3% manifestaram pensamento econômico independente, portanto, tiveram uma melhor compreensão do sistema econômico e da origem e circulação do dinheiro, apresentando um nível de alfabetização econômica mais funcional. Esses resultados corroboram os estudos de Gempp, Denegri e Caprile (2006), no Chile, e de Bessa, Fermiano e Denegri (2014), no Brasil, quanto a presença do mesmo processo evolutivo encontrado anteriormente pelos pesquisadores sul americanos.

Tabela 3 – Nível de compreensão econômica dos participantes

	Ques- tões	Nível I Pensamento independente		Nível II Pensamento subordinado		Nível III Pensamento primitivo		Escores	
	TAE	N	%	N	%	N	%	Média	Desvio Padrão
M I C R O E C O N O M I A	1	9	2,1%	48	11,2%	372	86,7%	2,85	,415
	3	12	2,8%	68	15,8%	351	81,4%	2,79	,473
	5	39	9,1%	161	37,4%	230	53,5%	2,44	,655
	6	35	8,1%	51	11,9%	344	80%	2,72	,605
	14	62	14,6%	160	37,6%	204	47,9%	2,33	,717
	15	35	8,2%	139	32,7%	251	59,1%	2,51	,645
	16	20	4,9%	138	34%	248	61,1%	2,56	,588
	17	45	10,5%	102	23,9%	280	65,6%	2,55	,678
	22	32	7,5%	200	47,1%	193	45,4%	2,38	,622
M A C R O E C O N O M I A	2	4	,9%	63	14,6%	364	84,5%	2,84	,396
	4	32	7,4%	157	36,5%	241	56%	2,49	,632
	7	30	7%	79	18,4%	320	74,6%	2,68	,600
	8	70	16,4%	123	28,9%	233	54,7%	2,38	,752
	9	51	11,9%	104	24,4%	272	63,7%	2,52	,700
	10	111	25,9%	97	22,7%	220	51,4%	2,25	,843
	11	32	7,5%	145	33,9%	251	58,6%	2,51	,633
	12	23	5,4%	102	23,8%	303	70,8%	2,65	,578
	13	58	13,5%	256	59,7%	115	26,8%	2,13	,622
	18	36	8,5%	157	36,9%	233	54,7%	2,46	,647
	19	28	6,6%	190	45%	204	48,3%	2,42	,614
	20	42	9,9%	196	46%	188	44,1%	2,34	,651
	21	42	9,9%	138	32,6%	243	57,4%	2,48	,670

Fonte: dados organizados pelas pesquisadoras.

As questões relacionadas ao tema da microeconomia obtiveram melhores resultados. Observamos que na questão 1 “o que poderia ser feito para controlar o preço das coisas” está implícita a ideia de inflação, aumento e controle de preços; pressupõe-se que esse tema da inflação parece ser bem compreendido pelos estudantes cuja média foi de 2,85. A questão 3 - “No seu bairro, instalaram três livrarias que vendem material escolar. Você acredita que elas cobrarão o mesmo pelos cadernos?” aborda a questão do lucro. Essas questões (1, e 3) abordam temas como uso do dinheiro, variações de preço, lucro, mais-valia, custo-benefício e tiveram as médias mais elevadas de estudantes no Nível III, caracterizando o pensamento econômico independente. Contudo, a questão correlata a esse tema, teve resultado bem mais elementar. Trata-se da questão 13 - “O que é inflação?” que solicita o conhecimento da inflação como um conceito geral que afeta a macroeconomia; a média foi de 2,13. Parece que os estudantes sabem que as causas da inflação estão relacionadas ao aumento de preço dos produtos, no dia a dia em suas relações de compras, no entanto não conseguem inferir a relação entre o aumento dos preços, a quantidade de dinheiro em circulação e a desvalorização da moeda, nem percebem as inter-relações de processos econômicos mais complexos, apresentando dificuldades em realizar inferências.

O conhecimento acerca da inflação para esses estudantes limita-se a questões de microeconomia, não extensivas a macroeconomia. Assim, percebem a realidade econômica de forma fragmentada e isolada, por exemplo, ignoram que os preços sobem se existe uma alta demanda de serviços ou produtos, ou que o aumento de dinheiro circulando desvaloriza a moeda. Nessa questão sobre o conceito de inflação, os estudantes tiveram dificuldades em levantar hipóteses a respeito do fenômeno e estabelecer relações entre os processos econômicos. Considerando todas as questões do TAE verifica-se que 14 tiveram médias entre 2,52 e 2,13, cinco questões, entre 2,55 e 2,72, e somente três questões (1, 2 e 3) com média 2,84, 2,85 e 2,79, respectivamente. É possível que no ensino médio, os estudantes tenham tido contato com componentes curriculares nas disciplinas de História, Matemática ou Geografia, que tratam dos conceitos abordados nas questões 1 e 13, conseguindo fazer relações desses conteúdos e o seu cotidiano, mas é possível que a relação com os processos de compra e venda, dinheiro, hábitos e condutas de consumo não desafie os estudantes a pensar na realidade econômica em sua complexidade sistêmica. Menos da metade dos adolescentes não compreendem as relações de lucro, impostos e serviços que estão subjacentes ao se efetuar uma compra. Eles têm compreensão parcial dos impostos e não

percebem que os mesmos estão em todas as relações de compra. Esse tipo de crença, os caracteriza como pertencentes ao pensamento econômico subordinado. No Brasil, o Imposto sobre Circulação de Mercadorias (ICMS) varia entre 18,5% e 24% sobre o produto adquirido. Quando o consumidor não pede nota fiscal, o comerciante pode ou não recolher o imposto. Se o estudante não reconhece quando está pagando o imposto do produto adquirido, é possível que ignore a importância de se pedir nota fiscal nas compras ou de se evitar comprar no mercado informal (camelôs, produtos de contrabando e pirataria).

Os participantes tiveram melhores resultados nas questões relacionadas a microeconomia, cuja média foi de 2,56; na macroeconomia foi de 2,48. A microeconomia está associada a teoria dos preços, e atém-se a uma análise parcial entre consumidores, empresas, mercados (VASCONCELOS 2006). São temas comuns da microeconomia: escolhas do consumidor e do produtor, custos, preços, lucros, mercado, demanda, produção, distribuição de renda, etc. Já a macroeconomia atém-se aos grandes agregados como produto nacional, nível geral de preços, relações de causa e efeito nos mercados, abordando o mercado nacional como um todo e a forma como a economia de um país funciona e se inter-relaciona. São temas de macroeconomia: PIB, Juros, inflação, dinheiro, etc. O foco da macroeconomia é amplo e pressupõe a compreensão do todo, já a microeconomia apela ao posicionamento dos indivíduos nos processos econômicos. Dessa forma, uma análise inicial dos nossos resultados pode sugerir que os adolescentes e jovens possuem boa compreensão do mundo econômico, com maior número de respostas correspondentes ao nível III. Esse dado, não corroboraria estudos brasileiros sobre a compreensão do mundo social (SARAVALI *et al*, 2020) que apontam para um atraso na construção de diferentes noções.

Porém, ao pesquisar essa elaboração individual, que realizamos sobre o mundo social, coletivo e cultural, Delval (2018) nos mostrou que necessitamos compor uma ideia sobre um fenômeno dessa ordem a partir de três elementos: regras, informações e noções ou explicações. As regras são provenientes dos hábitos cotidianos com os quais interagimos desde pequenos, por exemplo, saber que preciso de dinheiro para comprar algo. As informações chegam até nós pelos meios de comunicação, educação e cultura e as explicações são construções que conseguimos elaborar, a partir das influências anteriores, de acordo com mecanismos próprios. Isso significa que podemos ter informações ou repeti-las, sem necessariamente relacioná-las, o que implicaria uma noção. Esse pressuposto, em relação aos conteúdos do mundo econômico, em especial aqueles envolvendo nossos dados,

pode ser exemplificado a partir da diferenciação entre macro e microeconomia. Vejamos alguns exemplos: No item 2, o tema central é a circulação do dinheiro “Quem decide quanto dinheiro deve ser feito?” Os estudantes (2,79) compreenderam que cabe ao conselho do Banco Central decidir, de acordo com as variáveis econômicas. Porém, no item 8, cujo tema central é o percurso do dinheiro: “como o dinheiro chega aos bancos?” somente 2,38 deram uma resposta condizente com o nível III (pelos lucros, através dos juros e dos investimentos que as pessoas fazem). O primeiro item pode ser resultado direto de informações que são acessadas por nós cotidianamente, já o segundo exigia do estudante o estabelecimento de relações e inferências entre vários elementos. Ainda relacionado ao tema da circulação do dinheiro, foi perguntado aos estudantes, no item 10: “O que aconteceria se o presidente mandasse distribuir dinheiro, todos os meses, para todas as pessoas?” Somente 2,25 conseguiram inferir que haveria um aumento da quantidade de dinheiro em circulação, a moeda seria desvalorizada e haveria uma alta de preços, gerando um processo inflacionário. Muitos estudantes responderam que seria bom, pois haveria mais dinheiro para se fazer compras. Portanto, nesses exemplos, é possível ilustrar as dificuldades dos participantes na compreensão de processos econômicos mais complexos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Temas ligados a microeconomia como preços, dinheiro, salário, poupança estão mais diretamente relacionados aos consumidores e aos posicionamentos dos indivíduos frente aos processos econômicos, enquanto a macroeconomia aborda temas mais amplos como mercado nacional, juros, inflação, PIB. Na presente investigação, estudantes do ensino médio tiveram melhores resultados na compreensão de questões relacionadas à microeconomia. A compreensão da realidade econômica apresenta-se fragmentada e isolada, permanecendo interpretações rudimentares sobre o funcionamento econômico. Os estudantes tiveram dificuldades na compreensão dos processos econômicos mais complexos e relacionados com a macroeconomia. Como pensar num mundo em que as pessoas analisem e avaliem seus comportamentos econômicos, a forma como educam seus filhos em função dessas questões, e/ou sua relação com o consumo, se suas concepções sobre aquilo que influencia e o que podem influenciar, a partir de suas condutas, não se construírem de maneira mais complexa e relacional? Esses resultados podem ser úteis para auxiliar líderes

escolares no desenho de programas educacionais. Um Programa de alfabetização econômica e financeira permite aos estudantes a compreensão da economia regional, nacional, global e o lugar que cada cidadão ocupa dentro dela. Pode ser uma ferramenta importante para ampliar a participação pública no debate e estabelecimento de políticas econômicas, promovendo a oportunidade de conhecer as causas dos problemas sociais e econômicos, ajudando a eliminar representações equivocadas e criando alternativas políticas e comunitárias. As dificuldades que encontramos aqui em nossos participantes sugerem a necessidade de um programa de educação econômica e financeira que permita, desde os anos iniciais, fazer deduções e inferências sobre os fenômenos econômicos num contexto inter e multidisciplinar.

Dentre as possibilidades, um programa como esse pode oportunizar uma maior reflexão a respeito do consumo consciente, responsável e inteligente, para com o próprio ser e o meio em que vive. Crianças, adolescentes e jovens podem entender como se estabelecem as relações de produção e podem opinar acerca da sua responsabilidade econômica e política, isto é, têm capacidade para serem autônomos sociais, desde que tenham oportunidades educacionais para tanto. Assim sendo, depreende-se que as influências do consumismo transcendem por toda a vida do indivíduo, e influem na construção da identidade pressupondo a importância da educação econômica e financeira neste cenário, pois esta pode oportunizar a reflexão crítica sobre atitudes e valores mediante o consumo e a autonomia intelectual. Esse tema abre discussões sobre as relações de consumo entre adolescentes e a educação para o consumo consciente e cidadania e carece de pesquisas que analisem diferentes contextos do Brasil e em outros países e fatores que podem interferir nesse processo, como idade, nível acadêmico e escolar, nível socioeconômico, gênero e outros fatores intervenientes.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVICHT, R., FREEDMAN, J., PLINER, P. Children and money: Getting an allowance, credit versus cash, and knowledge of pricing. *Journal of Economic Psychology*, 12(1), 27-45. 1991.

ALMEIDA, E. A. F. Intervenção pedagógica e construção de noções étnicas por meio da pesquisa escolar: um estudo piagetiano. 2015. 282f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2015.

AMAR, J.; ABELLO, R.; LLANOS, M. Desarrollo de conceptos económicos en niños y adolescentes colombianos y su interacción en los sectores educativos y calidad de vida. Barranquilla: Proyecto CIDHUM, 2000.

AMAR, J. A. et al. La construcción de representaciones sociales acerca de la pobreza y desigualdad social en los niños de la región Caribe Colombiana. *Investigación y Desarrollo*, v. 9, n. 2, p. 592-613, 2001.

ARAÚJO, R. M. B. Alfabetização econômica: Compromisso social na educação das crianças. São Bernardo do Campo, SP: Universidade Metodista de São Paulo. 2009.

BAUDRILLARD, J. A sociedade de consumo (2ª ed.). Lisboa: Edições 70. 2019.

BAUMAN, Z. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

_____. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

_____. Vida a crédito. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

_____. Cegueira moral. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.

BERTI, A. E.; BOMBI, A. S. The child's construction of economics. Cambridge: University Press, 1988.

BESSA, S.; FERMIANO, M. B. Educação econômica e para o consumo: Novas significações e perspectivas. Curitiba: Appris, 2019.

_____. Pobreza: o que pensam os estudantes do Ensino médio e do curso de Pedagogia. Revista Educação e Cultura contemporânea. Vol 17, N. 49. p.45-65. 2020.

_____; DENEGRÍ, M. C. Compreensão econômica de estudantes entre 10 e 15 anos. Psicologia & Sociedade, v. 26, n. 2, p. 410-419, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/psoc/v26n2/a17v26n2.pdf>. Acesso em: 26 maio 2021.

BUSTOS, S.B; CORIA, M. D.; VALENZUELA, P. S. Consumo, actitudes hacia el endeudamiento, materialismo e influencia de pares en adolescentes rurales del sur de Chile. Interdisciplinaria, 36, 1, 203-219, 2019.

CANTELLI, V. C. B. Procedimentos utilizados pelas famílias na educação econômica de seus filhos. 2009. 415 f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2009.

CARVALHO, R.A. Comportamento econômico de crianças e adolescentes: um estudo com alunos do ensino fundamental II. 2016. 295f (Dissertação de mestrado) Fundação Cultural Pedro Leopoldo. Pedro Leopoldo-RS, 2016.

CHAFEL, J. Societal images of poverty: child and adult beliefs. Youth and society. In: AMAR, J. Ensayos en desarrollo humano. Barranquilla: Uninorte. 2002. p. 432-463.

CERETTA, S. B.; FROEMMING, L. M. Geração z: compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente. Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração da Universidade Potiguar (RAUnP). Ano III, n. 2 - abr./set. 2011.

COOPER, I. S. Cartão de crédito: salvação ou perdição? Representações de adultos jovens sobre instituições financeiras e utilização de cartão de crédito. 2012. 268f. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012.

_____. et al. Educación económica y financieirapa la formación inicial de profesores: Herramientas conceptuales y didácticas. Temuco: Ediciones Universidad de La Frontera, 2013.

_____. et al. Consumo y endeudamiento en adolescents escolarizados de la región de la Araucanía, Chile. Estudios Pedagógicos XLIII, No 1, 61-74, 2017.

_____, **ARAVENA, J. S., LAYERA, F. S.** Entendendo a economia: educação econômico-financeira na infância sob uma perspectiva construtivista. Ensino Em Re-Vista, 25(1), 57-81. 2018.

COSTA, R. R. S. O mundo econômico em questão: como crianças e adolescentes escolarizados entendem o lucro? 2009. 303 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2009

DELVAL, J., ENESCO, I., & NAVARRO, A. La construcción del conocimiento económico. In M. J. Rodrigo (Ed.), Contexto y desarrollo social (pp. 345-383). Madrid: Ed. Síntesis. 1994.

DELVAL, J. A construção do conhecimento sobre a sociedade. Ensino Em Re-Vista, Uberlândia, v. 25, n. 1, p. 11-32. jan./abr. 2018. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/emrevista/article/view/41356>. Acesso em: 24 nov 2021.

DENEGRI, M. El desarrollo de las ideas acerca de la emisión monetaria en niños y adolescentes: estudio exploratorio. Revista del Instituto de Ciencias de la Educación, 9, 47-62. 1995.

_____. Psicogénesis de las ideas em torno a La relación Estado – Economía. In: (Org): Guzmán. L. Exploraciones em Psicología Política I. Universidad Diego Portales: Santiago de Chile, 1997.

_____. La construcción de representaciones sociales acerca de la pobreza y desigualdad social em la infância y adolescência. Revista Psike v. 7, n. 2, p. 13-24, 1998.

_____. Educación económica y financeirapa la formación inicial de profesores: Herramientas conceptuales y didácticas. Temuco: Ediciones Universidad de La Frontera, 2013.

_____. Consumidores ou cidadãos? Uma proposta de inserção de educação econômica e financeira na formação inicial docente. Revista Estudos Pedagógicos, XL(1), 75-96. 2014.

_____. Construcción del test de alfabetización económica para niños (TAE-N) para escolares entre 10 y 14 años (Tesis para Grado Académico de Licenciado em Psicología). UFRO, Temuco, Chile. 2004.

_____. Construcción de representaciones acerca de pobreza y movilidad social: un estudio evolutivo en estudiantes chilenos. Paideia Nº 46 (159-176), enero-junio 2009.

FERMIANO, M. A. B. Pré-adolescentes (“tweens”) – desde a perspectiva da teoria piagetiana à da Psicologia Econômica. 2010. 491 f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2010.

FONTENELLE, L. (Org). Criança e consumo: 10 anos de transformação. São Paulo: Instituto Alana, 2016.

GEMPP, R., DENEGRI M., CAPRILE, C. Medición de la alfabetización económica en niños: oportunidades diagnósticas con el modelo de crédito parcial. Psykhe, 15(1), 13-

2006.

GRANDO, A. P.; MAGRO, M. P. D. Consumo, logo existo: os sentidos do consumo na economia solidária. *P@psic Periódicos Eletrônicos em Psicologia*. Rio de Janeiro, v. 63, n. 2, p. 2-13, 2011

GRANJA, M. C. L. O mundo econômico da criança: uma investigação psicológica sobre o dinheiro. 2012. 151f. Dissertação (Mestrado em Psicologia Cognitiva) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2012.

GUNTER, A; FURNHAM, A. As crianças como consumidoras – uma análise psicológica do mercado juvenil. Lisboa: Instituto Piaget. 2001.

LELLIS, I. L.; MAGALHAES, C. M. C.; LEITE, I. D. L. O significado da mesada para pais de crianças e adolescentes. *Gerais, Rev. Interinst. Psicol.* [online]. 2011, vol.4, n.1, pp. 12-25. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo> em 28 nov. 2021.

LLANOS, M. et al. Aprendiendo a comprender el mundo económico. Ediciones Uninorte. Colombia, 2008.

LEISER, D.; SEVÓN, G. Y.; LEVI, D. Children's economic socialization: Summarizing the cross-cultural comparison of ten countries. *Special Issue: Economic socialization. Journal of Economic Psychology*, 11(4), 591-631. 1990.

MAYER, J. P. Prefácio. In: J. Baudrillard, *A sociedade de consumo* (2ª ed., pp. 9-10). Lisboa: Edições 70. 2019.

MELLO, J. de A. S. Conhecendo as ideias das crianças sobre produção e destinação do lixo doméstico e escolar. 2008. 126f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Faculdade de Educação, Centro Universitário Moura Lacerda, Ribeirão Preto, 2008. Disponível em: Acesso em 7 mai. 2013.

MICHEL, M. H. Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais. São Paulo: Atlas. 2005.

MONTEIRO, T. A.; SARAVALI, E. G. Psicogênese da noção de violência: um estudo evolutivo a partir da perspectiva piagetiana. Educação: Revista do Centro de Educação da UFSM, v. 36, n. 12, maio/ago., 2011, p. 279-296. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/reeducacao>. Acesso em: 28 nov. 2020.

NUNES, B. F. Consumo e identidade no meio juvenil: considerações a partir de uma área popular do Distrito Federal. Brasília: Sociedade e Estado, set/dez, v. 22, a. 3, 2007.

OLMO, A. Vergonha de si: violência invisível da publicidade infantil. In: FONTENELLE, L. (Org) Criança e consumo: 10 anos de transformação. São Paulo: Instituto Alana, 2016.

ORTIZ, M. F. Educação para o consumo: diagnóstico da compreensão do mundo econômico do aluno da educação de Jovens e adultos. 2009. 149f. (Tese de Doutorado). Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 2009. Disponível em <http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/251616>. Acesso em 28 nov. 2021.

PEREIRA, D. R. Consumismo e educação infantil: um estudo sobre crenças e hábitos de docentes e alunos. 2018. 330f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Estadual de Marília, Marília-SP.

PERALTA, T.; OLIVEIRA, F.N. A relação entre escola e trabalho: a realidade social na perspectiva de crianças. Educação em Questão, UFRN, Natal, v. 55, n. 45, p. 200-226, jul./set. 2017.

PIECZARKA, T. Concepções de desigualdade social e mobilidade socioeconômica de adolescentes de escola pública de Curitiba. 257 f. Dissertação (Mestrado em Educação) Universidade Federal do Paraná. 2009.

ROCHA, M. et al. As representações de crianças e adolescentes sobre a inter-relação entre os recursos monetários e o consumo numa perspectiva. *Revista Brasileira de Economia Doméstica*, Viçosa, v.23, n. 2, 2012, p. 142-162.

SARAVALI, E.G. et al. A construção da noção social de greve: Um estudo evolutivo piagetiano. *ETD - Educação Temática Digital*, Campinas, SP, v. 22, n. 4, p. 948–968, 2020. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/etd/article/view/8655348>. Acesso em: 24 nov. 2021.

SCHOFIELD, M. A ética política de Aristóteles. In (ORG) **KRAUT, R.** et al. *Aristóteles e a ética a Nicomaco*. Porto Alegre: ArtMed, 2009.

SILVA, M. O. da. Representações de crianças e adolescentes sobre trabalho numa perspectiva piagetiana. 2009. 283f. Dissertação (Mestrado em Economia Doméstica) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2009.

SILVA, C. F. da. A construção da noção de direito em alunos do 3º ano do ensino fundamental: uma pesquisa-ação na perspectiva piagetiana. 2017. 282f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2017.

SILVA, E. A.; VIVEIROS, K. F. M. Representações sociais de pobreza construídas pelos cursistas da Especialização Educação, Pobreza e Desigualdade Social realizada no Rio Grande do Norte: primeiros resultados. *Educar em Revista*, Curitiba, Brasil, Edição Especial n. 2, p. 35-54, set. 2017.

SILVA, M. T. Ter ou não ter, eis a questão: Relações sociais na infância e o consumo de bens por tweens (Dissertação de Mestrado) 2015 160f. Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/>. Acesso em 28 nov. 2021.

SONUGA-BARKE, E; WEBLEY, P. Children's saving: a study in the development of economic behaviour. Hove: Lawrence Erlbaum. 1993.

VASCONCELLOS, M.A.S. Economia: Micro e Macro. Editora Atlas, São Paulo, 2006.