

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**MONALIZA DA SILVA PINTO**

**O IMPACTO DAS MÍDIAS SOCIAIS NA EDUCAÇÃO FINANCEIRA BRASILEIRA:**  
retrato atual, redes sociais utilizadas e responsabilidade do Estado

São Luís  
2023

**MONALIZA DA SILVA PINTO**

**O IMPACTO DAS MÍDIAS SOCIAIS NA EDUCAÇÃO FINANCEIRA BRASILEIRA:  
retrato atual, redes sociais utilizadas e responsabilidade do Estado**

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo, apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração da Universidade Federal do Maranhão - UFMA.

Orientador: Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Aline Alvares Melo

São Luís

2023

Pinto, Monaliza da Silva.

O impacto das mídias sociais na educação financeira brasileira: retrato atual, redes sociais utilizadas e responsabilidade do Estado / Monaliza da Silva Pinto – 2023.

24 f.

Orientador(a): Aline Alvares Melo.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação, Artigo) - Curso de Administração, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2023.

1. Mídias Sociais. 2. Educação Financeira. 3. Brasil. 4. Políticas Públicas. 5. Inclusão. I. Alvares Melo, Aline. II. Título.

**MONALIZA DA SILVA PINTO**

**O IMPACTO DAS MÍDIAS SOCIAIS NA EDUCAÇÃO FINANCEIRA BRASILEIRA:**  
retrato atual, redes sociais utilizadas e responsabilidade do Estado

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo, apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração da Universidade Federal do Maranhão - UFMA.

Aprovado em: 11/12/2023.

**BANCA EXAMINADORA**

Prof<sup>a</sup>. Aline Alvares Melo (orientadora)  
Dr.<sup>a</sup> em Administração  
Universidade Federal do Maranhão

Prof. Hélio Trindade de Matos  
Dr. em Administração de Empresas  
Universidade Federal do Maranhão

Prof. Walber Lins Pontes  
Dr. em Informática na Educação  
Universidade Federal do Maranhão

## RESUMO

A expansão das redes sociais mudou a forma de comunicação na sociedade atual. Diversos assuntos são divulgados em proporções globais, o conteúdo agora é facilmente acessado, e ainda assim grande parte da população não detém os conhecimentos e oportunidades necessárias para colocar a educação financeira em prática. Este artigo científico tem como objetivo analisar o impacto das mídias sociais na educação financeira brasileira. Aborda o retrato atual do país nesse cenário, as redes sociais mais utilizadas na produção de conteúdo informativo financeiro e a responsabilidade do Estado em promover políticas públicas de educação financeira, tanto nas escolas públicas quanto para a sociedade de modo geral, com ênfase naqueles que têm mais dificuldade de acessar esse tipo de conhecimento. Para tanto, são apresentados estudos e análises que destacam o papel das mídias sociais na disseminação de informações financeiras, além das iniciativas governamentais existentes e sugestões de estratégias para fortalecer a educação financeira no país. Este estudo foi realizado com abordagem de pesquisa qualitativa e o desenho proposto envolve uma investigação bibliográfica, desenvolvendo o conhecimento a partir de diversos tipos de publicações, como artigos, livros e sites acadêmicos. Desse modo, os resultados explanaram que as redes sociais são ferramentas estratégicas que contribuem significativamente para o desenvolvimento da educação financeira.

**Palavras-chave:** Mídias Sociais, Educação Financeira, Brasil, Políticas Públicas, Inclusão.

## **ABSTRACT**

The expansion of social networks has altered the communication landscape in contemporary society. Various subjects are disseminated on a global scale; content is now easily accessible. However, a significant portion of the population lacks the knowledge and opportunities necessary to implement financial education. This scientific article aims to analyze the impact of social media on financial education in Brazil. It addresses the current state of the country in this context, the most utilized social networks in producing financial information content, and the responsibility of the State in promoting public policies for financial education, both in public schools and for society at large, with an emphasis on those who face greater difficulty accessing this type of knowledge. To achieve this, studies and analyses are presented that highlight the role of social media in disseminating financial information, along with existing government initiatives and suggestions for strategies to strengthen financial education in the country. This study employed a qualitative research approach, and the proposed design involves bibliographic investigation, developing knowledge from various types of publications, such as articles, books, and academic websites. Thus, the results elucidate that social networks are strategic tools that significantly contribute to the development of financial education.

**Keywords:** Social Media, Financial Education, Brazil, Public Policies, Inclusion.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Interesse ao longo do tempo em educação financeira, pesquisa no YouTube.....	16
Figura 2 – Nível de conhecimento em educação financeira.....	17
Figura 3 – Perfil das instituições que organizam iniciativas de educação financeira .....	18
Figura 4 – Forma de financiamento das iniciativas de educação financeira .....	19
Figura 5 – Iniciativas virtuais .....	20

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Ranking dos influenciadores no YouTube .....	16
Tabela 2 – Forma de contato X número de beneficiários no último ano.....	19



## SUMÁRIO

1	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
2	<b>REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>10</b>
2.1	<b>Retrato atual da educação financeira no Brasil.....</b>	<b>10</b>
2.1.1	<i>Impacto da falta de educação financeira nas finanças pessoais .....</i>	<i>11</i>
2.2	<b>Mídias sociais como canal de informação financeira .....</b>	<b>11</b>
2.3	<b>Responsabilidade do Estado em promover políticas públicas de educação financeira.....</b>	<b>13</b>
2.3.1	<i>Iniciativas de educação financeira no país.....</i>	<i>13</i>
3	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>14</b>
4	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>	<b>15</b>
5	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>20</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>21</b>

# O IMPACTO DAS MÍDIAS SOCIAIS NA EDUCAÇÃO FINANCEIRA BRASILEIRA: retrato atual, redes sociais utilizadas e responsabilidade do Estado <sup>1</sup>

Monaliza da Silva Pinto <sup>2</sup>  
Aline Alvares Melo <sup>3</sup>

**Resumo:** A expansão das redes sociais mudou a forma de comunicação na sociedade atual. Diversos assuntos são divulgados em proporções globais, o conteúdo agora é facilmente acessado, e ainda assim grande parte da população não detém os conhecimentos e oportunidades necessárias para colocar a educação financeira em prática. Este artigo científico tem como objetivo analisar o impacto das mídias sociais na educação financeira brasileira. Aborda o retrato atual do país nesse cenário, as redes sociais mais utilizadas na produção de conteúdo informativo financeiro e a responsabilidade do Estado em promover políticas públicas de educação financeira, tanto nas escolas públicas quanto para a sociedade de modo geral, com ênfase naqueles que têm mais dificuldade de acessar esse tipo de conhecimento. Para tanto, são apresentados estudos e análises que destacam o papel das mídias sociais na disseminação de informações financeiras, além das iniciativas governamentais existentes e sugestões de estratégias para fortalecer a educação financeira no país. Este estudo foi realizado com abordagem de pesquisa qualitativa e o desenho proposto envolve uma investigação bibliográfica, desenvolvendo o conhecimento a partir de diversos tipos de publicações, como artigos, livros e sites acadêmicos. Desse modo, os resultados explanaram que as redes sociais são ferramentas estratégicas que contribuem significativamente para o desenvolvimento da educação financeira.

**Palavras-chave:** Mídias sociais, educação financeira, Brasil, políticas públicas, inclusão.

**Abstract:** The expansion of social networks has altered the communication landscape in contemporary society. Various subjects are disseminated on a global scale; content is now easily accessible. However, a significant portion of the population lacks the knowledge and opportunities necessary to implement financial education. This scientific article aims to analyze the impact of social media on financial education in Brazil. It addresses the current state of the country in this context, the most utilized social networks in producing financial information content, and the responsibility of the State in promoting public policies for financial education, both in public schools and for society at large, with an emphasis on those who face greater difficulty accessing this type of knowledge. To achieve this, studies and analyses are presented that highlight the role of social media in disseminating financial information, along with existing government initiatives and suggestions for strategies to strengthen financial education in the country. This study employed a qualitative research approach, and the proposed design involves bibliographic investigation, developing knowledge from various types of publications, such as articles, books, and academic websites. Thus, the results elucidate that social networks are strategic tools that significantly contribute to the development of financial education.

**Keywords:** Social Media, Financial Education, Brazil, Public Policies, Inclusion.

## 1 INTRODUÇÃO

A educação financeira tornou-se um assunto de suma importância, visto que o nível de endividamento tem crescido nos anos atuais. Entre 2019 e 2022 a média anual de famílias endividadas saltou 14 pontos nas pesquisas da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). Subiu de 63,6% para 77,9%, atingindo um pico de 79,3%, isso tudo por conta de mudanças no cenário político, economia desafiadora, juros altos, desemprego, redução da renda familiar e falta de controle financeiro, o que trouxe ainda mais preocupações aos brasileiros sobre suas finanças pessoais e corporativas comprovado pelo aumento de canais e número de acessos nos vídeos sobre educação financeira no YouTube (CGI.br). Muito disso está fora do controle dos cidadãos, mas esse retrato pode mudar com educação e incentivo.

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado para a disciplina de TCC II, e defendido perante banca examinadora em sessão pública, no semestre de 2023.2, na cidade de São Luis/MA;

<sup>2</sup> Aluna do Curso de Administração/UFMA. Contato: monalizamonasilva@gmail.com;

<sup>3</sup> Professora Orientadora. Dr<sup>a</sup>. em Administração. Departamento de Ciências Contábeis, Imobiliárias e Administração/UFMA. Contato: aline.melo@ufma.br.

Nas últimas décadas, o avanço tecnológico mudou significativamente a forma como interagimos com informações e conhecimento. Nesse cenário de mudanças rápidas e profundas, as mídias sociais emergiram como poderosas ferramentas de comunicação e influência, moldando não apenas nossos padrões de consumo, mas também nossa compreensão sobre temas cruciais, como educação financeira. No contexto brasileiro, o papel das mídias sociais na disseminação de conhecimentos sobre finanças pessoais tornou-se particularmente relevante. O mundo, bem como a sociedade, está em constante processo de transformação. Com a globalização seguida da revolução digital este processo tem se tornado cada vez mais intenso e multidimensional, transformando a sociedade em um âmbito local e também global. O fenômeno da globalização pode ser entendido como um processo de planificação do mundo, aproximando países, mercados, culturas e universos coexistentes em diferentes regiões do planeta, e a revolução digital agilizou ainda mais este processo. A Interação ganha força no novo mundo globalizado, novas ferramentas de comunicação e de rede sociais virtuais são desenvolvidas, dando vez e voz para quem está por de trás das telas de computadores, celulares, tablets, televisores inteligentes entre outros. Nesse sentido, as articulações entre pessoas se tornam mais presentes, mudando mais uma vez o modo como a sociedade se comporta, se organiza e se desenvolve.

Este artigo tem como objetivo investigar de maneira aprofundada "O Impacto das Mídias Sociais na Educação Financeira Brasileira". Apresentando como objetivos específicos: entender o cenário atual da educação financeira no Brasil, as principais redes sociais utilizadas como veículos de informação financeira e dissertar sobre a responsabilidade do Estado não adequada de educação financeira para seus cidadãos. Ao compreender o panorama atual, as plataformas envolvidas e os desafios enfrentados, este estudo busca lançar luz sobre o papel crucial das mídias sociais na promoção de uma educação financeira eficaz e responsável, além de apontar caminhos para aprimorar a abordagem educacional do Estado diante deste novo paradigma digital.

Esta pesquisa será de cunho qualitativo, por utilizar da modalidade de pesquisa bibliográfica desenvolvendo o conhecimento a partir de diversos tipos de publicações, como artigos, livros e sites acadêmicos. Através desta revisão será possível conhecer o que já existe sobre o assunto e quais serão as formas mais adequadas de analisar e redigir o trabalho, a fim de trazer observações sobre como as mídias sociais impactam e facilitam o aprendizado da educação financeira, pois, segundo Strauss e Corbin (2008), a pesquisa qualitativa estabelece descobrir conceitos e conexões nos dados brutos e a organizar esses conceitos e conexões em um esboço explanatório teórico por meio de entrevistas e observações diretas do comportamento, mas também pode haver diversas formas de representação por meios de documentos, filmes, gravações em vídeo, dentre outros.

Esta pesquisa busca o aprimoramento de ideias, apesar de que, as mídias sociais são um tema bastante atual e que estão em acessão do mundo corporativo, sendo uma ferramenta de comunicação importante nos dias atuais, devido à quantidade expressiva de usuários. Porém, ainda há pouco conjunto teórico a respeito do tema que envolva a inserção de pequenos ou informais comerciantes nas mídias sociais.

O trabalho se justifica em demonstrar com o surgimento da internet acelerou diversas mudanças na sociedade nos últimos anos, o que acarretou em grandes mudanças nas relações humanas e principalmente na comunicação.

As transformações econômicas e sociais provocadas pelos avanços tecnológicos possibilitaram mudanças consideráveis no comportamento dos indivíduos que passaram a utilizar e a ingressar nos meios virtuais em suas atividades do dia a dia, tornando-a indispensável (Castro et al, 2015).

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção será abordado o referencial teórico deste estudo. Para a realização da pesquisa, procuramos conceituar a educação financeira e as mídias sociais, ao passo que apresentamos um parecer do retrato atual da educação financeira no Brasil, o papel das mídias sociais como fonte de informação financeira e a responsabilidade do Estado em promover políticas públicas de educação financeira.

Além disso, este estudo incorporará as descobertas de outros pesquisadores que fizeram contribuições significativas para o assunto, estabelecendo assim uma estrutura robusta para a investigação atual.

### 2.1 Retrato atual da educação financeira no Brasil

(Modernell, 2011) esclarece o termo “Educação Financeira”, para ele, o real significado não está ligado exclusivamente ao dinheiro, mas pela valorização da qualidade de vida e pela busca de oportunidades. Ele acredita que a Educação Financeira pode proporcionar condições de prosperidade e bem estar ao longo da vida.

A necessidade de educação financeira na sociedade brasileira se tornou cada vez mais evidente diante dos desafios econômicos e das mudanças no cenário financeiro. O acesso a informações e recursos financeiros é fundamental para que os indivíduos possam tomar decisões conscientes e responsáveis sobre suas finanças pessoais, planejar o futuro, evitar dívidas excessivas e buscar uma maior estabilidade financeira.

Infelizmente, a imensa maioria das pessoas no Brasil cresceu sem ter recebido noções de educação financeira, seja informalmente, no núcleo familiar, ou formalmente, na escola ou faculdade. Geração após geração, o brasileiro se tornou pouco poupador e nada habituado a observar os próprios gastos, deixando tudo para depois, inclusive a busca por conhecimento básico sobre finanças e investimentos (Nigro, 2020, p.15).

Prado (2019) aponta fatores que possam ter moldado o comportamento financeiro do brasileiro, ligados a valores familiares e sociais, quem poupa é visto como mesquinho, principalmente se caso não ajude um familiar ou amigo, sendo o dinheiro um assunto complexo nos lares e roda de amigos, e quem poupa também é visto como alguém que não aproveita a vida, e geralmente são características que ninguém gostaria de lhe serem atribuídas.

O endividamento pessoal não está diretamente ligado à renda do indivíduo, e sim à forma como ele administra as suas receitas e despesas (Cerbasi, 2003), porque, nas palavras do economista e educador financeiro Edísio Freire, o aumento de interesse pela educação financeira no nosso país deve ser visto com bons olhos.

“A Educação Financeira tem ganhado cada vez mais força, mas que ainda precisa de ajustes para verdadeiramente transformar a vida da população e passa hoje pelo seu maior momento no Brasil, apesar do endividamento crônico de parte da população adulta no país”. Segundo Cerbasi (2022).

Portanto, conclui-se que a educação financeira deve estar presente na realidade das famílias, pois está pontualmente associada ao preparo financeiro para possíveis emergências, à realização de sonhos e qualidade de vida da família. Logo, deve ser um processo de aprendizagem abordado desde a infância. O dinheiro fazendo parte da rotina das crianças, evitará que sejam criados bloqueios que prejudiquem o seu uso quando avançarem para a fase adulta. De acordo com Cerbasi (2011), começar cedo e de forma correta a educar os filhos sobre dinheiro pode diferenciar um milionário de um endividado.

### **2.1.1 Impacto da falta de educação financeira nas finanças pessoais**

A falta de educação financeira tem impactos significativos nas finanças pessoais dos indivíduos. Muitas pessoas enfrentam dificuldades em lidar com questões básicas, como orçamento doméstico, poupança, investimentos e controle de dívidas. A ausência de conhecimentos financeiros adequados pode levar a más decisões, endividamento excessivo, falta de planejamento para emergências e dificuldade em alcançar objetivos financeiros de longo prazo, como a aposentadoria.

Além disso, a falta de educação financeira contribui para o aumento da desigualdade social e econômica. Aqueles que têm acesso limitado à informação financeira e não possuem os conhecimentos necessários são mais suscetíveis a cair em armadilhas financeiras, ser vítimas de golpes e ter menos oportunidades de crescimento econômico.

Para Vieira et al. (2011) com a educação financeira os indivíduos podem desenvolver habilidades que os auxiliam na tomada de decisão e no eficiente planejamento de suas finanças pessoais. Cabe ressaltar que não existe uma fórmula correta para o planejamento financeiro, cada indivíduo deverá adaptar-se as técnicas às suas condições.

O planejamento não exige cálculos complexos, apenas disciplina e alguns sacrifícios que nada mais é que o adiamento de consumo (Gaudecker, 2015). E ainda defende a ideia de que a falta de educação financeira pode acarretar consequências no longo prazo.

Diversos desafios dificultam a disseminação da educação financeira no Brasil. Muitos indivíduos não tiveram a oportunidade de aprender sobre finanças pessoais durante sua formação educacional, seja por falta de inclusão do tema nos currículos escolares ou pela ausência de programas de educação financeira nas instituições de ensino. Além disso, a complexidade do sistema financeiro, com terminologias técnicas e produtos financeiros diversos, pode ser intimidante e afastar as pessoas do aprendizado. A falta de acesso a recursos educacionais e a carência de literacia financeira são outros obstáculos enfrentados pela população, especialmente aqueles com menor poder aquisitivo e que vivem em áreas com menor infraestrutura educacional.

Logo, é clara a necessidade da educação financeira para crianças e jovens ser prioridade. Muitos projetos já estão sendo realizados, mas ainda não é suficiente.

## **2.2 Mídias sociais como canal de informação financeira**

O vocábulo mídias sociais é muitíssimo novo, usado a partir de 2005 para substituir o que chamavam de “novas mídias”. Por ser novo, o uso ainda gera confusão em muitas pessoas que se referem às redes sociais como mídias sociais. De acordo com Gottardo (2011, p. 19) “as mídias sociais são sites na internet construídos para permitir a criação colaborativa de conteúdos, a interação social e o compartilhamento de informações em diversos formatos”.

As mídias sociais desempenham um papel importante na disseminação de informações financeiras devido à sua ampla abrangência e acessibilidade. Elas permitem a criação e compartilhamento de conteúdo financeiro educativo, além de possibilitarem interações entre os usuários. Diante disso, os influenciadores digitais de Educação Financeiras estão munidos de ferramentas para criação e divulgação dos seus conteúdos, destacam-se entre eles: O Instagram, que tem sido uma plataforma popular, permitindo a criação de posts visuais e interativos sobre educação financeira. O YouTube é amplamente utilizado para vídeos educativos e casos de sucesso financeiro, enquanto o LinkedIn se destaca como uma rede para networking e compartilhamento de conhecimentos financeiros. Além do Twitter, Tik Tok, WhatsApp, Telegram, Facebook etc.

No entanto, devido à falta de um bom planejamento, muitas pessoas acabam se perdendo por conta das inúmeras propagandas e incitações veiculadas pela mídia, são induzidas a comprar coisas desnecessárias. Ou seja, as mídias sociais podem educar

financeiramente e concomitantemente induzir ao consumismo, assim testando os aprendizados pessoais de cada um. É necessário saber dosar, as mídias ajudam, mas alguns excessos acabam atrapalhando.

A internet e as mídias são multiplicadoras de informações essenciais, das quais as pessoas estão cada vez mais dependentes, principalmente os jovens. Por isso, é fundamental examinar os meios de comunicação que tenham discernimento para propiciar uma geração comprometida com suas finanças. Sendo assim, as mídias também se preocuparam em educar financeiramente seus leitores e seguidores.

Segundo Bauman (2008), vivemos em uma sociedade de consumo, onde todas as criaturas vivas consomem desde os tempos imemoriais. O consumidor em uma sociedade de consumo se difere dos consumidores de outras sociedades até hoje, e o aprendizado dos novos consumidores começa desde o berço, a partir do momento que o mercado busca conquistar as crianças para garantir o fiel consumo no futuro, quando chegarem a fase adulta, esse mercado as envolve em um discurso e passa a fazer parte do processo de construção moral de suas vidas. O autor também aponta a necessidade de uma consciência crítica sobre a real necessidade de consumir, é preciso distinguir o desejo e o impulso. O equilíbrio no consumir exige uma boa análise das verdadeiras necessidades de uma aquisição, e seu impacto no orçamento.

Conforme dados da B3 – Bolsa de Valores de São Paulo, jovens entre 16 e 25 anos já representam mais de 10% de seus investidores e atribui esse aumento ao acesso à informação por meios de canais de YouTube e as páginas dos influenciadores digitais que explicam e incentivam a entrada deles no mercado financeiro, além da preocupação com a Reforma da Previdência e na última década a queda da taxa de juros (Larghi, 2019).

A ENEF elaborou um documento de educação financeiras para escolas, onde já mencionava a internet como meio de capacitação.

A perseverança é crucial para o sucesso da introdução da Educação Financeira nas escolas, é muito importante que os gestores escolares tenham um suporte suficiente para poderem liderar com segurança as necessárias mudanças que deverão empreender nas suas escolas. Para isso, deverão ter acesso a materiais diversos, por um lado, e, por outro, à oferta de apoio para os professores, sob a forma de programas de capacitação e de um sistema ágil e confiável de consultas a informações. A sensibilização e a capacitação devem incidir não só sobre professores, mas também sobre os próprios gestores. Para acelerar e otimizar esse processo, a capacitação poderá acontecer de forma presencial e a distância, utilizando, por exemplo, ambiente de aprendizagem via internet. (ENEF, 2013, p.30)

Apesar dos benefícios das mídias sociais na educação financeira, existem desafios a serem superados. A qualidade e confiabilidade do conteúdo financeiro nas mídias sociais podem ser questionáveis, devido à facilidade de criação de conteúdo nas redes sociais, é importante que os usuários busquem informações de fontes confiáveis e verifiquem a credibilidade dos produtores de conteúdo, sendo necessária uma análise crítica das informações encontradas. Além disso, a grande quantidade de informações disponíveis nas mídias sociais pode ser confusa e desafiadora para os usuários. Portanto, é necessário desenvolver habilidades de filtragem e seleção adequada das informações financeiras, para que as pessoas possam identificar e utilizar conteúdos relevantes, confiáveis e adequados às suas necessidades.

## 2.3 Responsabilidade do Estado em promover políticas públicas de educação financeira

A educação financeira deve ser reconhecida como uma política pública importante, visando garantir um acesso equitativo a conhecimentos financeiros e promover a inclusão financeira. É necessário que todos os cidadãos tenham a oportunidade de adquirir habilidades financeiras básicas para tomar decisões conscientes e responsáveis em relação ao dinheiro.

A promoção da educação financeira traz benefícios socioeconômicos para a sociedade como um todo. Indivíduos educados financeiramente têm maior capacidade de planejamento, gestão e acumulação de recursos, contribuindo para o desenvolvimento econômico, a redução da desigualdade social e a melhoria da qualidade de vida da população.

O Estado tem um papel fundamental em promover a educação financeira por meio de iniciativas governamentais. Programas de educação financeira podem ser implementados nas escolas públicas, visando fornecer conhecimentos financeiros desde a educação básica. Esses programas devem abordar conceitos financeiros relevantes, como orçamento pessoal, poupança, investimentos e planejamento financeiro, de acordo com a faixa etária dos estudantes.

As crianças devem ser levadas a perceber que o prazer de poupar é semelhante ao que se obtém ao gastar dinheiro. São prazeres complementares. É por essa razão que o apego exagerado ao dinheiro é tão preocupante quanto a displicência irresponsável com os gastos. Ensinar os filhos a reconhecer a dualidade desses prazeres, sabendo conviver com o melhor de cada um, não é difícil. No entanto, como quase tudo que diz respeito ao modo como a mentalidade de uma pessoa é formada, quanto menor a criança, mais fácil será. (D'Aquino, 2007, p. 14).

O governo pode estabelecer parcerias com instituições financeiras e organizações não governamentais para promover a educação financeira. Essas parcerias podem viabilizar a realização de workshops, palestras, materiais educativos e projetos específicos de educação financeira, visando atingir um público mais amplo e diversificado.

### 2.3.1 *Iniciativas de educação financeira no país*

Existem diversas iniciativas de educação financeira no Brasil, tanto governamentais quanto promovidas por organizações da sociedade civil. Programas governamentais, como o programa de Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), que foi criada através do Decreto Federal 7.397/2010, e renovada pelo Decreto Federal nº 10.393, de 9 de junho de 2020, e tem o objetivo de promover a inclusão financeira e disseminar conhecimentos financeiros para a população. A partir disso foi criada a Semana ENEF, que é uma iniciativa do Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF), ela é realizada desde 2014, promovendo ações com para disseminar educação financeira de forma gratuita, com eventos presenciais e online, e com parcerias firmadas para levar educação financeira à população.

O Ministério da Educação (MEC) tornou, em 2020, a Educação Financeira como componente curricular obrigatório nas redes de ensino públicas e particulares para alunos da educação infantil e fundamental. Além do mais, disponibilizou livros gratuitos na Semana Nacional de Educação Financeira, em 2020, para população da série “Educação Financeira nas Escolas” para níveis de ensino fundamental e médio. Dessa forma, a ideia é que quanto mais cedo o cidadão tiver acesso à Educação Financeira, melhor conhecimento e experiência terá para lidar com seu próprio dinheiro quando chegar a fase adulta. Por conseguinte, a proposta do MEC foi extremamente necessária e positiva para impactar a economia brasileira, já que essa ação abrange jovens de diferentes localidades e condições financeiras.

Devemos levar em consideração que as iniciativas mais relevantes e abrangentes são recentes e que em 2020 o mundo foi assombrado com a pandemia do COVID-19, não é possível ainda mensurar os impactos das iniciativas do MEC no que tange a educação financeira nas escolas. Especialmente a educação pública foi a mais afetada pela pandemia.

Sendo assim, a população recorre às mídias sociais e plataformas digitais para adquirir conhecimento sobre temas diversos, inclusive finanças pessoais, renda extra, endividamento, dentre outros. Isso é validado com o fato de que a renda das famílias sofreu um enorme impacto com os efeitos da COVID em virtude das diversas restrições ao funcionamento de empresas, isso provocou um aumento expressivo de desempregados no país.

Existem outras iniciativas governamentais e não governamentais que visam promover a educação financeira. Essas iniciativas incluem parcerias com instituições financeiras, organizações da sociedade civil e entidades educacionais para desenvolver programas e materiais educativos sobre finanças pessoais.

Além de programas nas escolas, estratégias de promoção da educação financeira para a sociedade de modo geral devem ser adotadas. O Estado pode promover campanhas de conscientização e informação financeira, utilizando diversos meios de comunicação, como televisão, rádio, internet e mídias sociais. Essas campanhas visam disseminar conhecimentos financeiros básicos, incentivar a adoção de práticas saudáveis de gestão financeira e alertar sobre possíveis armadilhas financeiras.

A promoção da inclusão financeira é fundamental para garantir que todas as pessoas tenham acesso a serviços bancários básicos e possam participar plenamente do sistema financeiro. O Estado pode incentivar a criação de programas que facilitem o acesso a contas bancárias, serviços financeiros e produtos adequados às necessidades da população.

### **3 METODOLOGIA**

O presente trabalho foi desenvolvido a partir de uma pesquisa qualitativa e, após a leitura de diversos artigos, livros, publicações, entre outros, foi realizado um ordenamento de ideias para a criação de um artigo de revisão bibliográfica, utilizando métodos interpretativos para analisar e compreender a interação complexa entre as mídias sociais, a educação financeira e o papel do Estado. Sempre procurando abordar as informações mais importantes para a composição do artigo. Buscou-se correlacionar o passado com o presente a fim de procurar um melhor entendimento do assunto, e através deste artigo desenvolver conteúdos inovadores. Uma abordagem qualitativa permitirá uma compreensão aprofundada das percepções, experiências e opiniões dos diversos atores envolvidos nesse contexto.

A seleção do referencial bibliográfico foi realizada de maneira sistemática, buscando artigos científicos, livros, publicações online, relatórios governamentais e documentos oficiais que abordem o assunto. A busca foi conduzida em bases de dados acadêmicos, bibliotecas digitais de produção intelectual discente e em plataformas especializadas, como o Google Acadêmico. A pesquisa, que teve duração de dez meses, teve início em janeiro de 2023 e término em novembro do mesmo ano. Foram usados como base para pesquisa os termos: “educação financeira”, “mídias sociais”, “impacto das mídias sociais na educação financeira”, “iniciativas de educação financeira no Brasil” entre outras. Ainda foram utilizados cinco artigos brasileiros publicados e disponibilizados com o tema proposto, no primeiro momento foram buscados onze artigos, que foram filtrados e reduzidos a cinco. Também foi utilizado como fonte de dados os mapeamentos disponíveis no website da Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF.

Os critérios de inclusão incluirão trabalhos relevantes publicados nos últimos anos, considerando a atualidade das informações. Com relação aos critérios de exclusão foram



desconsiderados os seguintes documentos: artigos que não estavam disponíveis integralmente para serem pesquisados nas bases de dados e artigos que se desviavam da temática estudada.

Este artigo visa contribuir para o entendimento da influência das mídias sociais na promoção da educação financeira no Brasil, identificando oportunidades e desafios. Além disso, pretende-se discutir a responsabilidade do Estado na formulação de políticas e ações que promovam a educação financeira por meio das mídias sociais.

Ao seguir esta metodologia, é esperado oferecer uma análise crítica e aprofundada sobre o impacto das mídias sociais na educação financeira brasileira, oferecendo *insights* relevantes para pesquisadores, educadores, formuladores de políticas públicas e demais específicos nesse campo.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados da análise indicam um cenário dinâmico no qual as mídias sociais desempenham um papel fundamental na disseminação de conhecimentos sobre educação financeira no Brasil. Diversas plataformas, como Instagram, YouTube e Twitter, emergiram como canais populares para o compartilhamento de conteúdo relacionado a orçamento, investimentos, planejamento financeiro pessoal e gestão de dívidas. A popularidade dessas plataformas sugere uma mudança significativa nos padrões de busca de informações financeiras, com uma preferência crescente por formatos visuais e interativos. Essa diversidade de abordagens sugere a importância de adaptar a mensagem financeira ao formato específico de cada plataforma, considerando as preferências e comportamentos dos usuários. A interatividade e o engajamento nas mídias sociais parecem ser fatores-chave para o sucesso na divulgação de conceitos financeiros.

O crescimento das mídias sociais desencadeou um fenômeno conhecido mundialmente como “finfluencers”: criadores de conteúdo que oferecem educação financeira em plataformas sociais para consumo em massa. Este fenômeno tem o potencial de democratizar a educação financeira, mas também pode ter consequências negativas. Portanto, garantir a proteção do consumidor é crucial para que as mídias sociais se estabeleçam verdadeiramente como um dos principais meios de expansão da educação financeira.

Cada rede social possui características e recursos que podem contribuir para a educação financeira. Recursos interativos e educativos que auxiliam na disseminação da educação financeira. Por exemplo, enquetes, *quizzes*, stories e lives permitem a interação direta com o público, incentivando o engajamento e o aprendizado por meio de experiências interativas. O uso de influenciadores digitais, chamados de finfluencers, nas redes sociais também desempenha um papel importante na disseminação da educação financeira. Eles utilizam sua influência e credibilidade para compartilhar dicas, estratégias e conhecimentos financeiros de forma acessível e atrativa, alcançando um público amplo e diversificado.

A influenciadora Nathalia Arcuri, no mês de janeiro de 2022, criou um grande engajamento nas redes sociais realizando o lançamento de seus cursos sobre finanças pessoais com o valor simbólico de R\$1,00 cada, com o intuito de ensinar mais pessoas a aprender lidar com dinheiro, investimentos e empreendedorismo e em 24 horas, tempo de abertura da promoção, foram feitas mais de 400 mil matrículas.

Em 2016, Thiago Nigro fundou o canal Primo Rico voltado para ensinar seus seguidores sobre educação e gestão financeira atraindo atenção desse público para o mercado de capitais. Hoje o canal conta com mais de 6,62 milhões de inscritos.

Gustavo Cerbasi é um dos pioneiros no assunto de Educação Financeira no Brasil e com a expansão das redes sociais conseguiu se manter nesse segmento junto com essa nova leva de influenciadores digitais, ele é autor de 16 livros sobre finanças, seu canal no YouTube

conta com 1 milhão de inscritos, quase 1 milhão de seguidores no Facebook e 1,5 milhões no Instagram.

Murilo Duarte aposta que é possível por meio da educação financeira, mesmo com condições adversas e ganhando pouco, é possível mudar a situação econômica, a proposta dele é “traduzir” os termos complicados do mundo financeiro e tornar mais claro e acessível à grande população e desmistificar mitos e inverdades sobre acumular dinheiro. Seu canal do YouTube já possui mais de 357 mil inscritos.

Tabela 1- Ranking dos influenciadores no YouTube

AUTOR DO CANAL	NOME DO CANAL	QTD. DE INSCRITOS	FORMAÇÃO ACADÊMICA
Natalia Arcuri	Me Poupe!	7.48M	Jornalismo
Thiago Nigro	O primo rico	6.62M	Relações internacionais
Gustavo Cerbasi	Gustavo Cerbasi	1M	Administração Pública e Mestre em Finanças
Murilo Duarte	Favelado Investidor	357Mil	Ciências Contábeis

Fonte: Autor (2023). Dados da pesquisa.

Todos esses educadores financeiros, que também são blogueiros, deixam explícito que a educação financeira pode possibilitar uma melhor qualidade de vida, e quanto antes for introduzida, mais promissora será. Logo, isso faz com que as pessoas se tornem adeptas de uma nova forma de vida, um novo jeito de viver e lidar com o dinheiro.

Além disso, os blogueiros instigam os leitores e espectadores a fazer uma análise da sua vida financeira, a questão “é necessário comprar?” mostra ao leitor a necessidade de ditar prioridades, não se influenciar por propagandas enganosas e o mais valioso de tudo, poupar. Para que assim a vida financeira seja saudável.

Figura 1- Interesse ao longo do tempo em educação financeira, pesquisa no YouTube



Fonte: Google Trends (2023)

Nos últimos anos, a plataforma YouTube se tornou um dos principais ambientes de busca de conteúdos relacionados à educação financeira. Isto é particularmente verdade entre a

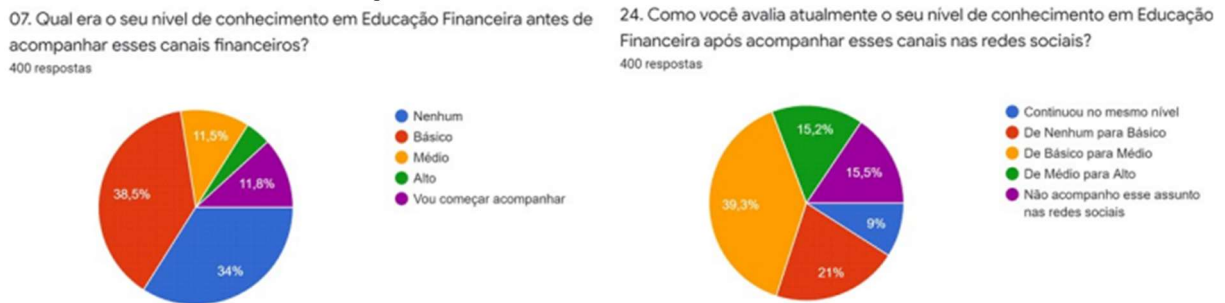
Geração Z (18 a 24 anos), que representa 44% das pesquisas, e a Geração Millennials (27 a 42 anos), que representa 40%.

No Brasil, a presença de influencers está crescendo rapidamente. Mais especificamente, os seguidores de influenciadores de educação financeira ultrapassaram 165 milhões em 2022. São cerca de 31,3 mil postagens por mês, com média de 1,3 mil interações em cada uma. A B3 também constatou em 2020 que 73% dos brasileiros buscam educação financeira no YouTube ou por meio de influencers. O rápido crescimento dos influencers e o seu potencial impacto negativo está chamando atenção dos reguladores. Alguns países já implementaram diretrizes para garantir a qualidade da informação compartilhada no espaço de educação financeira digital. Independentemente da abordagem adotada, os reguladores partilham preocupações comuns: garantir que os influenciadores financeiros não promovam produtos questionáveis ou fraudulentos e garantir a divulgação de conflitos de interesses e parcerias comerciais. Existe também o desejo de encorajar os influenciadores a divulgarem as suas qualificações para aumentar a transparência.

De acordo com a comScore, a categoria de conteúdo Financeiro cresceu 49% em 2022, tornando-se um dos 5 segmentos com maior crescimento no Instagram. Os cinco perfis mais procurados na plataforma são criadores de conteúdo, analistas, traders, investidores independentes e perfis de consultoria e corretagem. É seguro dizer que essas pessoas estão agitando o mundo das finanças.

Devido ao bom desempenho na última década, as redes sociais tornaram-se canais fundamentais para a troca de informações, melhorando em todos os aspectos e trazendo comodidade à comunicação. A abordagem do conteúdo que alguns usuários postam e compartilham em suas redes sociais, dependendo do nível de relevância, pode influenciar o comportamento de outros consumidores (Roldão, 2017).

Figura 2 - Nível de conhecimento em educação financeira



Fonte: Nascimento (2022, p.29)

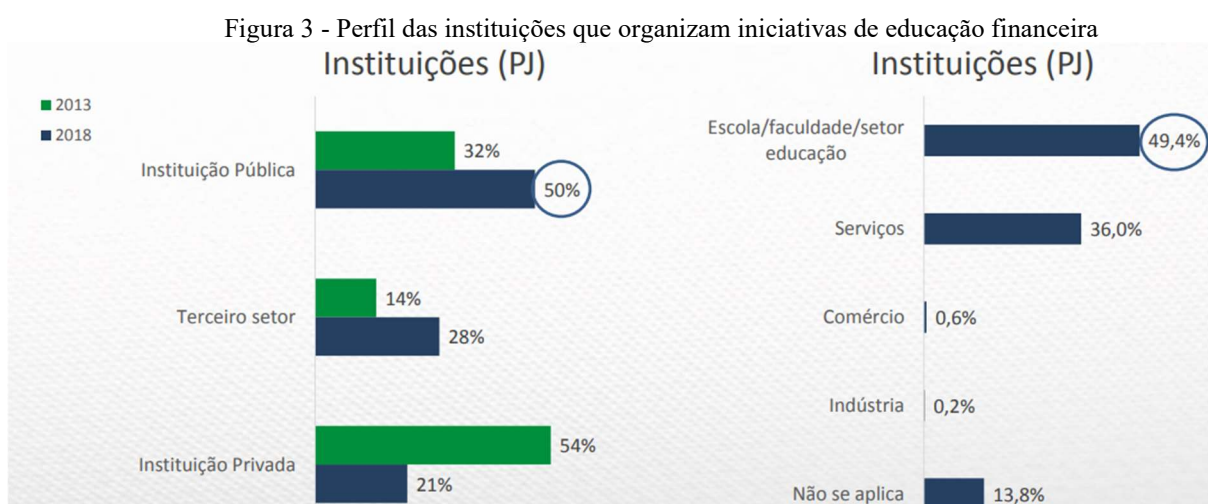
Segundo a pesquisa feita por Nascimento (2022), que foi respondida por 400 pessoas, mais de 73% dos entrevistados afirmaram não ter conhecimento ou entendimento básico sobre o assunto, e que após seguir e aplicar as dicas, vivenciaram um aumento significativo na sua educação financeira, variando de média a alta, conforme mostram os gráficos comparativos na figura 2. Além disso, a autora da pesquisa também questionou como os conteúdos impactaram a situação financeira dos participantes que acompanham esses canais, o resultado foi que a grande maioria afirmou ter melhor controle dos gastos diários (67%), passou a fazer investimentos (48%) e iniciou uma reserva financeira (52%).

“Quando o ter parece prevalecer ao ser e vemos surgir pequenos e ávidos consumidores, torna-se necessário e urgente estabelecer a diferença entre o querer e o precisar.” (D’Aquino; Maldonado, 2020)

Domingos (2014) comenta que a minoria dos jovens de hoje teve a oportunidade de aprender o básico da educação financeira na infância e, por esse fator, a maioria é totalmente faltosa no âmbito das tomadas de decisões e gestão dos recursos financeiros.

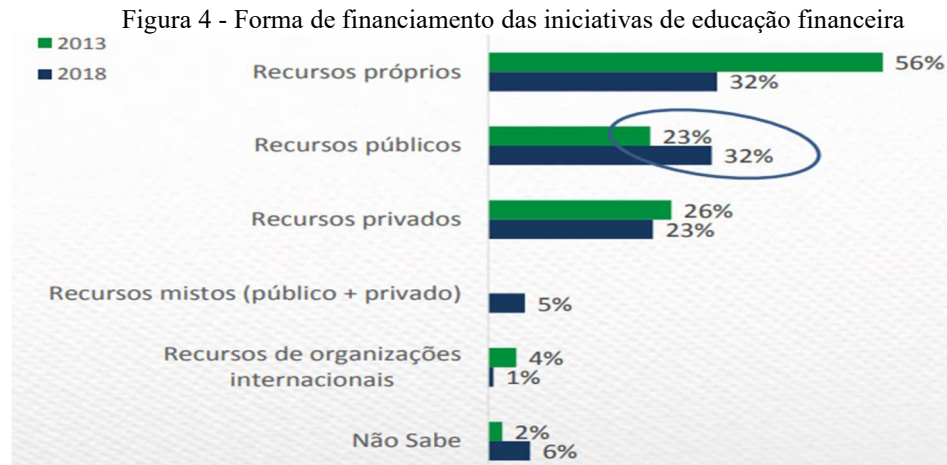
A discussão sobre a responsabilidade do Estado revela um panorama complexo. Embora as mídias sociais tenham se tornado um canal significativo para a expansão de conhecimentos financeiros, a ausência de orientação governamental pode resultar em informações desencontradas e, em alguns casos, competitivas. É clara a necessidade de uma abordagem mais ativa do Estado na promoção da educação financeira por meio das mídias sociais. A implementação de políticas públicas que incentivam a produção de conteúdo confiável, o estabelecimento de diretrizes para influenciadores digitais e a criação de campanhas educativas simultâneas podem ser estratégias eficazes para mitigar os riscos associados à disseminação desinformada de informações financeiras. Apesar da educação financeira ser um assunto em alta nas redes sociais, ela não faz parte da realidade e das discussões de muitos brasileiros.

O 2º Mapeamento Nacional de Iniciativas de Educação Financeira é um projeto da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), que foi coordenado pela Associação Brasileira de Educação Financeira – AEF-Brasil. Em 2009, um levantamento preliminar das iniciativas de educação financeira no país identificou 64 iniciativas. Em 2013, o 1º Mapeamento Nacional identificou 803 ações em diferentes regiões do Brasil e, em 2018, o resultado mostrou mais de 1.300 iniciativas em todo o Brasil, incluindo escolas de ensino médio e universidades, públicas e privadas, associações, cooperativas e organizações privadas. 1383 iniciativas começaram o questionário e 526 completaram o cadastro. Em 2018, houve um aumento notável de 72% no número de iniciativas mapeadas em comparação com 2013. Este aumento significativo pode ser atribuído principalmente ao crescimento exponencial de iniciativas baseadas nas escolas. No entanto, é importante notar que ainda há grande diversidade de instituições. O objetivo do Mapeamento foi obter uma compreensão mais ampla e profunda do cenário da educação financeira no Brasil. Além disso, mensurar a evolução das iniciativas ao longo dos anos.



Fonte: ENEF (2018)

Em relação ao mapeamento de 2013, em 2018 foram encontradas mais instituições públicas, com grande participação de escolas. Isso nos leva a entender que as iniciativas do Estado estão sendo realmente colocadas em prática. É importante incentivar iniciativas voltadas para públicos mais vulneráveis, como os analfabetos, aqueles com pouco ou nenhum uso do sistema financeiro e aqueles com menores rendimentos.



Fonte: ENEF (2018)

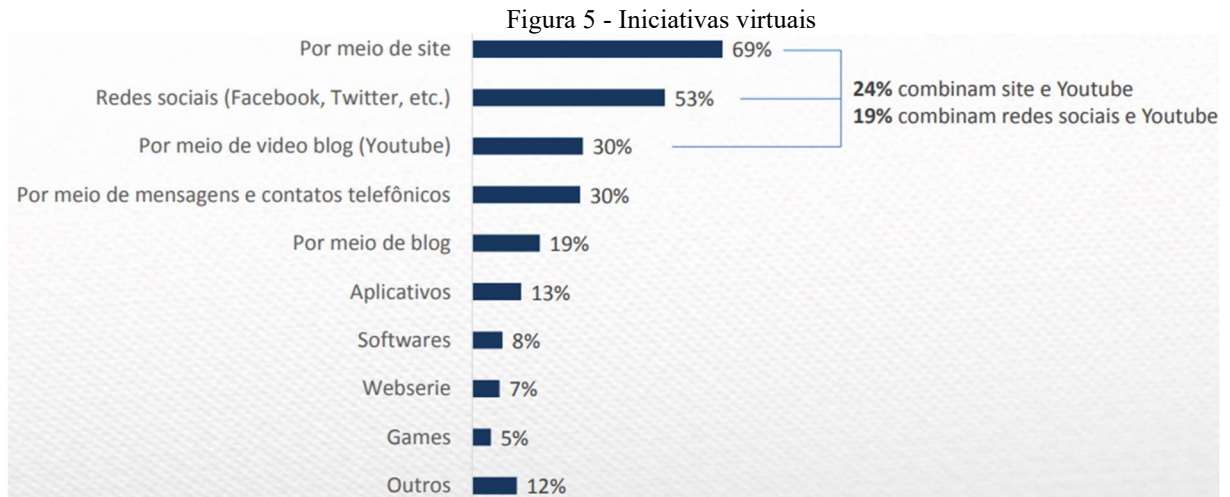
Os financiamentos do ano de 2018 tiveram um aumento por parte do setor público, indo de 23% em 2013 a 32% em 2018. Em contrapartida, o financiamento por recursos próprios caiu drasticamente de 56% em 2013 para 32% em 2018. Também houve uma redução no financiamento privado, de 26% em 2013 a 23% em 2018. Dentre eles, podemos ver que os financiamentos com recursos públicos, acabam atingindo em média um menor número de pessoas.

Tabela 2 - Forma de contato X número de beneficiários no último ano

	Só presencial	Só virtual	Ambos
<b>Base:</b>	<b>208</b>	<b>59</b>	<b>176</b>
500.001 ou mais	0%	12%	3%
50.001 a 500.000	1% 0%	25% 11%	9% 2%
20.001 a 50.000	1%	2%	4%
10.001 a 20.000	3%	4%	5%
5.001 a 10.000	1%	11%	7%
1.001 a 5.000	7%	16%	20%
501 a 1.000	12%	5%	9%
101 a 500	34%	18%	24%
51 a 100	74% 13%	41% 11%	49% 12%
Até 50	27%	12%	13%

Fonte: ENEF (2018)

Esse resultado apresenta o fato que iniciativas digitais ou híbridas tendem a atingir maior número de beneficiários, segundo a pesquisa da ENEF. As iniciativas online têm um alcance mais amplo, enquanto uma parte significativa das iniciativas presenciais são locais, especialmente as que ocorrem nas escolas. As iniciativas com o público de até 500 pessoas tiveram um aumento no ano de 2018 em relação a 2013 de 44% a 64%, Em geral cerca de 6% de todas as iniciativas, acabaram impactando mais de 8 milhões de pessoas.



Fonte: ENEF (2018)

Iniciativas digitais combinam diversos meios. Videoblogs são normalmente associados a sites e perfis em redes sociais. A ENEF pode incentivar parcerias de conteúdo e formação entre iniciativas digitais/nacionais e locais/presenciais.

Segundo Araújo e Francisco (2018), o que de fato vemos no Brasil é que não há um esforço efetivo para educar os jovens sobre educação financeira. Existem programas disponíveis, mas não são amplamente divulgados e os jovens, não sendo incentivados, não reconhecem a importância deste tipo de conhecimento.

Os resultados também apontam para desafios persistentes, como a falta de regulamentação, a possibilidade de desinformação e a necessidade de uma abordagem mais crítica por parte dos consumidores. No entanto, esses desafios coexistem com oportunidades significativas para aprimorar as estratégias de educação financeira nas mídias sociais, promovendo uma colaboração mais estreita entre o setor privado, a sociedade civil e o governo.

Dessa forma podemos entender a necessidade de a educação financeira para os indivíduos construir uma sociedade mais desenvolvida e com mais indivíduos capacitados para alavancar a economia do Brasil. Para isso a educação financeira deve ganhar mais visibilidade e uma maior importância no país, pois a construção e o fortalecimento desse conhecimento são indispensáveis no contexto atual da economia.

Em suma, os resultados desta pesquisa enfatizam a importância crescente das mídias sociais na educação financeira brasileira. A compreensão do panorama atual, das redes sociais predominantes e da necessidade de uma intervenção mais ativa do Estado fornece um guia valioso para futuras iniciativas que busquem promover uma educação financeira mais eficaz e inclusiva por meio dessas plataformas digitais.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da análise aprofundada sobre o impacto das mídias sociais na educação financeira brasileira, é evidente que estamos diante de um cenário dinâmico e multifacetado, no qual as plataformas digitais desempenham um papel significativo na disseminação de conhecimentos sobre finanças pessoais, a vasta quantidade de informações que nela estão inseridas, é um recurso inesgotável que ainda pode ser muito explorado. Este estudo explorou o retrato atual dessas influências, identificando as principais redes sociais utilizadas para essa especificamente e refletindo sobre a responsabilidade do Estado nesse contexto.

É indubitável que todos nós somos influenciados ao consumismo, o tempo todo. É evidente a dificuldade em separar o querer, do precisar, mas os jovens vão crescendo e

aprendendo com exemplos, dessa maneira, a família é o pilar principal. A escola, as mídias sociais e os programas de educação financeira devem ser um complemento para melhorar uma base sólida. Logo, é necessário que pais, educadores e a população comecem a preocupar-se ainda mais com a educação financeira, já que o consumismo presente não nos fornece boas perspectivas futuras, no âmbito social e ambiental. A educação financeira pode fornecer instrumentos para que a população perceba que pode ter uma vida melhor. Para isso, é inevitável uma extrema mudança em nossos hábitos de consumo, e é fundamental focar nos jovens, para que assim seja construído um sistema mais afortunado e organizado.

Vale destacar o panorama de oportunidades em favor da educação financeira, que se torna um ponto a ser explorado e onde novos temas podem ser introduzidos, tudo com o objetivo de proporcionar melhores oportunidades para a sociedade brasileira. Entre estas oportunidades, podemos observar o incentivo ao desenvolvimento de programas, visando especificamente indivíduos e comunidades vulneráveis. É importante facilitar a interação dos indivíduos de baixa renda e dos idosos, que muitas vezes enfrentam obstáculos no acesso às plataformas digitais. Para transmitir conteúdos de forma eficaz, é necessário considerar os diversos públicos com base nas suas origens sociais, culturais e econômicas. Isto garante que a informação seja entregue da forma mais eficaz, em vez de simplesmente divulgar um único tópico à população em geral.

Nota-se que através dos mapeamentos disponibilizados pela ENEF, existem muitos programas oferecidos em todo o país, tanto por iniciativas públicas como privadas. A maioria desses programas são gratuitos e estão disponíveis para todos, sem distinção. No entanto, a população enfrenta dificuldades em conhecer essas iniciativas, uma vez que o governo não as divulga amplamente, o que impede que a população brasileira se beneficie desses programas e se capacite.

Dito isto, é necessário levar a educação financeira para o maior número possível de pessoas, isso pode ajudar a resolver diversas dificuldades, além de possibilitar que planejem melhor suas vidas para que sejam capazes de ter mais condições de alcançarem seus sonhos e metas. Por conseguinte, as mídias são totalmente capazes de contribuir de maneira significativa ao educar jovens financeiramente, e eles, levariam essa educação para suas famílias, tornando-se assim um agente multiplicador.

Espera-se que esta pesquisa forneça uma base sólida para futuros estudos e inspire ações práticas no sentido de aprimorar as estratégias de educação financeira por meio das mídias sociais, gerando um impacto positivo e duradouro na sociedade brasileira. Como limitação do trabalho, destaca-se a utilização de referências nacionais, em sua maior parte, dessa forma, bases científicas disseminadas mundialmente, como *Web of Science*, *Emerald Publishing* etc. podem enriquecer bastante os resultados encontrados. Portanto, recomenda-se a criação de mais trabalhos de revisões sistemáticas de literatura nesta área, utilizando outras bases para aprofundar o entendimento e mensurar a repercussão do tema ao redor do mundo, para assim aumentar o escopo da pesquisa.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Beatriz; FRANCISCO, Maiara; FAUSTO, Padilha; ROGÉRIO, Mechi. Educação Financeira. **Revista União das Faculdades dos Grandes Lagos**, v. 1 n. 1 (2018). Disponível em: <https://revistas.unilago.edu.br/index.php/revista-cientifica/article/view/97>. Acesso em: 18 nov. 2023.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. 1. ed. [S. l.]: Zahar, 2008.

BOULLOSA, FERNANDA RAMOS; ARAÚJO, G.T.M; VIEIRA, S.S.C. Educação Financeira: Qual a importância e como introduzi-la ao público Jovem. **Editora Realize**, [S. l.], p. 903-919, 1 jan. 2022. DOI 10.46943/VII.CONAPESC.2022.01.061. Disponível em: [https://editorarealize.com.br/editora/ebooks/conapesc/2022/TRABALHO\\_COMPLETO\\_EV177\\_MD5\\_ID1154\\_TB514\\_24062022152643.pdf](https://editorarealize.com.br/editora/ebooks/conapesc/2022/TRABALHO_COMPLETO_EV177_MD5_ID1154_TB514_24062022152643.pdf). Acesso em: 31 ago. 2023.

BRUNA, Cataldo. Finfluencers e educação financeira: é preciso ter regras do jogo. **Instituto Propague**, [s. l.], 26 jul. 2023. Disponível em: <https://institutopropague.org/cidadania-financeira/insight-finfluencers-e-educacao-financeira-e-preciso-ter-regras-do-jogo/>. Acesso em: 18 nov. 2023.

CASTRO, E.A.; RIBEIRO, V. C.; SOARES, R.; SOUSA, L.K. S.; PEQUENO, J.O.M.; MOREIRA, J. R. Ensino Híbrido: Desafio da Contemporaneidade? *Projeção e Docência*, v. 6, n. 2, p. 47-58, 2015.

CERBASI, Gustavo. **Dinheiro**: Os segredos de quem tem. 2. ed. São Paulo: Editora Gente, 2003.

CERBASI, Gustavo. **Pais inteligentes enriquecem seus filhos**. [S. l.]: Sextante, 2011.

D'AQUINO, Cássia. **Educação Financeira**: Como Educar Seu Filho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. 180 p. ISBN 9788535224214.

D'AQUINO, Cássia; MALDONADO, Maria Tereza. **Educar para o consumo**: Como lidar com os desejos de crianças e adolescentes. 1. ed. [S. l.]: Papirus, 2020. 416 p. ISBN 9786555920116.

DOMINGOS, Reinaldo. Eu mereço ter dinheiro! **DSOP**, [s. l.], 26 ago. 2013. Disponível em: <https://www.dsop.com.br/blog/eu-mereco-ter-dinheiro>. Acesso em: 14 set. 2023.

GAUDECKER, H.M.V. How does household portfolio diversification vary with financial literacy and financial advice? **The Journal of Finance**, [S. l.], v. 70, n. 2, p. 489-507, 30 out. 2023. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jofi.12231>. Acesso em: 15 ago. 2023.

GOTTARDO, Maria Ângela. **Mídias sociais x comportamento de consumo**: análise das gerações y e z, acadêmicos ingressantes e egressos dos cursos de graduação da unochapecó. 2011. 105 f. Trabalho de conclusão de curso (Comunicação Social) - Universidade da Região de Chapecó – UNOCHAPECÓ, [S. l.], 2011.

GOV. ENEF. 2º Mapeamento Nacional das Iniciativas de Educação Financeira. **Vida e Dinheiro**, [s. l.], 1 abr. 2018. Disponível em: [https://www.vidaedinheiro.gov.br/wp-content/uploads/2018/05/Mapeamento\\_2018.pdf](https://www.vidaedinheiro.gov.br/wp-content/uploads/2018/05/Mapeamento_2018.pdf). Acesso em: 18 nov. 2023.

GOV. ENEF. Orientação para educação financeira nas escolas. **Vida e Dinheiro**, [s. l.], 2013. Disponível em: <https://www.vidaedinheiro.gov.br/wp-content/uploads/2017/08/DOCUMENTO-ENEF-Orientacoes-para-Educ-Financeira-nas-Escolas.pdf>. Acesso em: 20 set. 2023.

INVESTIMENTOS para cada fase da vida | Vida adulta. Produção: Gustavo Cerbasi. YouTube: [s. n.], 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/@GustavocerbasiBr/videos>. Acesso em: 20 jul. 2023.



JACOBY, Keli; CHIARELLO, Ana Paula Rohrbek. Educação financeira e as mídias sociais. **Revista Tecnológica / ISSN 2358-9221**, [S.l.], v. 4, n. 1, p. 86 - 105, may 2016. ISSN 2358-9221. Disponível em: <https://uceff.edu.br/revista/index.php/revista/article/view/131>. Acesso em: 15 mar. 2023.

LARGHI, Nathália. Jovens de 16 a 25 anos já passam de 10% na bolsa; veja quem são eles. **Valor Investe**, São Paulo, 6 dez. 2019. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/renda-variavel/bolsas-e-indices/noticia/2019/12/06/jovens-de-16-a-25-anos-ja-passam-de-10percent-na-bolsa-veja-quem-sao-eles.ghtml>. Acesso em: 30 ago. 2023.

LIMA, Larissa Abrantes de. **Educação Financeira e Mídias Sociais: uma análise preliminar de conteúdo**. Orientador: Prof<sup>ª</sup>. Ludmila Melo de Souza. 2021. 26 p. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Ciências Contábeis) - Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2021. Disponível em: [file:///C:/Users/55989/OneDrive/Documentos/TCC/Refer%C3%AAsncias/2021\\_LarissaAbrantesDeLima\\_tcc.pdf](file:///C:/Users/55989/OneDrive/Documentos/TCC/Refer%C3%AAsncias/2021_LarissaAbrantesDeLima_tcc.pdf). Acesso em: 11 abr. 2023.

Mercado Financeiro: Impacto do Digital e Soluções em Mídia. **Publya**, [s. l.], 10 abr. 2023. Disponível em: <https://publya.com/blog/mercado-financeiro/>. Acesso em: 18 nov. 2023.

MODERNELL, Álvaro. Afinal, o que é educação financeira? **Redação Ucho.Info**, [s. l.], 8 set. 2011. Disponível em: <https://ucho.info/2011/09/08/afinal-o-que-e-educacao-financeira/>. Acesso em: 21 ago. 2023.

NASCIMENTO, A.P.S. **A educação financeira nas redes sociais e sua influência no perfil do novo investidor brasileiro**. Orientador: Prof. Dr. José Marcos Carrera Junior. 2022. 45 p. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Ciências Contábeis) - Universidade Federal de São Paulo, Osasco, 2022. Disponível em: <C:/Users/55989/OneDrive/Documentos/TCC/Referências/TCC%20-%20A%20educação%20financeira%20nas%20redes%20sociais!!!!.pdf>. Acesso em: 7 fev. 2023.

NETO, A.B.C. **Educação financeira por meio das mídias digitais**. Orientador: Prof. Dr. Wenner Glaucio Lopes Lucena. 2020. 51 p. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Ciências Atuariais) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2020. Disponível em: <file:///C:/Users/55989/OneDrive/Documentos/TCC/Refer%C3%AAsncias/aluisio-belo-da-costa-neto.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2023.

NIGRO, Thiago. **Do Mil ao Milhão. Sem Cortar o Cafezinho**. [S. l.]: HarperCollins, 2018.

PRADO, Guilherme de Almeida. Brasileiro não poupa, e a culpa é da nossa história. **Folha de São Paulo**, [s. l.], 12 fev. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/2019/02/brasileiro-nao-poupa-e-a-culpa-e-da-nossa-historia.shtml>. Acesso em: 18 ago. 2023.

ROJAS, A.J.A. **Análise das iniciativas de educação financeira no Brasil**. Orientador: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Vanuza da Silva Pereira Ney. 2022. 40 p. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel Ciências Econômicas) - Universidade Federal Flu-Fluminense, Campos dos Goytacazes, 2022. Disponível em: [file:///C:/Users/55989/OneDrive/Documentos/TCC/Refer%C3%AAsncias/Adan%20Jheyson%](file:///C:/Users/55989/OneDrive/Documentos/TCC/Refer%C3%AAsncias/Adan%20Jheyson%20)

20Alfaro%20Rojas%20(2022),%20An%C3%A1lise%20das%20iniciativas%20de%20educa%C3%A7%C3%A3o%20financeira%20no%20Brasil.pdf. Acesso em: 8 maio 2023.

ROLDÃO, Marta Alexandra Sousa. **O que leva os utilizadores das redes sociais a partilhar e a publicar?** Um estudo comparativo: Facebook e Instagram. Orientador: Prof. Doutor Pedro Torres. 2017. 122 p. Dissertação (Mestrado em Marketing) - Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Coimbra, 2017. Disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/84694/1/Dissertac%C3%A7%C3%A3o%20Marta.pdf>. Acesso em: 9 nov. 2023.

STRAUSS, Anselm; CORBIN, Juliet. **Técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de Teoria Fundamentada**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

VIEIRA, S. F. A.; BATAGLIA, R. T. M.; SEREIA, V. J. Educação financeira e decisões de consumo, investimento e poupança: uma análise dos alunos de uma universidade pública do Norte do Paraná. **Revista de Administração da Unimep**, v. 9, n. 3, p. 61-86, 2011.