

CIDADANIA FINANCEIRA E SUSTENTABILIDADE NAS MÍDIAS SOCIAIS: um estudo sobre os calouros da Universidade Federal Rural da Amazônia, *Campus Capanema*

FINANCIAL CITIZENSHIP AND SUSTAINABILITY IN SOCIAL MEDIA: a study on
freshmen at the Federal Rural University of the Amazon, Capanema Campus

Área Temática VII: Tecnologias Sociais, Tecnologias Educacionais e Assistivas e Tecnologia da
Informação
Modalidade: Artigo Científico

Resumo

A sociedade vem sendo atravessada por muitas tecnologias emergentes, oportunizando e desafiando suas estruturas. Logo, o objetivo deste estudo foi analisar o comportamento dos calouros da Universidade Federal Rural da Amazônia – *Campus Capanema* com relação as influências das mídias sociais nos seus processos de formação financeira e sustentável. Metodologicamente, esta foi uma pesquisa aplicada, exploratória e descritiva, que realizou um levantamento (survey) para 50 estudantes de quatro cursos de graduação na Semana do Calouro e interpretou seus dados com base na abordagem quantitativa. Assim, foi possível identificar e discutir aspectos do perfil socioeconômico, práticas de educação financeira e consumo sustentável e o uso das plataformas digitais, evidenciando que os conteúdos sobre finanças e sustentabilidade dispostos na *internet* tornam-se fundamentais instrumentos estratégicos de aprendizagem para aproximar e engajar jovens. Cabe, portanto, a instituição educacional direcionar suas ações em prol de um método compatível com a realidade digital da atualidade e com a cidadania efetiva.

Palavras-Chave: Educação midiática, Educação financeira, Cidadania digital, Práticas de consumo, Processos educativos.

Abstract

Society has been affected by many emerging technologies, both providing opportunities and challenging its structures. Therefore, the objective of this study was to analyze the behavior of freshmen at the Universidade Federal Rural da Amazônia – Capanema Campus regarding the influence of social media on their financial and sustainable education processes. Methodologically, this was an applied, exploratory and descriptive research, which conducted a survey of 50 students from four undergraduate courses during Freshmen's Week and interpreted their data based on the quantitative approach. Thus, it was possible to identify and discuss aspects of the socioeconomic profile, financial education and sustainable consumption practices and the use of digital platforms, showing that content about finance and sustainability available on the internet becomes fundamental strategic learning tools to bring together and engage young people. Therefore, it is up to the educational institution to direct its actions towards a method compatible with today's digital reality and with effective citizenship.

Key words: Media education, Financial education, Digital citizenship, Consumption practices, Educational processes.

1. Introdução

A Era Digital, marcada pelo crescimento acelerado das inovações tecnológicas, está transformando as relações humanas contemporâneas em diversos setores (Kohn; Moraes, 2007). Nesse sentido, o ambiente virtual é cada vez mais estimulado, as fogueiras e rádios que antes eram fundamentais para reunir informações e pessoas, agora são substituídas pelas redes sociais (Weiss, 2019).

Com isso, refletem-se as limitações e capacidades da metodologia de ensino vigente em formar cidadãos aptos para enfrentar os desafios socioeconômicas de uma sociedade tão digitalizada, sendo imprescindível a adoção de práticas eficazes que ensinem crianças e jovens sobre os aspectos problemáticos da superpopulação, o consumo excessivo e seus efeitos sobre o clima e os recursos naturais (Fadel; Bialik; Trilling, 2015). Nesse contexto, a educação financeira surge como uma importante estratégia educacional, que une a instrução e o desenvolvimento de assuntos como planejamento orçamentário, poupança, investimentos, créditos e endividamento com a conscientização interdisciplinar sobre o consumo sustentável (Couto; Maracajá; Machado, 2022).

Segundo Campello e Trindade (2023, p. 23), “consumir de modo sustentável pressupõe o respeito ao direito das atuais e das futuras gerações de terem suas necessidades básicas atendidas, o que inclui o direito a um meio ambiente equilibrado”. Isso é evidenciado quando os consumidores se preocupam em reduzir os danos de suas práticas, optando por produtos mais ecológicos, mitigando a alta geração de resíduos e apoiando os sistemas de logística reversa¹ (Brasil, 2013).

Assim, devido sua relevância na formação de alunos mais engajados com as questões econômicas e de sustentabilidade do cenário atual, a cidadania financeira faz-se de maneira urgente. De acordo com o Banco Central (2021), estimular a cidadania financeira é fazer as pessoas reconhecerem seus direitos e deveres no gerenciamento consciente de seus recursos, bem como trabalhar a inclusão aos serviços financeiros, a educação financeira, a proteção do consumidor e a efetiva participação cidadã.

À vista disso, muito se discute sobre o papel das mídias sociais na promoção da cidadania financeira e sustentabilidade, afinal, quando explorado esse tipo de conteúdo na *internet* aumenta-se o número de acessos e alcance (Jacoby; Chiarello, 2016). Dessa forma, este

¹ Refere-se a responsabilização socioambiental das organizações de lidarem com os produtos no pós-consumo, garantindo o reaproveitamento dos resíduos, destinação adequada e agregação de valor (Demajorovic *et al.*, 2012).

estudo partiu da observação do uso massivo das redes digitais pelo público mais novo, da sua potência informacional e influência no comportamento (Sales, Costa, Gai, 2021).

Por isso, surgiu a necessidade de entender como os calouros da Universidade Federal Rural da Amazônia (UFRA), *Campus* Capanema, estão desenvolvendo seus hábitos de cidadania financeira e consumo sustentável. Logo, pergunta-se: de que maneira esses universitários ingressantes percebem a relação entre cidadania financeira, práticas de consumo sustentável e a influência das mídias sociais nesse processo formativo?

Pesquisar sobre a percepção desses jovens que estão acessando agora o ensino superior traz contribuições importantíssimas para a elaboração de práticas educativas que melhor trabalhem a união da educação financeira, sustentabilidade e os meios tecnológicos. Isso porque, a Base Nacional Comum Curricular (BNCC) determina que as escolas brasileiras ofertem a educação financeira de forma transdisciplinar, enfatizando na realidade do educando, nas problemáticas socioambientais, uso de tecnologias e no fortalecimento do senso crítico (Giordano; Assis; Coutinho, 2019).

Destarte, o objetivo geral deste estudo foi analisar os calouros da Universidade Federal Rural da Amazônia, *Campus* Capanema, em torno do desenvolvimento dos seus conhecimentos de cidadania financeira e consumo sustentável, considerando a influência das mídias sociais nesse processo.

2. Materiais e Métodos

2.1 Área de estudo

A pesquisa foi realizada na Universidade Federal Rural da Amazônia, *Campus* Capanema, localizada na Avenida Barão de Capanema, CEP: 68.700-665, Caixa D'Água, Capanema – PA. Sua implantação nesse município, no dia 01 de outubro de 2012, buscou atender estrategicamente a necessidade de interiorização do Ensino Superior e o desenvolvimento socioeconômico do Nordeste Paraense, oportunizando a capacitação e a inovação tecnocientífica daquela população que outrora deveria se deslocar até a capital paraense para ingressar na Universidade. Atualmente, a UFRA – *Campus* Capanema já oferta seis cursos, dentre eles: Bacharelado em Agronomia, Engenharia Ambiental e Sanitária, Administração, Ciências Contábeis, Ciências Biológicas e Licenciatura em Ciências Biológicas (UFRA, 2020) (Figura 1).

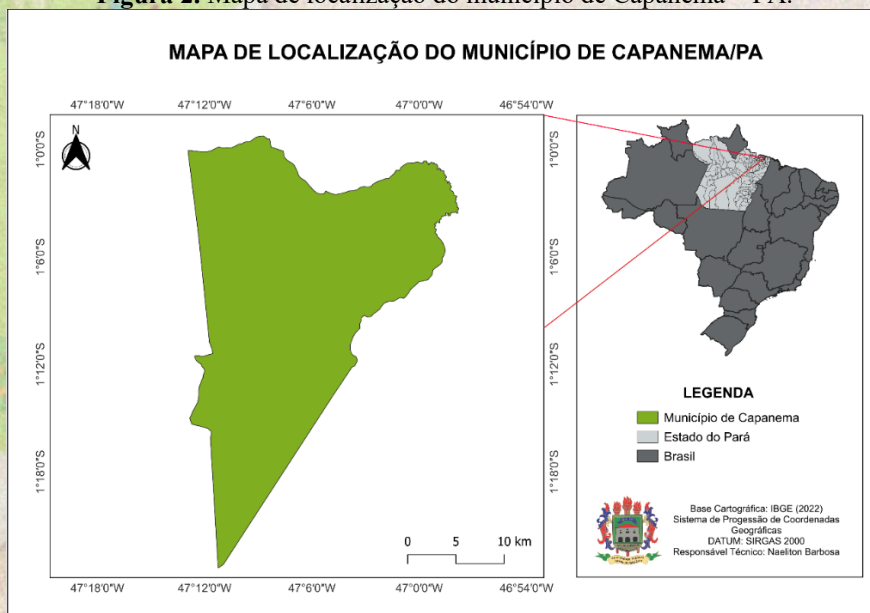
Figura 1. Fachada da UFRA – *Campus Capanema*.



Fonte: Site oficial da UFRA (2022).

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022), as coordenadas geográficas do município de Capanema são expressas da seguinte forma: latitude “01°11’45” S e longitude “47°10’51” W. Desse modo, está situado na mesorregião do Nordeste Paraense e microrregião Bragantina, dispendo de cerca de 70.394 habitantes por uma extensão territorial de 621,483 km² (Figura 2).

Figura 2. Mapa de localização do município de Capanema – PA.



Fonte: Autores (2025).

Lima (2015) destaca que o posicionamento espacial de Capanema acaba desempenhando um papel fundamental no fluxo de mercadorias e serviços para muitos municípios vizinhos, funcionando de forma estratégica, atrativa e integralizada na região.

2.2 Procedimentos metodológicos

Produzir conhecimento e prestar esclarecimentos práticos sobre como os calouros estão convivendo com a cidadania financeira e o consumo sustentável nas redes sociais tornou esta pesquisa de natureza aplicada. Isso pois, conforme defendido por Roesch (2012), as pesquisas aplicadas são responsáveis pela compreensão e geração de conhecimentos úteis para a solução de problemas reais.

Valendo-se da máxima de Gil (2016), no que se refere ao propósito da pesquisa, classificou-se como exploratória e descritiva. Afinal, o estudo levantou uma nova visão sobre a educação financeira e a sustentabilidade com participantes de um local que ainda pouco se discute essa interconexão de saberes, bem como identificou as características desse grupo e suas variáveis associadas e predominantes.

Nesse sentido, empregou-se a técnica de levantamento (*survey*), na qual são direcionadas perguntas para pessoas específicas a fim de conhecer seus comportamentos, opiniões, atitudes, expectativas e outras variáveis. Com isso, é possível identificar, relacionar, explicar e interpretar os dados obtidos na amostra (Gil; Martins; Theóphilo, 2016).

Foram coletados os dados através de um questionário estruturado na plataforma *Google Forms*, contendo doze perguntas de múltipla escolha e uma aberta, divididas pelas seguintes sessões: (1) perfil socioeconômico, (2) educação financeira, (3) consumo sustentável e (4) mídias digitais. Sendo voltada e aplicada somente para os estudantes ingressantes dos cursos de Engenharia Ambiental e Sanitária, Licenciatura em Ciências Biológicas, Ciências Contábeis e Administração da UFRA – *Campus Capanema* que estavam participando presencialmente da Semana do Calouro, mais precisamente, na programação do dia 21 de maio de 2025 nos turnos matutino, vespertino e noturno.

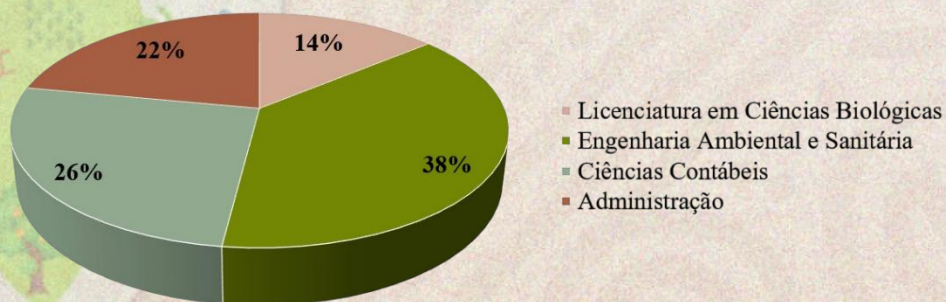
Dessa forma, o questionário atingiu 50 respondentes e seus dados foram organizados e submetidos a estatística descritiva com o auxílio da ferramenta *Microsoft Office Excel*, tornando a tabulação e a frequência relativa dos dados mais precisa. Somente a pergunta aberta “Se você conhece alguma pessoa, canal, plataforma, aplicativo, *software* ou perfil midiático que fale sobre finanças, consumo consciente ou sustentabilidade, indique-o(s)” que precisou ser analisada e organizada por meio da nuvem de palavras, construído a partir da extensão *Text Shape* da plataforma *Canva*. Essa é uma estratégia que representa graficamente as palavras com maior relevância e frequência em uma base de dados (Sargiani, 2017).

Quanto a avaliação e abordagem, este trabalho classificou-se como quantitativo porque os dados foram devidamente qualificados, tabulados e analisados de acordo com as variáveis (Minayo; Sanches, 1993). Isso permitiu que as respostas dos calouros não sofressem distorção no momento de serem interpretados, valorizou a percepção individual e a objetividade, além do tratamento estatístico ter facilitado a apresentação dos resultados. Duarte (2022, p. 115) defende que as pesquisas quantitativas devem ser mais reconhecidas e utilizadas para tratar de assuntos que permeiam a área da educação, haja vista que “[...] sua exatidão, aumenta a facilidade em compreender os resultados”.

3. Resultados/Discussões

Das 50 respostas obtidas no levantamento, foi possível observar a participação predominante dos calouros do curso de Engenharia Ambiental e Sanitária, representando 38% do total (Gráfico 1). Por conseguinte, 26% são ingressantes do curso de Ciências Contábeis, 22% são do curso de Administração e apenas 14% são do curso de Licenciatura em Ciências Biológicas.

Gráfico 1. Participação dos calouros por curso de graduação da UFRA – Campus Capanema.



Fonte: Resultados da pesquisa (2025).

Esse envolvimento menos significativo do último curso não quer dizer, necessariamente, que eles não tenham interesse em refletir os aspectos financeiros e sustentáveis das ações humanas cotidianas, mas sim pelo fato de estarem com uma turma mais reduzida no dia da aplicação da pesquisa.

O engajamento do curso de Engenharia Ambiental e Sanitária, por outro lado, acompanha o pensamento de Silva Junior, Mendes e Soares (2022), que evidenciaram que o

escopo dos cursos de graduação da área ambiental é pautado na necessidade da formação interdisciplinar de indivíduos bem informados e tecnicamente instruídos sobre a conscientização ambiental. Esses cursos são importantíssimos para o desenvolvimento sustentável do país. Isso demonstrou que, se tratando de sustentabilidade aplicada nos mais diferentes contextos, os discentes de Engenharia Ambiental e Sanitária sempre terão maior propensão a se conectarem, afinal, suas disciplinas obrigatórias e eletivas abarcam, em sua maioria, tal temática.

Contudo, ao analisar o Projeto Pedagógico de Curso (PPC) de Ciências Contábeis e Administração, que são dois cursos da área das Ciências Sociais Aplicadas e que tiveram também uma considerável participação dos seus calouros na pesquisa, e compará-los com os PPCs de Engenharia Ambiental e Sanitária e Licenciatura em Ciências Biológicas, percebeu-se o quanto a UFRA – *Campus* Capanema vem ofertando disciplinas obrigatórias e eletivas que promovem o conhecimento em torno da sustentabilidade de forma transdisciplinar em todos os cursos de graduação, independentemente de sua área, como é o caso da disciplina “Educação Financeira e Sustentabilidade” (UFRA, 2023a, 2023b, 2023c, 2023d). Conseqüentemente, com a oferta dessas disciplinas os alunos são levados a desenvolver maior consciência ambiental e práticas de consumo mais sustentáveis podem ser resultadas (Bedante, 2004).

Conforme defendido por Silva *et al.* (2024), é fundamental que essa discussão não se restrinja às áreas de gestão e engenharia, mas também integre os demais cursos das Instituições de Ensino Superior (IES), pois, dessa forma, todos os setores da sociedade participariam de forma efetiva no equilíbrio ambiental, econômico e social, bem como na promoção do desenvolvimento sustentável.

O levantamento considerou, ainda, o perfil socioeconômico dos estudantes ingressantes, caracterizando o gênero, faixa etária, fonte de renda e a faixa de renda pessoal (Tabela 1). Nesse sentido, destacou-se que o público feminino está ocupando cada vez mais a Universidade, concentrando 66% em relação aos homens. Segundo Ricoldi e Artes (2016), o número de mulheres acessando o ensino superior aumentou expressivamente nas últimas décadas. Da mesma forma, nos estudos de Pontes *et al.* (2024), que analisaram somente o curso de Administração da UFRA – *Campus* Capanema, a presença majoritariamente feminina entre os estudantes também foi constatada, sendo 65,9% do total.

Tabela 1. Perfil socioeconômico dos calouros da UFRA – *Campus Capanema*.

Gênero	%	Faixa etária	%	Fonte de renda	%	Faixa de renda pessoal	%
Feminino	66%	Menor de 18 anos	14%	Familiares (pais, responsáveis)	44%	Não possui	54%
Masculino	34%	De 18 a 20 anos	52%	Bolsa ou auxílio governamental	8%	Até R\$ 500,00	10%
Outro	0%	De 21 a 25 anos	24%	Estágio ou jovem aprendiz remunerado	16%	De R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	20%
		Acima de 25 anos	10%	Trabalho com carteira assinada (CLT)	4%	De R\$ 1.001,00 a R\$ 2.000,00	10%
				Trabalho informal ou autônomo	22%	Acima de R\$ 2.000,00	6%
				Outro	6%		
Total	100%		100%		100%		100%

Fonte: Resultados da pesquisa (2025).

Com relação a faixa etária dos calouros, houve um predomínio de jovens na maior idade, ou seja, que estão entre os 18 a 20 anos. Em seguida, 24% representaram os estudantes de 21 a 25 anos, 14% são menores de idade e 10% estão acima dos 25 anos.

Quando questionados sobre a origem de sua renda, foi possível verificar que a maioria ainda depende financeiramente dos seus responsáveis (44%). Outros afirmaram atuar na informalidade e/ou de forma autônoma (22%), buscando empreender nos segmentos alimentícios, vestuários e de manicure e pedicure. Além disso, 16% já estão vivenciando suas primeiras experiências no mercado de trabalho através de programas de estágios e jovem aprendiz em organizações públicas e privadas da região. Já 8% responderam que seus recursos financeiros advêm de políticas públicas de assistência às pessoas em vulnerabilidade socioeconômica, como o Bolsa Família; 4% correspondem aos que possuem carteira assinada e 6% fazem outras atividades para gerar renda, como a agricultura familiar.

Em consonância com Bulgacov *et al.* (2011), é evidente a presença significativa de jovens atuando e fortalecendo no empreendedorismo brasileiro. A alta instabilidade do mercado de trabalho influencia a juventude a projetar na criação desses negócios a possibilidade de gerar renda própria e familiar, além de auxiliarem no seu desenvolvimento profissional. Isso explica o número de calouros que estão conseguindo auferir renda pessoal por meio dos seus próprios negócios, seja na venda de lanches ou até no *designer* de unhas.

Medeiros *et al.* (2025) complementam que a educação financeira é uma importante aliada na formação de jovens empreendedores em um mundo desafiado e oportunizado pela globalização e plataformas midiáticas. Empreendedores devidamente educados sobre o mercado financeiro, as dinâmicas de oferta e demanda, planejamento, investimentos e gestão orçamentária podem gerar mudanças extraordinárias na economia do país.

Seguindo nessa linha de raciocínio, a promoção de vagas de estágios e jovem aprendiz na região capanemense deve ser mais explorado, visto que, conforme afirmado por Souza, Frozzi e Bardagi (2013), é nesses programas que os jovens têm seus primeiros contatos com o mercado laboral, desenvolvendo seus potenciais, se integram na sociedade e aperfeiçoam suas habilidades profissionais e pessoais.

Como a maior parte dos calouros são jovens sem experiência trabalhista e seus gastos são custeados pelos seus responsáveis, 54% não possuem renda pessoal. Por conseguinte, 20% informaram possuir de R\$501,00 a R\$ 1.000,00, 10% apontaram que sua renda própria é de até R\$500,00 ou entre R\$ 1.001,00 a R\$ 2.000,00. Somente 6% dos calouros possuem uma renda acima de R\$2.000,00 reais.

Paralelamente a isso, foi necessário avaliar o comportamento financeiro dos respondentes por meio do questionamento de como eles estão desempenhando ou não seus planejamentos e controle de gastos pessoais. Para tanto, baseou-se nos três tipos de perfil financeiro discutidos por Camargo e Domingos (2021), sendo eles: o endividado, equilibrado e investidor. O primeiro refere-se as pessoas que enfrentam dificuldades para honrar suas dívidas ou estão chegando muito perto dessa situação, já o segundo perfil está relacionado as pessoas que conseguem organizar e controlar suas dívidas, mas acabam não sendo eficientes por não construir o hábito de guardar dinheiro e terem reservas de emergência. O último corresponde as pessoas com práticas financeiras saudáveis e ideais, poupando e investindo parte dos seus recursos.

O resultado apontou que grande parte se enquadra no perfil equilibrado (54%), mas também evidenciou um quadro alarmante de mais perfis de endividados do que de investidores, 36% e 10%, respectivamente (Tabela 2).

Tabela 2. Comportamento financeiro dos calouros da UFRA – Campus Capanema.

Perfil financeiro	(%)
Investidor	10%
Equilibrado	54%
Endividado	36%
Total	100%

Fonte: Resultados da pesquisa (2025).

Esse expressivo número de calouros com problemas ligados ao endividamento e inadimplência pode ter sido uma consequência direta da falta de conhecimentos financeiros. Por isso, em um país com altos índices de pessoas endividadas, é urgente que haja mais atividades socioeducativas que possam tornar esses cidadãos mais engajados e próximos da educação financeira e do consumo consciente (Kühl; Valer; Gusmão, 2016; Silva; Leal; Araujo, 2018).

Nessa perspectiva, compreendeu-se que a forma como os calouros lidam com as questões orçamentárias está muito relacionada a forma como essa temática foi introduzida e ensinada em suas vidas até o momento. Na Tabela 3 observou-se que o processo de aprendizagem financeira, em geral, foi baseado nos conhecimentos empíricos de seus próprios familiares (38%). Além disso, 26% conseguiram assimilar práticas educativas sobre o uso do dinheiro através dos conteúdos disponibilizados na *internet*, redes sociais e *influencers*, 14% aprenderam com os seus próprios erros e acertos diários, 16% afirmaram nunca terem tido qualquer orientação financeira e somente 6% tiveram o contato com a educação financeira em suas escolas e/ou cursos.

Tabela 3. Origem do aprendizado financeiro dos calouros da UFRA – Campus Capanema.

Aprendizado financeiro	(%)
Família	38%
Autodidatas	14%
Escola/Cursos	6%
Internet/Redes sociais	26%
Sem orientação	16%
Total	100%

Fonte: Resultados da pesquisa (2025).

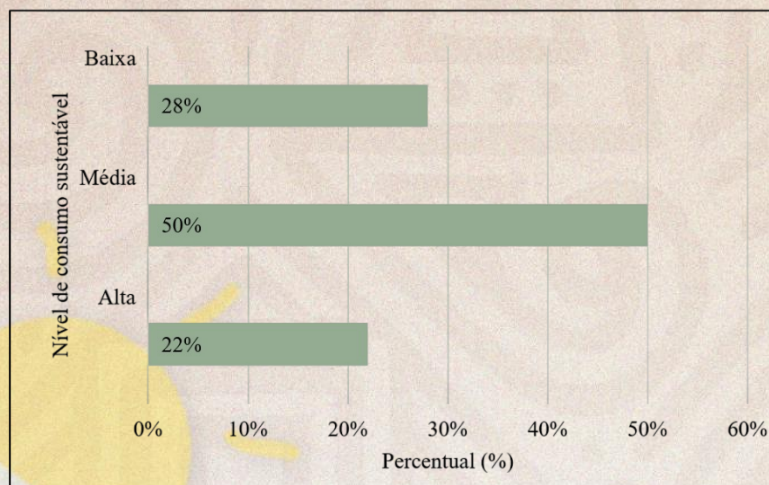
Esses resultados retratam a máxima de Pereira (2020), que ressaltou que mesmo havendo uma certa resistência dos pais em falarem sobre dinheiro dentro de casa, todos os saberes e comportamentos compartilhados aos filhos podem fazê-los reproduzir no futuro, desde hábitos de investimos até endividamentos. Outrossim, embora já esteja na BNCC, a educação financeira ainda é uma disciplina que enfrenta desafios para sua plena oferta nas escolas brasileiras, o que aponta que políticas públicas devem ser mais incentivadas (Nemos; Duro; Fogliarini Filha, 2021; Medeiros *et al.* 2025).

As mídias digitais também emergem como importantes formadoras de cidadãos mais conscientes financeiramente, visto que, em plataformas como o *YouTube* e o *Instagram*, essas informações são compartilhadas em uma linguagem simplificada e conseguem atingir um número maior de pessoas. Os conteúdos variam de dicas básicas sobre o hábito de poupar dinheiro e realizar compras adequadamente até estratégias de investimentos avançados, sendo capazes de transformar significativamente o comportamento daqueles que visualizam o conteúdo e colocam em prática o que aprenderam (Costa Neto, 2020).

Nesse mesmo contexto, visando o alcance e inserção cada vez maior de conhecimentos atrelados a educação financeira na vida de crianças, jovens e adultos do país, em 2010, foi implementado a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), que se desenvolve por meio de programas, cursos, *internet*, campanhas, entre outras ações que fomentem a aprendizagem financeira (COMITÊ NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA, 2013). Isso evidencia o campo educacional que as redes sociais também possuem para concentrar atividades da ENEF.

As preocupações com os problemas socioambientais estão cada vez mais frequentes, isso porque as pessoas começaram a debater e a pensar mais em como conter tantos impactos causados por suas ações e garantir que as próximas gerações tenham suas necessidades supridas, afinal, a degradação ambiental coloca em risco a própria vida humana. Essa relação tornou imprescindível que as pessoas criem hábitos mais sustentáveis (Silva; Pinheiro, 2018; Mondini *et al.*, 2018). Por isso, questionou-se aos calouros quais são seus hábitos no momento de demandar por produtos ou serviços, avaliando seus níveis de compromisso com os impactos socioambientais. Constatou-se, dessa forma, que 50% deles estão no nível médio de consumo sustentável, 28% no nível baixo e somente 22% atingiram o nível alto (Gráfico 2).

Gráfico 2. Nível de consumo sustentável dos calouros da UFRA – Campus Capanema.



Fonte: Resultados da pesquisa (2025).

Nesse cenário, vê-se que as pessoas estão começando a pensar mais nos impactos do que consomem, exercendo sua responsabilidade com o futuro do planeta e exigindo também essa postura dos mercados, mas ainda tem muito a melhorar. Pois, assim como defendido por Kotler e Keller (2006), o preço é priorizado e acaba sendo um determinante central na hora das compras. Complementando-se a isso, o estudo de Motta e Rossi (2001) sugerem que o fator ecológico não é considerado pelos consumidores no momento de decidir por um produto.

Na tabela 4 ficou mais especificado quais são essas atitudes adotadas ou não pelos calouros, que acabam refletindo diretamente no desenvolvimento da responsabilidade financeira e sustentável:

Tabela 4. Atitudes financeiras e sustentáveis adotadas pelos calouros da UFRA – Campus Capanema.

Adoção de atitudes financeiras e sustentáveis	(%)
Poupar dinheiro, evitar descartáveis, usar sacolas reutilizáveis, comprar refis, etc.	44%
Guardar dinheiro, criar metas e evitar gastos excessivos.	24%
Nenhuma atitude, pois falta conhecimento ou acesso	32%
Não vejo necessidade	0%
Total	100%

Fonte: Resultados da pesquisa (2025).

Quando questionados se a educação financeira poderia contribuir com condutas mais sustentáveis, os calouros, de maneira unanime, concordaram e demonstraram interesse em saber mais sobre a temática. Ademais, foi apontado que a *internet* é um meio pelo qual esses

estudantes estão frequentemente buscando dicas dos mais variados assuntos, inclusive, envolvendo cuidados com o dinheiro e práticas sustentáveis.

Assim, recorreu-se a nuvem de palavras para ilustrar os *influencers*, canais, perfis e até aplicativos digitais mais mencionados pelos calouros no que tange as finanças, o consumo e a sustentabilidade (Figura 3). Quanto maior a sua frequência, maior o tamanho da palavra. Por isso, os perfis midiáticos predominantes foram o “Me poupe!”, “Menos 1 Lixo” e a “Nath Finanças”, respectivamente. O primeiro e o último abordam práticas de educação financeira, enquanto o segundo trata-se de um movimento para práticas ecologicamente mais conscientes.

Figura 3. Nuvem de palavras sobre os perfis digitais de educação financeira e sustentabilidade utilizados pelos calouros da UFRA – Campus Capanema.



Fonte: Resultados da pesquisa (2025).

Desse modo, também indagou-se sobre a eficiência do conteúdo aprendido nessas redes sociais, indicando que os estudantes, em sua maioria, ainda não estão aplicando em suas rotinas os saberes compartilhados e visualizados (Tabela 5). 42% deles pretendem aplicar no futuro, 30% acreditam que a falta de supervisão no momento de praticar o que aprenderam virtualmente podem ter acarretado em dificuldades e na não obtenção dos resultados esperados, 18% obtiveram êxito em suas práticas e 10% nunca tiraram do campo da teoria as dicas financeiras e sustentáveis da *internet*.

Tabela 5. Aplicação das dicas financeiras e sustentáveis das redes sociais pelos calouros da UFRA – Campus Capanema.

Aplicação de dicas das redes sociais	(%)
Utilizei e tive bons resultados	18%

Utilizei, mas tive dificuldades ou não obtive resultados	30%
Ainda não, mas pretendo	42%
Nunca utilizei	10%
Total	100%

Fonte: Resultados da pesquisa (2025).

Consoante a Sales, Costa e Gai (2021), o meio digital tem potencializado o acesso a materiais educativos, tanto que os jovens utilizam esse meio para buscar informações e pesquisas da escola. Em função disso, são sugeridos que as instituições de ensino se aproximem cada vez mais das ferramentas utilizadas pelos seus alunos, considerando as tecnologias da informação uma aliada na promoção de conhecimento e cidadania. Levando para as salas de aulas esses conteúdos midiáticos e garantido a devida supervisão no momento de colocar em prática a educação financeira e o consumo sustentável.

4. Considerações Finais

Com isso, ficou evidente os esforços da UFRA – *Campus Capanema* em promover conhecimentos financeiros e sustentáveis de forma transversal em todas as áreas, garantindo que a temática não seja um espaço somente dos cursos que, historicamente, tem maior afinidade. Além disso, constatou-se que as redes sociais já são ferramentas utilizadas pelos estudantes ingressantes para despertar essa conscientização, a busca por informações relacionadas ao dinheiro e a sustentabilidade nesses meios se fazem frequentemente, atingindo, dessa forma, o objetivo deste estudo.

Esses resultados devem nortear as futuras ações da instituição para que os mecanismos midiáticos de aprendizagem sejam presentes durante a formação dos discentes, isto é, trazendo esses canais do YouTube e *influencers* especialistas no assunto para as discussões em sala de aula. Com a introdução dessa metodologia de ensino, poderia ser desenvolvido mais aproximação e envolvimento com a educação financeira e a sustentabilidade por parte do corpo discente, considerando que estes tiveram pouco contato em suas escolas. Por conseguinte, o compromisso da IES estaria fortalecendo a cidadania e as políticas da ENEF.

O nível de consumo sustentável desses calouros também deve ser mais bem trabalhado, assim como incentivá-los ao empreendedorismo e a terem senso crítico em suas decisões de consumo. É preciso formar pessoas que olhem para suas próprias atitudes e comecem a se perguntar: será que eu estou fazendo um bom uso do dinheiro? até que ponto o meu consumo

afeta os recursos sociais e ecossistêmicos fundamentais para a vida na terra? Este estudo demonstrou a importância de construir a consciência financeira e ambiental desde cedo, bem como o papel das tecnologias de informação e das didáticas vigentes nesse contexto.

Por ter sido adotado uma amostragem específica, o estudo é limitado. Por isso, sugere-se que seja investigado os estudantes de todos os cursos e semestres devidamente matriculados da UFRA – *Campus Capanema*, além de realizar aulas experimentais com o uso dos conteúdos digitais para se observar a eficiência ou não no processo de aprendizagem. Seria interessante também compreender de como forma as propagandas apelativas nas mídias sociais refletem na sociedade de consumo.

5. Agradecimentos

Os autores agradecem o incentivo e suporte financeiro da Secretaria de Educação Superior do Ministério da Educação (SESu/MEC), que através das bolsas destinadas ao Programa de Educação Tutorial (PET) Rede de Integridade da Informação (REDINF) na UFRA *Campus Capanema*, tornou possível a elaboração desta pesquisa. Além de agradecerem a disponibilidade dos calouros em responderem o levantamento.

6. Referências Bibliográficas

BANCO CENTRAL. **Relatório de cidadania financeira**. Brasília, 2021. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/documentos_cidadania/RIF/Relatorio_de_Cidadania_Financeira_2021.pdf#page=5.09. Acesso em: 20 de maio de 2025.

BEDANTE, G. N. **A influência da consciência ambiental e das atitudes em relação ao consumo sustentável na intenção de compra de produtos ecologicamente embalados**. 2004. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004. Disponível em: https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/URGS_9fbc268121f0cc4c9c24bfc57a8fce2b/Details. Acesso em: 30 de maio de 2025.

BRASIL. Ministério da Justiça. Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON). **Consumo sustentável**: caderno de investigações científicas. Brasília, 2013. 223p. Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor/Anexos/consumo-sustentavel.pdf>. Acesso em: 22 de maio de 2025.

BULGACOV, Y. L. M.; CUNHA, S. K.; CAMARGO, D.; MEZA, M. L.; BULGACOV, S. Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão?. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 45, n. 3, p. 695-720, maio/jun. 2011.

Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rap/a/WXQH6z59RmbnbHvT9vtbqcD/>. Acesso em: 01 de junho de 2025.

CAMARGO, F. K.; DOMINGOS, R. A influência dos traços de personalidade no comportamento financeiro dos indivíduos: estudo em uma cidade do interior do Estado do Rio de Janeiro. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, São Paulo, v. 1, n. 12, p. 111-132. 2021. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/comportamento-financeiro#artigo-cientifico>. Acesso em: 01 de maio de 2025.

CAMPELLO, L. G. B.; TRINDADE, J. R. O. Sociedade pós-moderna, consumo sustentável e Organização das Nações Unidas: a busca incompleta por solidariedade. **Veredas do Direito**, Belo Horizonte, v.20, e202445, p. 1-28. 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/vd/a/4ZJXYqsG9WbcWnk4G5Pw3Bv/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 23 de maio de 2025.

CONEF. COMITÊ NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA. **Educação financeira nas escolas: ensino médio**. Brasília, 2013, 186p. Disponível em: <https://gmw.investidor.gov.br/wp-content/uploads/2021/03/EM-Livro1-VoceAquiAgora.pdf>. Acesso em: 31 de maio de 2025.

COSTA NETO, A. B. **Educação financeira por meio das mídias digitais**. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Atuariais) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2020. Disponível em: <https://www.ccsa.ufpb.br/atuariais/contents/documentos/aluisio-belo-da-costa-neto.pdf#page=12.10>. Acesso em: 01 de junho de 2025.

COUTO, R. F; MARACAJÁ, K. F. B; MACHADO, P. de. A. Educação financeira e sustentabilidade: um framework conceitual. **Revista de Administração, Ensino e Pesquisa**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 3, p. 510-534, set./dez. 2022. Disponível em: <https://raep.emnuvens.com.br/raep/article/download/2239/530/4567>. Acesso em: 23 de maio de 2025.

DEMAJOROVIC, J.; HUERTAS, M. K. Z.; BOUERES, J. A.; SILVA, A. G.; SOTANO, A. S. Logística Reversa: como as empresas comunicam o descarte de baterias e celulares?. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 52, n. 2, p. 165-178, mar./abr. 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/jyfg6wPsgtmyZRkzTFTdtXK/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 23 de maio de 2025.

DUARTE, R. G. A abordagem quantitativa nos estudos sobre políticas educacionais no Brasil. **Arquivo Brasileiro de Educação**, Belo Horizonte, v. 10, n. 19, p. 97-117. 2022. Disponível em: [file:///C:/Users/tonpb/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/REBUXO1L/arquiv_oeducacao,+29880-Outros-111766-1-18-20230215_1\[1\].pdf](file:///C:/Users/tonpb/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/REBUXO1L/arquiv_oeducacao,+29880-Outros-111766-1-18-20230215_1[1].pdf). Acesso em: 24 de maio de 2025.

FADEL, C.; BIALIK, M.; TRILLING, B. **Educação em quatro dimensões: as competências que os estudantes devem ter para atingir o sucesso.** Boston: Center for Curriculum, 2015. *E-book*.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2016.

GIORDANO, C. C.; ASSIS, M. R. da. S.; COUTINHO, C. de. Q. S. A Educação Financeira e a Base Nacional Comum Curricular. **Revista de Educação Matemática e Tecnológica Iberoamericana**, Pernambuco, v. 10, n. 3, p. 1-20, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/emteia/article/view/241442>. Acesso em: 22 de maio de 2025.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades e Estados.** [S. l.], 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pa/capanema/panorama>. Acesso em: 24 de maio de 2025.

JACOBY, K.; CHIARELLO, A. P. R. Educação Financeira e as Mídias Sociais. **Revista Científica Tecnológica**, [S.l.], v. 4, n. 1, p. 86-105. 2016. Disponível em: <https://uceff.edu.br/revista/index.php/revista/article/view/131>. Acesso em: 30 jan. 2025.

KOHN, K.; MORAES, C. H. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. **Anais...** Santos: INTERCOM, 2007. p. 1-13. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r1533-1.pdf>. Acesso em: 22 de maio de 2025.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing.** 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KÜHL, M. R.; VALER, T.; GUSMÃO, I. B. Alfabetização financeira: evidências e percepções em uma cooperativa de crédito. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 53-80, maio/ago. 2016. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/scg/article/view/13379>. Acesso em: 01 de junho de 2025.

LIMA, L. D. B. **Dos trilhos às rodas: histórias e memórias de Capanema.** Belém: Paka-Tatu, 2015.

MARTINS, G. A.; THEÓFILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 2016.

MEDEIROS, J. L.; OLIVEIRA, L. B. M.; FIGUEIRÊDO, M. M. R.; BEZERRA, T. E. B.; LIMA, V. D. Formando jovens empreendedores: a importância da educação financeira no contexto escolar. **Revista Brasileira de Filosofia e História**, Cajazeiras, v. 14, n. 2, p. 481–488, abr./jun. 2025. Disponível em:

<https://www.gvaa.com.br/revista/index.php/RBFH/article/view/11321>. Acesso em: 01 de junho de 2025.

MINAYO, M. C. S.; SANCHES, O. Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade? **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, p. 239-262, 1993. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csp/a/Bgpmz7T7cNv8K9Hg4J9fJDb/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 24 de maio de 2025.

MONDINI, V. E. D.; BORGES, G. R.; MONDINI, L. C.; DREHER, M. T. Influência dos fatores consciência ambiental e hábitos de consumo sustentável sobre a intenção de compra de produtos ecológicos dos indivíduos. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p. 117-129, abr./jun. 2018. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/pca/article/view/11359>. Acesso em: 31 de maio de 2025.

MOTTA, S. L. S.; ROSSI, G. B. A influência do fator ecológico na decisão de compra de bens de conveniência. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 109-130. 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ram/a/L4KpNyQ5mqKL4VxK3NN7m7P/>. Acesso em: 01 de junho de 2025.

NEMOS, C. L. DURO, M. L. FOGLIARINI FILHA, C. B. O. A educação financeira enquanto prática de autonomia financeira individual na escola básica. **Revista Educação e Matemática**, Lisboa, v.33, n.3, p. 172-201. 2021. Disponível em: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-80892021000300172&script=sci_abstract. Acesso em: 31 de maio de 2025.

PEREIRA, I. **Como o comportamento financeiro dos pais influencia os filhos?** Portal do Investidor, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/investidor/ptbr/penso-logo-invisto/como-o-comportamento-financeiro-dos-pais-influencia-os-filhos> Acesso em: 31 de maio de 2025.

PONTES, S. C.; SILVA, V. S. R.; SILVA, C. S.; SILVA, W. J. A.; NOGUEIRA, A. K. M. Desafios do ensino superior para discentes do curso de administração: um estudo na UFRA/Campus Capanema, Nordeste Paraense. In: NOGUEIRA, A. K. M; MELO JÚNIOR, L. C. M. (org.). **Desenvolvimento regional e socioeconomia**: experiências de pesquisas no Nordeste Paraense. Guarujá: Editora Científica Digital, 2024. p. 159-182. Disponível em: <https://www.editoracientifica.com.br/books/chapter/desafios-do-ensino-superior-para-discentes-do-curso-de-administracao-um-estudo-na-ufracampus-capanema-nordeste-paraense>. Acesso em: 01 de junho de 2025.

RICOLDI, A.; ARTES, A. Mulheres no ensino superior brasileiro: espaço garantido e novos desafios. **Ex aequo**, Lisboa, n. 33, 2016, p. 149-161. 2016. Disponível em: <https://exaequo.apem-estudos.org/artigo/33-mulheres-no-ensino-superior-brasileiro-espaco-garantido-e-nov>. Acesso em: 30 de maio de 2025.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

SALES, S. S.; COSTA, T. M.; GAI, M. J. P. Adolescentes na Era Digital: impactos na Saúde Mental. **Research, Society and Development**, [S.l.], v. 10, n. 9, p. 1-10. 2021. Disponível em: <file:///C:/Users/tonpb/Downloads/17800-Article-225126-1-10-20210723.pdf>. Acesso em: 23 de maio de 2025.

SARGIANI, V. **Identificação de padrões em textos de mídias sociais utilizando redes neurais e visualização de dados**. 2017. Dissertação (Mestrado em Engenharia Elétrica e Computação) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2017. Disponível em: https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UPM_7f14a1c1dbb1a03580d234a0da5455e0. Acesso em: 24 de maio de 2025.

SILVA JUNIOR, M. B.; MENDES, R. L. R.; SOARES, M. H. C. Educação superior para o desenvolvimento sustentável: perspectiva brasileira dos cursos de graduação na área ambiental no período de 2001 a 2017. **Revista Entreideias**, Salvador, v. 11, n. 2, p. 22-48, maio/ago. 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/entreideias/article/download/36330/27339/199569>. Acesso em: 29 de maio de 2025.

SILVA, J. I. A. O.; PINHEIRO, A. L. S. Avaliação da sustentabilidade do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte. **Desenvolvimento em Questão**, Ijuí, v. 16, n. 45, p.249-272, out./dez. 2018. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/6369/5920>. Acesso em: 31 de maio de 2025.

SILVA, M. A.; LEAL, E. A.; ARAUJO, T. S. Habilidades matemáticas e o conhecimento financeiro no ensino médio. **Revista de Contabilidade e Organizações**, São Paulo, v. 12, e147269, p. 1-17. 2018. Disponível em: <https://revistas.usp.br/rco/article/view/147269>. Acesso em: 01 de junho de 2025.

SILVA, S. S.; KLEIN, L. L.; FARIAS, T. P.; FAGUNDES, G. B.; VIEIRA, K. M. Organizações sustentáveis? a percepção dos estudantes de uma instituição de ensino superior. **Revista Gestão e Sustentabilidade Ambiental**, v.13, n.1, p.243-265. 2024. Disponível em: https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/gestao_ambiental/article/view/10778. Acesso em: 29 de maio de 2025.

SOUZA, H.; FROZZI, D.; BARDAGI, M. P. Percepção de adolescentes aprendizes sobre a experiência do primeiro emprego. **Psicologia, Ciência e Profissão**, Brasília, v. 33, n. 4, p. 918-933. 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pcp/a/C6Lv9Qv33m8mnCQbTkPrYFt/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 01 de junho de 2025.

UFRA. UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA. **Plano de Desenvolvimento da Unidade (PDU) Campus Capanema**. Capanema, 2020, 50p.

Disponível em: https://capanema.ufra.edu.br/images/pdfs/PDU_-_UFRA_-_CAMPUS_CAPANEMA_-_Vigncia_2021_a_2024.pdf#page=7.10. Acesso em: 23 de maio de 2025.

UFRA. UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA. **Projeto Pedagógico de Curso (PPC):** Curso de Graduação de Licenciatura em Ciências Biológicas na modalidade presencial. Capanema, 2023a, 366p. Disponível em: https://capanema.ufra.edu.br/biologicas/images/pdfs/PPC_LICENCIATURA__APROVADO_EM_CONSEPE.pdf. Acesso em: 30 de maio de 2025.

UFRA. UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA. **Projeto Pedagógico de Curso (PPC):** Curso de Graduação de Bacharelado em Ciências Contábeis na modalidade presencial. Capanema, 2023b, 329p. Disponível em: https://novo.ufra.edu.br/images/Conselhos_Superiores/CONSEPE/2023/PPC_ciencias_contbeis_capanema.pdf. Acesso em: 30 de maio de 2025.

UFRA. UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA. **Projeto Pedagógico de Curso (PPC):** Curso de Graduação de Bacharelado em Administração na modalidade presencial. Capanema, 2023c, 320p. Disponível em: https://novo.ufra.edu.br/images/Conselhos_Superiores/CONSEPE/2023/PPC_administracao_capanema.pdf#page=320.00. Acesso em: 30 de maio de 2025.

UFRA. UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA. **Projeto Pedagógico de Curso (PPC):** Curso de Graduação de Bacharelado em Engenharia Ambiental e Sanitária na modalidade presencial. Capanema, 2023d, 428p. Disponível em: https://capanema.ufra.edu.br/engambiental/images/050724_PPC_ENGENHARIA_AMBIENTAL_E_SANITRIA.pdf. Acesso em: 30 de maio de 2025.

WEISS, M. C. Sociedade sensoriada: a sociedade da transformação digital. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 33, n. 95, p. 203-214, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/jPn3NkF6dYx8b56V8snsnQf/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 22 de maio de 2025.