

EDUCAÇÃO FINANCEIRA AMBIENTAL: IMPACTOS DA COMUNICAÇÃO NO COMPORTAMENTO SUSTENTÁVEL E NAS DECISÕES FINANCEIRAS PESSOAIS

Josiele de Barros Silva

Aluna especial do Programa de Pós em Desenvolvimento Regional da UEPB

Palavras-chave: educação financeira, sustentabilidade, nudges verdes, comunicação climática, literacia financeira e sustentabilidade.

1) Introdução

Os desafios climáticos atuais pedem que unamos aspectos técnicos, políticos, comunicacionais e comportamentais ao pensar em finanças pessoais (ARTAXO, 2014). No Antropoceno, compras e investimentos comuns estão sujeitos a externalidades ambientais contínuas, ou seja, aos efeitos indiretos de atividades econômicas que não são considerados no custo de mercado. Grande parte da literatura sobre educação financeira tem se concentrado em habilidades pessoais de orçamento, poupança e investimento, enquanto a dimensão ambiental não foi realmente integrada à prática financeira pessoal (OCDE/INFE, 2023; UNEP, 2018). Simultaneamente, estudos em comunicação climática e insights comportamentais demonstram que as informações relevantes quanto aos impactos ambientais das ações humana que circulam nos meios de comunicação - como campanhas de conscientização - impactam o comportamento pró-ambiental quando corretamente construídos. Assim, para vincular decisões financeiras individuais aos objetivos de sustentabilidade, explorar a relação entre educação financeira e comunicação ambiental é significativo, pois permite avaliar como as mensagens de comunicação influenciam decisões cotidianas de consumo e investimento.

Os green nudges, ou nudges verdes, podem aumentar a adoção de comportamentos sustentáveis no consumo financeiro, eles surgem como instrumentos de política pública que combinam eficiência econômica e respeito às liberdades individuais, atuando como incentivos não coercitivos para induzir comportamentos sustentáveis. (FERNANDES; NASCIMENTO; BELCHIOR, 2021, p. 495). Artaxo (2014) afirma que a crise climática exige novo ativismo social e mudança de comportamento, e Leff (2017) sustenta que a dialética sobre significados e discursos informa práticas e entendimentos sociais. Quando não se comunicam, os comportamentos sustentáveis são opcionais, superficiais ou apenas simbólicos e tendem a continuar práticas insustentáveis.

Embora haja uma literatura crescente sobre educação financeira, tanto estudos individuais sobre comunicação climática quanto nudges ambientais, pouco se sabe sobre as maneiras pelas quais estratégias comunicacionais através da lente da educação financeira podem influenciar comportamentos que têm consequências ambientais. Portanto, a primeira pergunta é: qual mecanismo de comunicação nos programas de educação financeira pode levar a um caminho de decisão financeira pessoal mais ambientalmente sustentável? A resposta será fundamental para projetar materiais pedagógicos, campanhas públicas e políticas de alfabetização financeira para ajudar a reduzir e se adaptar às mudanças climáticas.

Conforme Enrique Leff (2006), a crise ambiental contemporânea reflete não apenas desequilíbrios ecológicos, mas a falência da racionalidade moderna e econômica, que dissociou cultura e natureza. A superação dessa crise exige a construção de uma “racionalidade ambiental”, baseada em valores éticos, culturais e ecológicos que reconhecem a diversidade e a interdependência entre sociedade e meio ambiente. Portanto, este estudo visa avaliar com mais detalhes como estratégias de comunicação que visam a alfabetização financeira impactarão o comportamento sustentável ao considerar vieses cognitivos, percepções sociais e relações de poder político. Este resumo faz parte das discussões desenvolvidas no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da UEPB.

2) Objetivo Geral e Específicos

Objetivo geral: Analisar o impacto das estratégias de comunicação na educação financeira sobre o comportamento financeiro sustentável das pessoas. Esses objetivos se alinham à necessidade de integrar literacia financeira e ambiental recomendada por relatórios da OCDE (2023) e UNEP (2018).

Objetivos específicos:

- Mapear e analisar campanhas/materiais sobre educação financeira que incorporam uma dimensão ambiental;
- Explorar vieses cognitivos e mecanismos discursivos que possibilitam ou limitam a adoção de práticas financeiras sustentáveis;
- Avaliar as evidências da eficácia das intervenções de comunicação (incluindo nudges) nas decisões de consumo e investimento ambientalmente responsáveis;
- Defender diretrizes de comunicação socioambiental e pedagógicas para a educação financeira.

3) Metodologia

O método de realização do estudo se dá através de uma revisão da literatura, com intuito qualitativo e foco interdisciplinar, conforme recomendações para revisões integrativas em sustentabilidade e educação financeira (OCDE, 2023; UNEP, 2018). Esta revisão pretende mapear evidências práticas sobre como a comunicação influencia o comportamento financeiro sustentável. O procedimento propõe uma busca e seleção nas bases de dados acadêmicos incluindo Scopus, Web of Science, Scielo, Google Scholar e relatórios de organizações (OCDE, UNEP, INFE), de materiais produzidos no período de 2010–2025 (foco 2018–2025); as palavras-chave serão: ‘educação financeira’, ‘sustentabilidade’, ‘nudges verdes’, ‘comunicação climática’, ‘literacia financeira e sustentabilidade’. Critérios de inclusão/exclusão serão descritos (idiomas, tipo de estudo, avaliação empírica).

A partir desta busca, será construído um mapeamento temático, visando realizar uma padronização da comunicação (frames, apelos emocionais e cognitivos) (FAIRCLOUGH, 2001), ferramentas (materiais educativos, campanhas, nudges) e efeitos avaliados (intenção, conhecimento, comportamento relatado/observado). O estudo buscará identificar como diferentes formas de comunicação, desde apelos emocionais até informações práticas, influenciam o modo como as pessoas tomam decisões financeiras conscientes

A expectativa é que com essa síntese sejam propostas e produzidas diretrizes para materiais educativos e recomendações de políticas públicas para integrar educação financeira e sustentabilidade.

O estudo será formado por três disciplinas: (i) ciências ambientais e ecologia política (para situar a crise climática e os determinantes macroestruturais); (ii) estudos de comunicação e teoria crítica do discurso (para descrever poder simbólico, enquadramento, construção de sentido); e (iii) finanças comportamentais (para mapear heurísticas, vieses e instrumentos de arquitetura de escolha) (LEFF, 2017; FREIRE, 2019; TVERSKY; KAHNEMAN, 1974). Autores clássicos e contemporâneos direcionarão o aparato conceitual: Leff (ecologia política e disputas de sentido), Fairclough (discurso e poder), Freire (educação como prática libertadora) e economia comportamental (Tversky, Kahneman, Thaler) usando a tradição de intervenções ambientais aplicadas. Forneceremos referências integradas a trabalhos existentes sobre nudges verdes e avaliações de evidências para conexão prática e evidência empírica.

4) Resultados e Discussões

Espera-se:

- Identificação das estratégias de comunicação mais persuasivas para incentivar decisões financeiras sustentáveis (OECD, 2023; UNEP, 2018).

- Detecção dos vieses mais comuns que desencorajam a ação, como o desconto hiperbólico e a sensação de baixa eficácia pessoal (TVERSKY; KAHNEMAN, 1974) e como a mensagem pode superá-los.
- Guia útil para a criação de programas de educação financeira ambiental (formas de linguagem, narrativas locais, exemplos normativos, ações com impacto comprovado).
- Contribuição teórica sobre o posicionamento da “educação financeira ambiental” como um campo híbrido, que é a provisão de um quadro conceitual que captura discurso, racionalidade econômica/ambiental e mudança comportamental.

O estudo também poderá ajudar formuladores de políticas locais e nacionais (por exemplo, programas INFE/OCDE, departamentos municipais de educação e meio ambiente), entidades do terceiro setor e projetos independentes de literacia financeira. Recomendações incluem: integração com currículo (educação formal e não formal), avaliação experimental (pilotos com indicadores comportamentais específicos), adequação às políticas de consumo sustentável e economia circular.

A comunicação é essencial na tradução do conhecimento em ação (FREIRE, 2019), e boas intervenções estruturadas em torno de mensagens e formas de estruturação da tomada de decisão podem melhorar a adequação entre decisões financeiras pessoais e objetivos de sustentabilidade (THALER; SUNSTEIN, 2008; OECD, 2023), desde que estejam fundamentadas em evidências e contexto. O objetivo final deste estudo é fornecer um quadro teórico-prático que escolas e políticas públicas possam usar para fazer a ligação entre finanças pessoais e preocupações ambientais. Com isso, a pesquisa contribui para consolidar um campo emergente de ‘educação financeira ambiental’, articulando políticas públicas, práticas educacionais e comunicação estratégica.

5) Referências

ARTAXO, Paulo. Mudanças climáticas e o Brasil. *Revista USP*, São Paulo, Brasil, n. 103, p. 8–12, 2014. DOI: 10.11606/issn.2316-9036.v0i103p8-12. Disponível em: <https://revistas.usp.br/revusp/article/view/99191>.. Acesso em: 01 nov. 2025

LEFF, Enrique. *Racionalidade ambiental: a reapropriação social da natureza*. Tradução de Luís Carlos Cabral. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

FERNANDES, André Dias; NASCIMENTO, Leticia Queiroz; BELCHIOR, Germana Parente Neiva. Green Nudges: os incentivos verdes conferidos pelo Estado como meio de induzir comportamentos sustentáveis. *Revista Jurídica Unicuritiba*, Curitiba, v. 1, n. 63, p. 490–516, jan./mar. 2021. DOI: 10.21902/revistajur.2316-753X.v1i63.5256. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/357889599_GREEN_NUDGES_OS_INCENTIVOS_VERDES_CONFERIDOS_PELO_ESTADO_COMO_MEIO_DE_INDUZIR_COMPORTAMENTOS_SUSTENTAVEIS. Acesso em: 05 nov. 2025.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do oprimido*. 50. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2019.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, D Daniel. “Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases.” *Science*, vol. 185, no. 4157, 1974, pp. 1124–31. JSTOR, <http://www.jstor.org/stable/1738360>. Accessed 10 Nov. 2025.

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. New Haven: Yale University Press, 2008..



SEMINÁRIO
INTERNACIONAL
**CLIMA, RECURSOS
HÍDRICOS E
PLANEJAMENTO**

UNEP. Sustainable consumption and production policies. Nairobi: United Nations Environment Programme, 2018.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO. OECD/INFE 2023 International Survey of Adult Financial Literacy.
Paris: OECD, 2023.