LETRAMENTO FINANCEIRO NOS ANOS FINAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL: UMA ANÁLISE DA MATRIZ DE COMPETÊNCIAS SOB A ÓTICA DO CONSUMO CONSCIENTE

Marcos Phellipe Ferreira de Farias[1], Nicholas Ferreira da Silva Andrade Fernandes[2], Deumara Galdino de Oliveira[3], Nathalia de Almeida Leite da Silva[4], Delana Galdino de Oliveira[5]

[1]Licenciando em Matemática no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro, Campus Paracambi, R. Sebastião de Lacerda - Fábrica, Paracambi, Rio de Janeiro, Brasil. (marcos.phellipe.farias@gmail.com);
[2]Licenciando em Matemática no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro, Campus Paracambi, R. Sebastião de Lacerda - Fábrica, Paracambi, Rio de Janeiro, Brasil;
[3]Docente no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro, Campus Paracambi, R. Sebastião de Lacerda - Fábrica, Paracambi, Rio de Janeiro, Brasil;
[4]Docente no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro, Campus Paracambi, R. Sebastião de Lacerda - Fábrica, Paracambi, Rio de Janeiro, Brasil;
[5]Docente na Universidade Federal do Rio de Janeiro, Campus Praia Vermelha, Av. Pasteur, 250 - Urca, Rio de Janeiro, Brasil.

Resumo: Este trabalho analisa habilidades da Matriz de Competências de Letramento nos Anos Finais do Ensino Fundamental. Por meio de pesquisa bibliográfica e documental, examinam-se três eixos: desconstrução da publicidade, reconhecimento de vieses comportamentais e análise das externalidades éticas do consumo. Os resultados indicam que tais habilidades, traduzidas em estratégias pedagógicas ativas, capacitam o estudante a articular consumo consciente ao princípio de responsabilidade de Hans Jonas.
Palavras-chave: Letramento financeiro; Consumo sustentável; Ética da responsabilidade; Anos finais; Vieses comportamentais.

INTRODUÇÃO

A complexidade do mundo contemporâneo, caracterizada pela globalização e pela rápida evolução tecnológica, destaca a urgência de preparar os jovens para a tomada de decisões financeiras responsáveis e conscientes (Silva, 2025). No Brasil, essa preparação é discutida sob o conceito de letramento financeiro, entendido como um conjunto integrado de conhecimentos, habilidades, atitudes e comportamentos essenciais para garantir o bem-estar tanto individual quanto coletivo (Banco Central do Brasil, 2023).

Os Anos Finais do Ensino Fundamental (6º ao 9º ano) configuram um período estratégico para a consolidação dessas competências, visto que os estudantes ampliam sua autonomia, intensificam sua participação no mercado consumidor e são massivamente expostos a estímulos publicitários, sobretudo no ambiente digital. Essa exposição é agravada por uma dissonância preocupante, pois 62,2% dos brasileiros valorizam investimentos em empresas com práticas ambientais responsáveis, mas apenas 16,6% conhecem produtos financeiros sustentáveis, como os fundos ESG (Environmental, Social and Governance), que combinam rentabilidade financeira com responsabilidade socioambiental (Valencia, 2023). Esse contraste entre intenção e ação evidencia que aspectos comportamentais possuem um peso significativo nas decisões financeiras dos jovens (Ferreira et al., 2013) e que a formação crítica do consumidor precisa começar cedo.

Apesar de sua relevância, a Educação Financeira implementada nas escolas brasileiras tem sido frequentemente criticada por privilegiar uma abordagem centrada em cálculos e produtos bancários, alinhada a uma lógica de acúmulo individual de riqueza, em detrimento de uma alfabetização crítica e emancipatória (Andrade e Oliveira, 2025; Batista et al., 2021). Nessa perspectiva reducionista, o estudante é formado como consumidor eficiente dentro do sistema, mas não como cidadão capaz de questionar as estruturas que condicionam suas escolhas financeiras. Superar esse limite exige reposicionar o letramento financeiro como instrumento de formação crítica, o

que implica reconhecer não apenas os mecanismos do mercado, mas também os vieses comportamentais, os apelos publicitários e as consequências éticas, sociais e ambientais do consumo.

A perspectiva da atitude financeira, isto é, a preferência por poupar em detrimento do gasto imediato, é identificada como um componente essencial para a saúde financeira de longo prazo. Contudo, a digitalização dos serviços financeiros e a expansão das mídias sociais impõem novos desafios que exigem um nível mais sofisticado de letramento (Rosso, 2020). Nesse cenário, fatores comportamentais, como o autocontrole, a aversão à perda e o efeito manada, revelam-se mais determinantes para o hábito de poupar do que a própria renda (Ferreira et al., 2013), evidenciando que a educação financeira efetiva precisa ir além da transmissão de conceitos e alcançar a formação crítica do estudante enquanto consumidor. Essa urgência formativa adquire uma dimensão ainda mais ampla diante da crise ecológica global, que torna necessária a construção de uma ética ambiental capaz de orientar as escolhas de consumo para além dos interesses humanos imediatos (Feltz, 2019; Jeronimo e Carvalho, 2020).

Diante dessa urgência ética, este trabalho fundamenta-se no Princípio da Responsabilidade de Hans Jonas, segundo o qual as ações humanas no presente devem ser orientadas pela obrigação de preservar as condições de uma vida autenticamente humana para as gerações futuras. Ao articular esse princípio com as diretrizes da Matriz de Competências de Letramento Financeiro, verifica-se que a heurística do temor jonasiana, que consiste em antecipar cenários adversos para agir com cautela no presente, traduz-se pedagogicamente na capacidade do estudante de reconhecer armadilhas do crédito fácil, calcular os custos reais do consumo e planejar com responsabilidade, funcionando como um freio voluntário contra o consumo puramente emocional (Oliveira, 2014; Meneghetti Neto et al., 2014). O consumo sustentável, nessa perspectiva, transcende a esfera econômica e configura-se como um imperativo ético fundamental para a preservação da vida (Oliveira, 2024).

Este trabalho analisa as habilidades da Matriz de Competências de Letramento Financeiro do programa Aprender Valor (Banco Central do Brasil, 2025) voltadas ao consumo nos Anos Finais do Ensino Fundamental, investigando em que medida tais habilidades favorecem o desenvolvimento de um posicionamento crítico por parte do estudante. A contribuição específica deste estudo reside em articular a análise documental da Matriz ao referencial ético de Hans Jonas, evidenciando que o letramento financeiro crítico e a ética ambiental não são dimensões paralelas, mas convergentes na formação do cidadão consciente. Para tanto, a investigação estrutura-se em torno de três eixos: a desconstrução das estratégias publicitárias, o reconhecimento dos vieses comportamentais e a análise das externalidades éticas, sociais e ambientais do consumo.

MATERIAL E MÉTODOS

Trata-se de uma pesquisa de natureza bibliográfica e documental, de abordagem qualitativa, tomando como objeto de análise as oito habilidades da Matriz de Competências de Letramento Financeiro relativas ao consumo nos Anos Finais do Ensino Fundamental (6º ao 9º ano), conforme o programa Aprender Valor (Banco Central Do Brasil, 2025), apresentadas no Quadro 1. A questão norteadora que orientou a análise foi: em que medida essas habilidades conduzem o estudante a um posicionamento crítico frente ao consumo? Para respondê-la, as habilidades foram examinadas a partir de três eixos analíticos: a desconstrução da publicidade implícita e explícita, o reconhecimento de vieses comportamentais e a análise das externalidades éticas, sociais e ambientais do consumo.

Quadro 1: Habilidades da Matriz de Competências de Letramento Financeiro sobre consumo – Anos Finais do Ensino Fundamental.

Código	Habilidade
EF67LF16	Identificar o impacto da produção e comercialização de bens e serviços sobre a natureza e a sociedade.
EF67LF17	Identificar os componentes financeiros e psicológicos envolvidos na oferta aparentemente gratuita ou promocional de produtos e serviços.
EF67LF18	Analisar como fatores internos ao indivíduo (emoções, sensações, atalhos mentais e vieses comportamentais) afetam decisões financeiras em contextos reais.
EF67LF19	Analisar como influências externas ao indivíduo (pressão do grupo, publicidade, mídias sociais) afetam seu comportamento financeiro.
EF89LF13	Reconhecer que o uso, a posse ou a propriedade de produtos ou serviços pode gerar custos adicionais aos custos de aquisição (despesas com manutenção, multas, impostos).
EF89LF14	Identificar a publicidade implícita e explícita em diferentes mídias (mídias sociais, canais de influenciadores, filmes, séries, novelas), reconhecendo o impacto

	dos recursos persuasivos nas decisões de consumo.
EF89LF15	Analisar como a publicidade implícita e explícita explora as emoções do consumidor, amplificando vieses comportamentais por meio de armadilhas contidas nas mensagens e nas formas de exibição dos preços e exposição dos produtos.
EF89LF16	Analisar e posicionar-se sobre efeitos da produção de bens e serviços diante das dimensões ética, social e ambiental.

Neste trabalho, apresenta-se uma análise dessas competências buscando justificativas que mostram que de fato é possível promover um aprofundamento efetivo na análise crítica do consumo entre os alunos dos Anos Finais do Ensino Fundamental. A questão central metodológica considerada foi "como o aluno é conduzido a um posicionamento crítico?". Para isso, consideram-se três frentes principais: a percepção dos custos adicionais inerentes à posse e ao uso de produtos ou serviços; a análise da publicidade (implícita e explícita) e o reconhecimento de vieses comportamentais e a manifestação crítica sobre os efeitos da produção e do consumo nas esferas ética, social e ambiental.

Segundo o Banco Central do Brasil (2025), verifica-se que a metodologia de implementação das competências prioriza abordagens práticas e contextualizadas, baseadas no uso de metodologias ativas para transformar o aluno de receptor passivo em analista ativo. As estratégias pedagógicas sugeridas pelas experiências analisadas visam traduzir as habilidades teóricas em ações tangíveis.

As atividades e procedimentos metodológicos organizam-se em três eixos: análise crítica da mídia e da publicidade, reconhecimento de custos e vieses comportamentais e o posicionamento ético e ação coletiva. A análise crítica da mídia e da publicidade envolve orientar os estudantes a identificar e desconstruir mensagens publicitárias, tanto explícitas quanto implícitas, presentes em diversas mídias, como redes sociais, conteúdos de influenciadores digitais, filmes e séries. Nesse processo, as atividades evidenciam como recursos persuasivos acionam elementos emocionais capazes de amplificar vieses comportamentais. Para potencializar essa compreensão, utilizam-se metodologias ativas, tais como dramatizações, estudos de caso e análises situacionais, que permitem aos alunos vivenciarem, de forma prática, o reconhecimento das estratégias de persuasão utilizadas pela publicidade (Banco Central do Brasil, 2025).

O reconhecimento de custos e vieses comportamentais envolve conduzir os estudantes a compreender que a aquisição de bens e serviços implica despesas futuras. Essa percepção é trabalhada por meio da análise de extratos fictícios e da resolução de problemas cotidianos que envolvem parcelamentos e o uso de renda futura. Além disso, a simulação de situações financeiras, como por exemplo, compra, investimento ou endividamento, permite que o aluno identifique em si mesmo tendências comportamentais recorrentes, entre elas efeito manada, aversão à perda e excesso de confiança (Ferreira et al., 2013).

O posicionamento ético e a ação coletiva envolvem uma abordagem que conecta diretamente as práticas de consumo às suas externalidades, permitindo que o estudante analise de forma crítica os impactos éticos, sociais e ambientais decorrentes da produção e do consumo. Essa perspectiva se concretiza por meio de ações práticas que estimulam o engajamento ativo dos alunos, como a elaboração de vídeos educativos, a realização de debates com a comunidade escolar e o desenvolvimento de campanhas que relacionem escolhas individuais a seus efeitos coletivos. Além disso, propostas como a criação de campanhas publicitárias éticas e a análise de práticas de greenwashing possibilitam transformar a reflexão ética em prática concreta, consolidando a aprendizagem por meio da ação (Banco Central do Brasil, 2025).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A implementação do letramento financeiro nos Anos Finais, com base na Matriz de Competências do programa Aprender Valor promovido pelo Banco Central do Brasil em 2025, demonstrou que a abordagem do consumo consciente exige a mobilização de habilidades cognitivas e críticas que transcendem a gestão pragmática de recursos. A análise das habilidades da matriz revela um foco tríplice: desconstrução da publicidade, reconhecimento de vieses comportamentais e análise das externalidades éticas do consumo.

1. Desconstrução da Publicidade

A análise das habilidades EF67LF17, EF89LF14 e EF89LF15 evidencia que a Matriz de Competências posiciona a publicidade como objeto central de desconstrução crítica, reconhecendo que o estudante dos Anos Finais está massivamente exposto a estratégias persuasivas em múltiplas plataformas — redes sociais, conteúdos de influenciadores digitais, filmes e séries — que exploram suas emoções e amplificam vieses comportamentais (Banco Central do Brasil, 2025).

Essa abordagem representa um avanço significativo em relação à educação financeira de viés instrumental, centrada em cálculos e produtos bancários, que

historicamente dominou o ambiente escolar brasileiro (Andrade e Oliveira, 2025; Batista et al., 2021). Ao conduzir o estudante a identificar e desconstruir mensagens publicitárias, tanto explícitas quanto implícitas, a Matriz o desloca do papel de receptor passivo para o de analista ativo, capaz de reconhecer como recursos persuasivos acionam mecanismos emocionais que comprometem a racionalidade das decisões de consumo.

A habilidade EF89LF15 aprofunda essa formação ao exigir que o estudante analise como a publicidade explora especificamente as emoções do consumidor, identificando armadilhas contidas nas mensagens e nas formas de exibição dos preços, como o efeito de ancoragem, que compara preços antes e depois para criar a percepção de vantagem, e a escassez artificial, que simula urgência por meio de ofertas por tempo limitado (Ferreira et al., 2013). Essa capacidade de antecipar e reconhecer tais armadilhas articula-se diretamente à heurística do temor jonasiana, que é agir com cautela no presente para não comprometer o futuro, conectando a formação financeira a uma dimensão ética mais ampla (Jeronimo e Carvalho, 2020).

2. Percepção dos Custos Reais

A habilidade EF89LF13 conduz o estudante a reconhecer que a aquisição de bens e serviços implica um comprometimento financeiro que se estende muito além do preço de compra, abrangendo despesas com manutenção, impostos, seguros e possíveis multas. Essa percepção ampliada do custo real representa uma ruptura com a lógica do consumo imediato, frequentemente estimulada pela publicidade, e estabelece uma ponte entre os eixos analíticos da Matriz, a desconstrução publicitária e o reconhecimento dos custos reais são faces complementares de uma mesma competência crítica.

A aplicação pedagógica dessa habilidade por meio de estratégias como a análise de extratos fictícios, a simulação de parcelamentos e a discussão de custos de oportunidade permite ao estudante vivenciar concretamente as consequências de decisões financeiras aparentemente vantajosas (Banco Central Do Brasil, 2025). Ao calcular o custo total de posse de um produto, e não apenas seu preço de etiqueta, o estudante desenvolve uma postura preventiva que, na perspectiva de Hans Jonas, corresponde à responsabilidade de não sacrificar a segurança futura por um prazer momentâneo (Oliveira, 2014).

3. O Papel dos Vieses Comportamentais nas Decisões de Consumo

As habilidades EF67LF18 e EF67LF19 constituem o núcleo da formação comportamental proposta pela Matriz, ao exigirem que o estudante analise tanto os fatores internos, emoções, atalhos mentais e vieses, quanto os fatores externos, pressão do grupo, publicidade e mídias sociais, que condicionam suas decisões financeiras. Essa dupla dimensão reconhece que o consumo não é um ato puramente racional, mas o resultado de uma interação complexa entre vulnerabilidades psicológicas individuais e estímulos externos deliberadamente projetados para explorá-las (Ferreira et al., 2013).

A análise dessas habilidades indica que a Matriz vai além do simples reconhecimento dos vieses, propondo que o estudante os identifique em si mesmo, em situações concretas e cotidianas. Vieses como o efeito manada, a aversão à perda e o excesso de confiança deixam de ser conceitos abstratos e passam a ser experienciados pelo estudante por meio de simulações financeiras, estudos de caso e dramatizações que reproduzem contextos reais de compra, parcelamento e endividamento (Banco Central do Brasil, 2025). Esse movimento, do reconhecimento externo à consciência interna, é o que diferencia uma Educação Financeira emancipatória de uma abordagem meramente instrumental (Andrade e Oliveira, 2025).

Nessa perspectiva, a heurística do temor jonasiana encontra sua expressão pedagógica mais concreta: ao antecipar cenários adversos decorrentes de decisões impulsivas, o estudante desenvolve a capacidade de agir com cautela no presente para não comprometer sua segurança futura (Jeronimo e Carvalho, 2020). O autocontrole e a capacidade de prever consequências, fatores mais determinantes para o hábito de poupar do que a própria renda (Ferreira et al., 2013), deixam de ser virtudes individuais abstratas e passam a ser competências formáveis, cultiváveis no ambiente escolar por meio das habilidades da Matriz.

4. Posicionamento Crítico e a Dimensão Ético-Ambiental

A habilidade EF89LF16 representa a dimensão mais complexa e transformadora da Matriz, ao conduzir o estudante à análise dos efeitos da produção e do consumo nas esferas ética, social e ambiental. Ao integrar a superação do antropocentrismo e o princípio de responsabilidade de Hans Jonas, essa etapa do letramento financeiro convoca o estudante a analisar criticamente os impactos do consumo para além dos interesses humanos imediatos, reconhecendo o valor intrínseco dos elementos do planeta como fundamento de uma ética ambiental genuína (Valencia, 2023). O estudante é chamado a reconhecer que suas escolhas de consumo não são atos neutros, mas decisões com consequências que se estendem para além de seu próprio bem-estar imediato (Banco Central do Brasil, 2025).

Essa perspectiva articula-se diretamente ao princípio de responsabilidade de Hans Jonas, segundo o qual a ação humana no presente deve ser orientada pela obrigação de preservar as condições de uma vida

autenticamente humana para as gerações futuras (Jeronimo e Carvalho, 2020). Ao incorporar a ação pedagógica ancorada nesse princípio, a Matriz evidencia a necessidade de formar sujeitos capazes de lidar com a ambiguidade tecnológica, sobretudo em um contexto em que a intenção de adotar práticas ambientais responsáveis contrasta com o baixo conhecimento sobre produtos sustentáveis, como os fundos ESG. A tecnologia, embora possa intensificar o consumo, também pode, quando guiada por princípios éticos, atuar como aliada na redução de danos ecológicos, viabilizando inovações sustentáveis indispensáveis para a estruturação de uma economia baseada no crescimento verde (Masias et al., 2026).

A concretização pedagógica desse eixo se dá por meio de ações que transformam a reflexão ética em prática coletiva, como a elaboração de campanhas publicitárias éticas, a análise de práticas de greenwashing corporativo e a produção de vídeos educativos que articulem escolhas individuais a seus efeitos coletivos (Banco Central Do Brasil, 2025). Nesse sentido, a habilidade EF89LF16 fecha o ciclo formativo proposto pela Matriz. O estudante que desconstruiu a publicidade, calculou os custos reais e reconheceu seus vieses comportamentais é agora incentivado a agir, conectando suas escolhas a um quadro ético, social e ambiental mais amplo e assumindo sua responsabilidade como cidadão e consumidor consciente (Silva, 2025).

CONCLUSÃO

A inserção da educação financeira nos Anos Finais do Ensino Fundamental apresenta-se como uma ferramenta promissora para o desenvolvimento de indivíduos capazes de lidar com as incertezas da era digital e as constantes transformações tecnológicas. Mais do que um aprendizado abstrato, esse letramento consolida-se pela convergência entre teoria e prática, mobilizando competências que asseguram a estabilidade pessoal e coletiva. Esta fase escolar é o momento em que os jovens, ao conquistarem maior independência, tornam-se alvos prioritários de táticas de marketing que exploram seus vieses comportamentais e impulsos emocionais., o que torna urgente uma formação que vá além da gestão instrumental de recursos e da lógica restrita ao acúmulo individual de riqueza.

A análise das oito habilidades da Matriz de Competências do programa Aprender Valor evidenciou que a Matriz supera o viés instrumental que historicamente marcou a Educação Financeira escolar, ao articular três eixos complementares, a desconstrução da publicidade, o reconhecimento de vieses comportamentais e a análise das externalidades éticas, sociais e ambientais do consumo. Esse conjunto de habilidades efetivamente conduz o estudante a um posicionamento crítico frente ao consumo, desde que traduzidas em estratégias pedagógicas ativas e contextualizadas. A postura comportamental, pautada pela resiliência e pelo autocontrole, revela-se mais determinante para a prosperidade financeira do que os recursos financeiros disponíveis, o que reforça que a formação crítica do consumidor é, antes de tudo, uma formação humana.

Sob a ótica ética, esta pesquisa reafirma o consumo consciente como um compromisso existencial com a continuidade da vida. O princípio de responsabilidade, que orienta as ações presentes pela obrigação de garantir um futuro autenticamente humano, encontra sua expressão pedagógica mais concreta na habilidade que exige do estudante não apenas identificar, mas posicionar-se criticamente sobre os efeitos da produção e do consumo nas esferas ética, social e ambiental. É nesse ponto que o letramento financeiro e a ética ambiental convergem, no qual a Educação Financeira abandona o foco estritamente individualista e adota uma consciência ambiental capaz de conectar escolhas individuais de consumo a seus impactos éticos, sociais e ambientais de ordem coletiva. A inovação tecnológica, se guiada por princípios éticos, também pode atuar como aliada nesse processo, viabilizando práticas de consumo mais responsáveis e sustentáveis. Apesar da dissonância observada entre o desejo de agir eticamente e o conhecimento prático sobre o mercado sustentável, a escola configura-se como espaço privilegiado para suprir essa lacuna.

Reconhece-se, contudo, que esta pesquisa apresenta limitações inerentes à sua natureza bibliográfica e documental, uma vez que as habilidades foram analisadas em seu potencial formativo, sem que sua aplicação empírica tenha sido observada ou mensurada. Investigações futuras que acompanhem a implementação efetiva da Matriz em contextos escolares reais poderão oferecer evidências complementares e aprofundar os achados aqui apresentados.

REFERÊNCIAS

Andrade, I. F. de; Oliveira, A. A. R. Alfabetização financeira na escola: para além da ótica neoliberal. Olhares & Trilhas, v. 27, n. 1, p. 1–21, 2025. DOI: 10.14393/OT2025v27.n.1.75263

Banco Central do Brasil. Matriz de Competências de Letramento Financeiro. Programa Aprender Valor. Brasília: Banco Central do Brasil, 2025.

Batista, L. A. S.; Ruas, V. L. O. F.; Almeida, S. P. N. C. e; Macêdo, J. A. de; Crisostomo, E. A matemática crítica como caminho para a promoção da educação financeira no Ensino Médio. Revista de Ensino, Educação e Ciências Humanas, v. 22, n. 3, p. 355–361, 2021. DOI: 10.17921/2447-8733.2021v22n3p355-361.

Banco Central Do Brasil; Fundo Garantidor De Créditos. Relatório de Mensuração do Letramento e da Inclusão Financeira: Aplicação do Toolkit OCDE/Infe no contexto brasileiro. Brasília: BCB/FGC, 2023.

Ferreira, M.; Rabêlo, J. M. O.; Silva, A. L. B; Parente, J. Aspectos Comportamentais no Hábito de Poupar em Adultos Jovens: uma Comparação Entre Alta e Baixa Renda. In: XVI SEMEAD - Seminários em Administração, 2013, São Paulo: FEA-USP, 2013.

Feltz, B. Filosofía y ética del cambio climático. UNESCO Courier, 2019. Disponível em: https://courier.unesco.org/es/articles/filosofia-y-etica-del-cambio-climatico.

Jeronimo, M. K.; Carvalho, D. B. A natureza, a técnica e a emergência de ética ambiental. Revista Húmus, v. 10, n. 30, 2020. Disponível em: https://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/revistahumus/article/view/16476/0.

Masias, A. A.; Masias, D. A.; Rivera, R. J. C. Ética y sostenibilidad en la innovación tecnológica: revisión sistemática sobre su impacto ambiental. Revista InveCom, v. 6, n. 1, 2026.

Meneghetti Neto, Alfredo et al. Educação financeira. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

Oliveira, J. Hans Jonas, um filósofo do nosso tempo. Estudos Avançados, v. 38, n. 112, p. 309–322, 2024. Disponível em: https://doi.org/10.1590/s0103-4014.202438112.017

Oliveira, J. Compreender Hans Jonas. Petrópolis: Vozes, 2014.

Valencia, E. L. R. Ética ambiental: origen, evolución y tendencias investigación. Luna Azul, n. 57, https://doi.org/10.17151/luaz.2023.57.10.

Rosso, V. F. de. O tradicional e o digital: relação entre experiência com produtos financeiros digitais e letramento financeiro de estudantes da UFRGS. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2020.

Silva, J. F. A importância da educação financeira no ensino básico: fundamentos e impactos na vida adulta. Revista Foco, v. 18, n. 3, p. 01-16, 2025. Disponível em: https://revistafoco.inf.br/index.php/Foco/article/view/8074