

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO

MARIA EDUARDA MENDONÇA SANTOS DA SILVA

THAMYRYS RODRIGUES DA SILVA FREITAS

VITÓRIA MIRELLY SILVA DA CUNHA

**Educação Financeira: Hábitos de consumo
consciente e a influência das mídias sociais**

RECIFE

2025

MARIA EDUARDA MENDONÇA SANTOS DA SILVA
THAMYRYS RODRIGUES DA SILVA FREITAS
VITÓRIA MIRELLY SILVA DA CUNHA

Educação Financeira: Hábitos de consumo consciente e a influência das mídias sociais

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao Centro Universitário Brasileiro -
UNIBRA, como requisito parcial para obtenção do
título de Bacharel(a) em Ciências Contábeis.

Professor Orientador: Dr. Jadson Freire Silva

RECIFE / PE
2025

MARIA EDUARDA MENDONÇA SANTOS DA SILVA
THAMYRYS RODRIGUES DA SILVA FREITAS
VITÓRIA MIRELLY SILVA DA CUNHA

Educação Financeira: Hábitos de consumo consciente e a influência das mídias sociais

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado
ao Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA, como
requisito parcial para obtenção do título de
Bacharel(a) em Ciências Contábeis.

Prof. Dr. Jadson Freire da Silva (Orientador)
Centro Universitário Brasileiro (UNIBRA)

Prof.^a. Dr. Bruno Melo Moura
Centro Universitário Brasileiro (UNIBRA)

. Prof. Dr^a. Cícera maria dos Santos Gomes
Centro Universitário Brasileiro (UNIBRA)

Recife, ____ de _____ de 2025.

NOTA: _____

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	5
2	REFERENCIAL TEÓRICO	6
2.1	FUNDAMENTOS DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA NA PREVENÇÃO DO ENDIVIDAMENTO	6
2.2	A INFLUÊNCIA DA MÍDIA E PUBLICIDADE NOS HÁBITOS DE CONSUMO ...	7
2.3	CONSUMO CONSCIENTE E SUA IMPORTÂNCIA.....	8
3	METODOLOGIA	10
4	RESULTADOS	11
5	DISCUSSÃO	14
6	CONCLUSÃO	19
	REFERÊNCIAS	21

1 INTRODUÇÃO

Em um mundo em que a cultura do consumismo está em alta, a gestão financeira pessoal se torna essencial para qualquer indivíduo que almeja possuir uma vida financeira estabilizada. No entanto, a realidade é que existem dificuldades que são enfrentadas para o gerenciamento das finanças, o que pode resultar em alguns problemas, como o endividamento (1). Percebe-se que as mídias e publicidades vem influenciando a sociedade de forma significativa, impactando na formação de hábitos de consumo e na gerência financeira pessoal dos indivíduos (2). Expectativas e desejos que são criados através das publicidades, podem levar ao consumo impulsivo e irresponsável (3).

Nesse contexto, é importante destacar que a contabilidade é um instrumento que fornece diversas informações importantes para tomadas de decisões e planejamentos estratégicos, os princípios e métodos contábeis podem ser utilizados para analisar, comparar e avaliar alternativas ao longo de toda vida financeira de um indivíduo, possibilitando-o a ter organização nas suas finanças, entender e relacionar seus recursos (4). No curso de Contabilidade, ensina os estudantes conceitos essenciais sobre como se planejar financeiramente, controlar os gastos, para que seja evitado o consumismo desnecessário e todos esses termos podem e devem ser aplicados na vida pessoal e profissional (5).

A educação financeira é extremamente importante, pois incentiva o indivíduo a seguir de maneira mais reflexiva e cuidadosa (6). Isso desempenha um papel significativo nas decisões individuais de investimento e nas práticas do dia a dia, melhorando a qualidade da vida financeira. Com base nesses aspectos, esse assunto é essencial pois permite que as pessoas possam tomar decisões mais cautelosas, para que sejam evitadas complicações com suas finanças (7).

Atualmente no Brasil o número de pessoas que afirmaram ter algum tipo de dívida cresceu significativamente, atingindo 66,7%, devido ao aumento do consumo desnecessário, resultando no endividamento das famílias. (8). É importante ter um bom planejamento financeiro pois faz com que os indivíduos possam controlar seus gastos e compreender a importância dos valores e habilidades necessários para serem mais conscientes das oportunidades, permitindo que eles tenham uma visão e compreensão mais claras de suas finanças (9).

Diante disso, o propósito dessa pesquisa é mapear pesquisas científicas sobre a importância da gestão das finanças pessoais e o desenvolvimento de hábitos de consumo consciente, devido à ausência da saúde financeira no planejamento pessoal e os impactos que podem ocorrer na vida dos indivíduos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Dada sua extrema importância, a contabilidade, juntamente com a educação financeira são ferramentas essenciais para promover o bem-estar financeiro de forma individual e coletiva, o que desenvolve um planejamento financeiro responsável e contribui para uma boa formação de hábitos de consumo consciente. Neste tópico, abordou-se os fundamentos da educação financeira na prevenção do endividamento.

2.1 FUNDAMENTOS DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA NA PREVENÇÃO DO ENDIVIDAMENTO

Nos últimos anos, a educação financeira tem se tornado um tema cada vez mais discutido no Brasil, devido ao aumento dos gastos excessivos, dessa forma ressalta cada vez mais a necessidade e o valor de promover e incentivar a educação financeira como uma forma de oferecer maior estabilidade e qualidade de vida. Uma das principais formas de endividamento é o crédito consignado, cartão de crédito, dentre outros serviços financeiros que contribuem para o aumento das compras impulsivas, assim comprometendo a renda das famílias, que acabam sendo designadas para o pagamento de dívidas em atraso (10).

A educação financeira é um processo de compreensão e entendimento quanto a administração financeira pessoal ou profissional de um indivíduo, no que resulta em ter mais confiança e segurança nos gastos diários, ajuda a facilitar escolhas inteligentes e decisões sensatas acerca do seu dinheiro (11). De acordo com Magalhães (12) “A educação financeira trata não apenas da acumulação de capital, mas sim de uma sistemática para melhor utilização do dinheiro, pois o importante nesta área não é apenas quanto se ganha, mas quanto e como se gasta.”(p.17). Entender sobre esses conceitos fundamentais é importante pois

envolve ter uma visão e discernimento relacionados às finanças, investimentos e orçamentos pessoais, melhorando cada vez mais a qualidade de elevar o bem-estar financeiro (13).

Mediante a compreensão da educação financeira e sua implementação de seus conceitos no cotidiano, se torna algo cada vez mais eficaz e sustentável, proporcionando que as pessoas adotem e implementem comportamentos financeiros de forma mais reflexiva e responsável e planejem os riscos ganhando tranquilidade nas finanças (14).

Além de promover a conscientização sobre escolhas sustentáveis e práticas de consumo, tem um papel crucial na vida financeira do indivíduo, contribuindo com a conscientização do consumismo e a prevenção do endividamento, especialmente no contexto econômico atual, no qual os consumidores são expostos frequentemente a promoções e “ofertas irresistíveis”. O sistema financeiro está cada vez mais presente na vida das famílias brasileiras, aumentando ainda mais o consumo e o endividamento (15).

O excesso de dívidas é uma das principais dificuldades que muitas pessoas vivenciam, especificamente em um cenário econômico brasileiro, caracterizado pela facilidade de acesso ao crédito, parcelamentos e pelo aumento da propensão a compras impulsivas (16). A educação financeira ensina a entender como os juros funcionam e ajuda a prevenir o endividamento excessivo, mostrando como eles podem afetar a saúde financeira das famílias (17). O consumismo muitas vezes não é apenas um resultado da falta de recursos, mas também o resultado de decisões financeiras tomadas sem a devida compreensão, a falta de um bom planejamento financeiro faz com que muitas pessoas gastem impulsivamente, acumulando dívidas e enfrentando desafios para manter sua estabilidade financeira (18).

2.2A INFLUÊNCIA DA MÍDIA E PUBLICIDADE NOS HÁBITOS DE CONSUMO

A relação entre mídia, publicidade e o comportamento do consumidor tem sido um tema de grande relevância nas últimas décadas, devido ao avanço das tecnologias digitais e do crescimento das redes sociais (19). Dessa forma, a publicidade é um instrumento eficiente, concebido para despertar o interesse dos

indivíduos por produtos e marcas (20). O consumo, nesse contexto, vai além do simples ato de adquirir produtos e está ligado às motivações individuais como status, identidade e pertencimento. Salomon (21) enfatiza que ao tomar decisões de compra, os consumidores muitas vezes se veem influenciados por fatores emocionais e culturais, o que pode levar ao consumo impulsivo.

Com a popularização da internet e das redes sociais, essas estratégias publicitárias ganharam maior alcance e as marcas utilizam esses canais como vitrines interativas para divulgarem suas publicidades e estratégias, a fim de que os usuários se interessem pelas propagandas e sintam-se motivados e impulsionados a realizar compras (22). A internet, por sua vez, tem se tornado uma ferramenta essencial na vida cotidiana, permitindo acesso às informações, comunicação, entretenimento e negócios de maneira rápida e acessível, facilitando no desenvolvimento econômico ao abrir novos mercados e promover o comércio digital, enquanto também transforma as interações sociais e culturais (23).

As mídias sociais passaram a exercer uma intensa influência e estão cada vez mais presentes no cotidiano, com suas publicidades, tendências de consumo, campanhas promocionais, influenciadores digitais, entre outros e diversos fatores que possam levar com que a população seja influenciada por padrões consumistas (24). De acordo com Thompson (25), a mídia possibilita a transmissão de novos conhecimentos, reflexos da vida moderna, pois ela não apenas comercializa produtos, mas induz ao consumismo através de apelos emocionais, criação de valores e estilos de vida.

Diante disso, os impactos da hipervalorização do consumo tornam-se alarmantes devido às estratégias de marketing empregadas pela mídia, que estimulam um consumo constante e induzem o consumidor a sentir a necessidade de adquirir certos produtos (26). Assim, é evidente que a relação entre mídia, publicidade e consumo tem se expandido cada vez mais na sociedade, exigindo uma reflexão crítica sobre os hábitos de consumo e as suas consequências (27).

2.3 CONSUMO CONSCIENTE E SUA IMPORTÂNCIA

O consumo é o centro do sistema capitalista e está presente em todas as interações sociais, culturais e econômicas. Contudo, surge a necessidade de ajustar os padrões de hábitos de compras e adotar práticas mais responsáveis,

visto que os impactos ambientais e sociais do consumo excessivo vêm se tornando mais notórios a cada dia (28). Nesse contexto, Morsing (29) afirma que o consumo consciente é entendido como o ato de aquisição de bens e serviços realizado por uma pessoa, que busca o equilíbrio entre satisfação pessoal, possibilidades ambientais e efeitos sociais do seu ato. Em complemento, Skarmeas e Leonidou (30), fortalecem esse pensamento ao informar que o consumo consciente não é apenas uma prática isolada, mas um estilo de vida pautado por responsabilidades sociais e ambientais.

Scherer e Poledna (31) destacam que o consumo responsável, também referido como "ecologicamente correto" é aquele que considera os efeitos que um produto pode causar ao meio ambiente, com um foco no bem-estar social e ecológico. Sendo assim, o consumidor consciente é aquele que se preocupa com os demais, com as futuras gerações e tem consciência que está contribuindo pela qualidade de vida de todos, ou seja, vai além do bem-estar pessoal (32).

Além de considerar os benefícios ambientais e sociais, o contexto sobre consumo consciente está diretamente relacionado à educação financeira, pois envolve tomadas de decisões mais racionais e sustentáveis em relação ao uso de recursos financeiros (33). O consumidor consciente evita gastos impulsivos, priorizando compras de produtos e serviços com real necessidade e valor agregado, assim contribui para um orçamento mais equilibrado. Desta forma, não beneficia tão somente o meio ambiente e sociedade, mas também promove a estabilidade financeira individual (34).

Destarte, o consumidor consciente possui várias vantagens pois consegue ficar livre de dívidas, tem a possibilidade de possuir mais recursos financeiros e aproveitar oportunidades, além disso, pode ter um fundo de emergência, dessa forma evitando endividamentos e possuindo uma situação financeira estável (35). Em complemento, a partir das ações em relação às compras mais responsáveis e o bom aproveitamento de recursos, a situação financeira progride e melhora a qualidade de vida. Esse assunto torna-se importante pois indica medidas que transmitem informações financeiras aos indivíduos, fazendo com que entendam as principais vantagens e os principais riscos de suas escolhas, permitindo que os indivíduos percebam que o bem-estar financeiro individual também pode influenciar o bem-estar econômico da sociedade. Portanto, ao adotar essa prática

o indivíduo tende a evitar, no futuro, que sua vida pessoal seja comprometida, assim também como o equilíbrio da sociedade (36).

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa tem como objetivo a realização da análise bibliográfica e demonstração dos métodos de coleta de dados, a pesquisa é realizada através de uma abordagem qualiquantitativa com a finalidade de analisar o impacto e as consequências referente a falta da educação financeira na formação socioeconômica da sociedade e a influência das mídias no consumismo (37).

A pesquisa bibliográfica é a análise, assim como o levantamento de obras publicadas que irá direcionar o trabalho científico, no qual o pesquisador deverá ser dedicado e analítico, pois a pesquisa tem o intuito de atualizar, desenvolver o conhecimento e contribuir com a realização do trabalho. A sua importância é de grande relevância desde o início, pois é através dela que o pesquisador começa a agir para conhecer o assunto a ser pesquisado. (38)

Rodrigues explica que

Usar nas pesquisas científicas a combinação de dados advindos de abordagens qualitativas e quantitativas pode ser muito importante para compreender eventos, fatos e processos, o que exige uma profunda análise e reflexão por parte do pesquisador. Este, além de seu papel de observador, vê-se instigado a buscar procedimentos de coleta de dados que possam correlacionar as suas experiências à teoria que embasará suas observações atendo-se à forma de apresentar os dados obtidos. Por conseguinte, verifica-se a possibilidade de correlação entre as duas abordagens. Esse viés metodológico de pesquisa denomina-se método misto ou quali-quantitativo (39) p15.

O método proposto para o desenvolvimento integra a pesquisa qualiquantitativa, na qual os resultados se tornam enriquecedores para a análise e as conclusões finais (40). A pesquisa qualiquantitativa está relacionada à junção de abordagens qualitativas e quantitativas, onde se realiza a avaliação dos dados, seguida de uma análise mais subjetiva.

Segundo Marconi e Lakatos (41), a Ciência demonstra as atividades dos fatos e suas aplicações práticas. A coleta de dados foi realizada através de uma revisão bibliográfica em fontes encontradas no Google Acadêmico, em razão de

ter uma amplitude de publicações científicas, melhor acesso aos artigos, teses, dissertações relacionadas a Contabilidade e Educação Financeira. Por meio do processo de análise e levantamento do método de discussões científicas, utilizando as palavras chaves “Educação Financeira”, “Estratégias de marketing no consumismo” e “Comportamento do consumidor”:

Para entender melhor o tema, os materiais encontrados serão analisados com atenção, buscando identificar pesquisas relacionadas a Educação Financeira, estratégias de marketing no consumismo e comportamento do consumidor. Isso será feito por meio de leituras de artigos, destacando os pontos mais relevantes.

Para a obtenção de informações fundamentais para a elaboração da pesquisa, foram adotados critérios na seleção dos artigos, com o filtro de 2015 a 2025 em intervalo temporal, palavras chaves e relevância temática. Com a coleta desses dados será possível construir uma base teórica sobre o referido assunto.

Portanto, ao seguir essa metodologia, espera-se que a pesquisa contribua significativamente para o entendimento do impacto da educação financeira na sociedade e o papel das mídias no comportamento consumista, fornecendo uma base sólida para futuras discussões e práticas no campo da educação financeira e comportamento econômico. Além disso, a combinação das abordagens qualitativa e quantitativa não permitirá apenas a análise das tendências e padrões de consumo, mas também uma compreensão mais profunda das motivações, valores e atitudes dos indivíduos em relação ao dinheiro, consumo e mídia.

4 RESULTADOS

Com base na metodologia adotada, realizou-se uma pesquisa bibliográfica selecionando os principais assuntos abordando a relação da contabilidade, educação financeira, estratégias de marketing no consumismo e comportamento do consumidor. A tabela a seguir apresenta um resumo dos artigos analisados destacando o tipo de pesquisa e as principais conclusões de cada um.

AUTORES	ANO	TÍTULO	TIPO DA PESQUISA	GRUPO DE ANÁLISE
Fernando Rodrigo	2024	Comportamento do consumidor e produtos socioambientais: desafios e oportunidades para o mercado	Revista Produção Online 24.3	Comportamento do Consumidor

Cátia Avelar e Ricardo Teixeira	2024	Personalidade e comportamento de consumo no Brasil: uma revisão sistemática da literatura	Revista Reuna 29.2	Personalidade e Consumo
Lucas Felipe Tertulino Oliveira	2025	Perspectivas dos estudos sobre as apostas online e jogos de azar no brasil: revisão integrativa da literatura	Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro 7.1	Apostas Online e Jogos de Azar
Ana Isabel	2022	Mulheres e Consumo Esportivo: Uma Revisão de Literatura	Revista Intercontinental de Gestão Desportiva 12.4	Consumo Esportivo
Martins, Letícia da Costa Domingues, Amanda Maria Bonini, and Isabella Steola	2024	IMPACTO SOCIAL DOS JOGOS DE AZAR ONLINE E SUAS CONSEQUÊNCIAS DEMOCRÁTICAS." Anais do Congresso Brasileiro de Processo Coletivo e Cidadania	Revista UNAERP	Jogos de Azar e Sociedade
Ticiane Lima	2023	Mulheres e a educação financeira: uma revisão sistemática da literatura	Revista Contemporânea 3.9	Educação Financeira
Paulo Magalhães Cavalcanti	2025	O efeito mediador da comunicação integrada de marketing na relação entre orientação para o cliente e desempenho financeiro	ReMark-Revista Brasileira de Marketing	Marketing e Desempenho Financeiro
Karla Schuck	2017	Os sujeitos endividados e a Educação Financeira	Educar em Revista	Educação Financeira e Endividamento
Maicon Douglas e Ricardo Triska	2023	Princípios e diretrizes para o consumo consciente e responsável na moda: uma busca sistemática da literatura	revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda 37	Moda Sustentável e Consumo Consciente
Maria Gabriela e Antônio João Hocayen da Silva	2022	Uma revisão sistemática sobre a pesquisa em educação financeira	Revista de Gestão do Unilasalle 11.1	Educação Financeira
Camila Fernanda e Matheus Okamura Lopes	2024	A influência da Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) na Educação Financeira no Brasil: uma revisão bibliográfica	Revista Educação Matemática em foco 12.3	Educação Financeira

Patrícia Zanon, Luís Sebastião Barbosa Bemme e Silvia Maria de Aguiar Isaia	2021	Formação continuada de professores de Matemática com foco em contexto online, Educação Financeira, metodologias ativas e fluência tecnológica e pedagógica: uma revisão bibliográfica	Revista de Ensino de Ciências e Matemática 12.3: 1-24	Educação Financeira
Crisoleide Silva e Daniela dos Santos Rego	2022	Educação financeira: desafios e oportunidades para uma vida familiar sustentável: Financial education: challenges and opportunities for a sustainable family life	Revista Cocar 17.35	Educação Financeira
Jean Carlos Almeida	2023	Educação financeira no âmbito escolar: um estudo de revisão integrativa	Revista Foco	Educação Financeira Escolar
Tamires Ferreira	2021	Educação Financeira: pesquisa e análise do conhecimento e planejamento financeiro dos alunos de uma instituição de ensino superior de Minas Gerais	Revista Ciência Dinâmica	Educação financeira no ensino superior
Samaira Carla	2024	Explorando estratégias de Marketing Sustentável e suas influências para o consumo consciente	Revista Tópicos 2.6	Marketing Sustentável
Renata Mendes Amaral e Thiago Cunha de Oliveira	2025	Educação financeira e fatores emocionais: um estudo com discentes e egressos do curso de Ciências Contábeis	Revista Eletrônica de Ciências Contábeis	Educação financeira e os aspectos emocionais
Luciene Santos Silva e Diva Valério Novaes	2021	Educação financeira e educação socioemocional integradas para discutir armadilhas psicológicas em decisões financeiras Integrating financial and socioemotional education to discuss psychological pitfalls in financial decisions.	Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em Educação Matemática	Educação Financeira e Educação Socioemocional
Elaine Hartz, Jaqueline Machado Gomes e Beatriz Amália Albarello	2020	A percepção dos clientes do brechó chic peça rara sobre a dimensão do consumo consciente e sustentável como variável influenciadora no comportamento de escolha	Revista JRG de Estudos Acadêmicos 3.7	Moda Sustentável e Consumo Consciente
Fernando Sergio	2023	Comportamento do consumidor: uma revisão teórica sobre conceitos e campos de estudo	Revista Perspectiva 47.178: 31-43	Comportamento do Consumidor

Celso Campos, Andrea Pavan e Ana Paula Gonçalves	2024	Educação estatística, educação financeira e educação fiscal no estudo das apostas online	Revista internacional de pesquisa em educação matemática	Educação financeira e apostas online
Luciana Faluba, Leonardo Antunes Nogueira Coutinho e Helena Belintani Shigaki	2020	Comportamento do consumidor em relação a produtos sustentáveis: uma revisão sistemática de literatura	Revista Eletrônica de Ciência Administrativa 19.3	Comportamento do Consumidor
Viller Contarato Soares e Daniel de Oliveira	2023	Jogos digitais em educação financeira: Uma intermediação entre o mundo econômico e o mundo digital	Revista Ibero Americana	Mundo econômico e mundo digital
Catarina, Paula Pinto e Rui Jorge	2023	O comportamento do consumidor e a rotulagem: revisão narrativa da literatura	Revista da UI IPSantarém 11.3	Comportamento do Consumidor
Debora Waz de Souza Burkert	2024	Impacto da Inteligência artificial na pesquisa de comunicação e comportamento do consumidor: Desafios e Oportunidades	Revista Científica Multidisciplinar- ISSN 2675-6218 5.9	Inovação Tecnológica e Comportamento do Consumidor

A partir da análise dos artigos selecionados foi possível observar um conjunto de abordagens e temáticas relacionadas ao comportamento do consumidor, educação financeira, estratégias de marketing e consumo consciente. A diversidade dos temas e dos grupos analisados demonstram a complexidade do cenário atual de consumo e reforça a relevância de integrar diferentes áreas do conhecimento para compreender as transformações nos hábitos dos consumidores.

5 DISCUSSÃO

O presente trabalho teve como propósito analisar a relevância da educação financeira na promoção de práticas de consumo consciente, bem como explorar o impacto das mídias sociais no comportamento dos consumidores. A partir da avaliação dos artigos escolhidos, foi possível identificar tanto alinhamento quanto divergências entre os autores, além de possibilitar outra visão sobre o tema.

Referente à educação financeira, é notório que diversos estudos destacam a sua importância na preparação de indivíduos com mais consciência e

responsabilidade nas decisões de consumo. Santos (42) ressalta que esse tema pode ser ensinado em ambiente familiar, escolas, locais de trabalho e por meio de recursos online. Ademais, evidencia o quanto é importante a autonomia econômica, especialmente entre as mulheres que enfrentam desafios específicos no campo financeiro. De maneira similar, Pabis, e Silva (43) destacam que o estudo apresenta uma análise aprofundada sobre o desenvolvimento da educação financeira a partir de uma revisão sistemática da literatura. Portanto, contribui para uma reflexão mais crítica sobre como a educação financeira tem sido construída e sinaliza a necessidade de estratégias mais efetivas e integradas para que seus benefícios sejam alcançados pela sociedade.

Aprofundando essa discussão, os autores Santos e Almeida evidenciam a importância do ensino da educação financeira desde a base escolar até o ensino superior completo. Almeida (44) apresenta uma visão mais abrangente sobre o papel da educação financeira na vida dos estudantes no ambiente escolar enfatizando que essa educação é uma forma de preparar os alunos a terem uma visão mais estratégica na formação como cidadãos. Já Ferreira (45) desenvolve um pensamento demonstrando a necessidade de ampliar esse conhecimento dos alunos universitários, apontando algumas limitações que podem vir a impactar nos hábitos de consumo. Ambos os autores possuem uma significância na inclusão da educação financeira nas escolas, alinhando a ideia de que a compreensão do saber financeiro é essencial para a formação e desenvolvimento das atitudes de consumo mais responsáveis e conscientes.

Outro aspecto relevante que se identifica na literatura está associado ao papel da educação financeira dentro do contexto educacional e digital. O estudo de Peripolli, Zanon, Bemme e Isaia (46) mostram o quanto é importante a formação continuada de professores de Matemática, que integram a educação financeira com metodologias ativas e práticas pedagógicas dinâmicas e inovadoras ajudando na preparação dos alunos para que eles possuam uma gestão de recursos de forma eficaz desde a base escolar. Ainda no campo de influência sobre o comportamento do consumidor, o artigo de Waz (47) evidencia a influência da inteligência artificial na forma da interação e comportamento dos consumidores com conteúdos de marketing digital. A autora aponta que a tecnologia levanta desafios éticos e psicológicos, pois estimula decisões de consumo muitas vezes impulsivas.

Trazendo uma mesma perspectiva, Amaral, Mendes e Cunha (48) abordam uma temática bastante importante, ao discutir os aspectos emocionais que podem influenciar diretamente no controle das finanças pessoais, visando minimizar o descontrole financeiro do indivíduo. Os autores enfatizam que a sociedade é muito marcada pela carência de ter a educação financeira no seu cotidiano, o que favorece o surgimento de alguns aspectos emocionais que podem influenciar nas decisões financeiras dos cidadãos. De forma complementar, Silva, Santos e Novaes (49) ressaltam a importância da associação entre o socioambiental e a educação financeira como uma forma para que os indivíduos não caiam em armadilhas psicológicas que possam prejudicar nas tomadas de decisões financeiras.

Aprofundando este ponto de vista, sobre a educação financeira e hábitos de consumo, o estudo de Avelar e Veiga (50) traz uma perspectiva relevante ao destacar a importância dos fatores comportamentais e psicológicos na influência nas decisões dos consumidores. Sob essa perspectiva os atores buscam entender e explicar teorias e conceitos do comportamento de consumo, revelando os fatores como materialismo e impulsividade que podem impactar diretamente nos padrões de consumo. Dessa forma é perceptível que neste estudo a ciência contábil tem um papel fundamental na educação financeira e no desenvolvimento financeiro da sociedade, contribuindo e promovendo a conscientização para ter um controle eficiente nas tomadas de decisões financeiras conscientes.

Ademais, a educação financeira tem sido um tema fortemente discutido não apenas na perspectiva pessoal, mas também nos cenários de políticas públicas e programas organizacionais, onde Bassetto, Lopes e Fernandes (51) aponta que o trabalho desenvolvido pela Susep tem desempenhado um papel e uma responsabilidade significativa na cultura e no fortalecimento da Educação Financeira no Brasil, estimulando que clientes possam disseminar os conceitos, capacitando e impulsionando mudanças nos hábitos de consumo, buscando expandir seu desenvolvimento de habilidades financeiras. Diante desse cenário, Melo, Silva e Rego (52) enfatizam que as crises econômicas estão gerando uma conscientização sobre a gestão do próprio sistema econômico, fortalecendo a importância das estratégias de consumo, ressaltando a significância de desenvolver fundamentos desde a escola, para que a juventude possa ser capaz de adotar um comportamento financeiro responsável.

Magalhães (53) traz um pensamento estratégico em relação à comunicação entre o marketing e o cliente de uma forma positiva visando o desempenho e os resultados financeiros das empresas. O autor traz reflexões sobre a importância de ter estratégias e ações alinhadas com as necessidades do consumidor para que dessa forma possam ter um resultado mais positivo nas decisões, melhorando o desempenho da empresa. Por sua vez Schuck (54) aborda a realidade das pessoas de um modo geral, que enfrentam dívidas e possuem a necessidade de terem a educação financeira como uma ferramenta de controle, para que eles possam gerenciar suas finanças evitando o endividamento com produtos que por muitas vezes podem ser desnecessários.

Contudo, Souza (55) discute as dificuldades enfrentadas pelo mercado para suprir as demandas em atender os consumidores engajados com causas ambientais e sociais. Ele ressalta que embora exista o interesse dos consumidores em buscarem por produtos sustentáveis, a oferta nos mercados é bastante limitada para este público, dificultando a formação de hábitos financeiros sustentáveis.

O comportamento do consumidor tem passado por profundas transformações impulsionado por uma crescente preocupação socioambiental. Nesse contexto, Fabula, Antunes e Belintani (56) abordam o comportamento do consumidor frente aos produtos sustentáveis, com enfoques complementares, embora haja uma crescente preocupação ambiental. Em razão disso, Conceição, Pinto e Jorge (57) reforçam a importância da rotulagem como ferramenta de influência no comportamento do consumidor, facilitando a escolha por produtos sustentáveis.

Seguindo essa linha de reflexão, destaca-se a relevância de enfatizar a importância do comportamento consciente em relação a sustentabilidade e meio ambiente, onde Nishimura e Triska (58) apontam caminhos e iniciativas para um consumo consciente e sustentável, com o propósito de incentivar as pessoas a adotar práticas mais responsáveis, enfatizando o quanto as pessoas possuem o desejo de consumir por impulso, especialmente no setor da moda, o que acaba favorecendo o descarte dos bens de consumo de forma incorreta. Além disso, os autores enfatizam o desejo de contribuir para a mitigação dos impactos ambientais, econômicos e sociais gerados por este comportamento de consumo.

Neste mesmo contexto Hartz, Machado e Albarello (59), nos demonstram como o consumo tem sido um dos principais fatores nos impactos sociais e

ambientais na sociedade, relacionado ao consumismo desenfreado. Ela nos traz reflexões de como a utilização excessiva dos recursos impulsionadas pelo desejo de consumir tem levado à degradação ambiental, comprometendo a qualidade de vida das pessoas e do meio ambiente. Com essa reflexão Hartz aponta que é fundamental promover a conexão entre consumidores conscientes e práticas sustentáveis a fim de minimizar os efeitos provocados pelo consumo excessivo.

Para além da educação financeira, Mazon (60), apresenta uma perspectiva referente aos fatores que impulsionam as decisões de compra, proporcionando uma visão geral sobre o comportamento humano e intensificando como a influência das estratégias de marketing das empresas trazem novas tendências e inovações, impactando em diversos fatores e permitindo a compreensão das causas e incentivos sociais, culturais, tecnológicas que influenciam nas escolhas dos consumidores. De maneira semelhante, Wuicik (61) destaca a influência e responsabilidade do marketing sendo um dos fatores motivadores do consumo, apresentando diversas estratégias que acabam incentivando os consumidores a adquirir produtos desnecessários. A autora enfatiza também a importância da sustentabilidade nos produtos, que apesar de gerarem satisfação aos clientes, acabam trazendo prejuízos ao meio ambiente. Em vista disso, ela defende o estímulo ao consumo consciente, com a intenção de reduzir o impacto ambiental das empresas.

Gonçalves (62) aprofunda esse assunto de padrões de consumo ao discutir o consumo esportivo, que é altamente influenciado por tendências, redes sociais e apelos. O estudo evidencia que apesar dos benefícios que traz à saúde, o consumo relacionado ao esporte também pode ser marcado por impulsividade, status e influência digital, enfatizando mais uma vez o quanto é importante uma educação financeira consciente diante das estratégias de marketing nesse nicho.

Além dos assuntos já discutidos, evidencia também o quanto a influência das apostas online vem crescendo cada vez mais, principalmente na população mais jovem. Oliveira (63) destaca que essa influência tem gerado impactos financeiros e sociais negativos, pois impulsiona de forma que enfraquece práticas de consumo consciente. Complementarmente, Martins, Bonini e Steola (64) ampliam essa visão ao analisarem as consequências democráticas dessa prática, indicam que, o agravamento da vulnerabilidade social e econômica cresceu de forma significativa pois há uma falta de regulação e de políticas públicas eficazes.

As autoras defendem que o caminho essencial para promover escolhas mais conscientes e responsáveis, frente aos apelos de consumo digital, é fundamental investir na educação financeira, cidadania digital e regulação estatal.

Portanto, os estudos de Campos, Pavan e Gonçalves (65) reforçam essa preocupação ao analisar o papel da educação estatística, financeira e fiscal no entendimento das apostas online, eles argumentam que, ao compreenderem conceitos como probabilidade e risco, os indivíduos tendem a adotar uma postura mais crítica frente às promessas sedutoras desse tipo de prática, muitas vezes revestida de ilusões de ganho fácil. Assim, a educação torna-se uma ferramenta fundamental na formação de consumidores mais conscientes e resistentes aos apelos enganosos do mercado digital de apostas.

De forma complementar, Soares e Oliveira (66) exploram o uso de jogos digitais como estratégias pedagógicas na educação financeira, promovendo uma intermediação eficaz entre o mundo econômico e o digital. Ao abordarem conceitos financeiros de forma lúdica e interativa, os autores mostram que é possível criar uma aprendizagem mais significativa, capaz de dialogar diretamente com os hábitos e linguagens das novas gerações. Isso evidencia a necessidade de integrar recursos digitais com conteúdo crítico e educativo, visando não apenas informar, mas também formar cidadãos mais preparados para tomar decisões responsáveis no contexto do consumo digital.

Assim, a comunicação no ambiente digital não só informa, mas também cria associações emocionais que geram desejo e necessidade. Diante desse cenário, torna-se urgente investir em práticas educativas integradas que desenvolvam uma consciência crítica frente às dinâmicas do consumo e à crescente influência das apostas online na cultura jovem.

6 CONCLUSÃO

Ao longo da realização deste trabalho, entende-se o quanto é relevante a educação financeira, aliada à contabilidade na construção de hábitos de consumo mais conscientes. Em meio a uma sociedade que é altamente influenciada pelas mídias sociais e estratégias de marketing, as pessoas acabam sendo incentivadas a consumirem de forma impulsiva, o que, de acordo com os estudos, pode comprometer a saúde financeira e provocar o endividamento. Diante

do exposto, contribuindo para a prevenção do endividamento e para uma vida econômica mais estável, a educação financeira se mostra um elemento essencial que auxilia na tomada de decisões mais responsáveis e equilibradas.

Observou-se, ao aprofundar as discussões, que a influência das redes sociais é um fator cada vez mais impactante nas decisões de compra, particularmente entre a juventude. Essa influência, junto a falta de planejamento financeiro adequado, aumenta o consumismo e enfatiza o quanto é importante e necessário práticas educativas que mostrem um pensamento crítico frente ao consumo. Além disso, o estudo evidencia que o consumo consciente abrange também aspectos sociais e ambientais, o que torna um estilo de vida com escolhas mais sustentáveis, evidenciando que o consumo consciente vai além das questões financeiras. Nesse sentido, adotar um estilo de vida mais consciente significa a valorização do bem-estar comum e de um ambiente mais equilibrado.

Contudo, algumas limitações merecem ser destacadas, especialmente em relação à quantidade de artigos disponíveis com abordagem específica que se relacionasse com todos os temas centrais do trabalho (contabilidade, educação financeira, consumo consciente e influência das mídias sociais). A maioria das pesquisas encontradas tratam esses assuntos separadamente, o que dificultou e exigiu um maior esforço para construir ideias e raciocínio coerentes. Além disso, como foi utilizado uma metodologia bibliográfica, teve a ausência de dados com relatos pessoais ou respostas obtidas por meio de questionários que poderiam enriquecer ainda mais os resultados. Ainda assim, os dados levantados e analisados ofereceram uma base sólida para o desenvolvimento das discussões propostas.

Por fim, recomenda-se que existam pesquisas futuras mais avançadas na direção de investigações mais práticas, com estudos de campo que envolvam diferentes perfis de consumidores. É reconhecido que já existem iniciativas voltadas à educação financeira nas escolas e campanhas sobre uso consciente das redes sociais, porém, acredita-se que essas ações poderiam ser fortalecidas e mais aplicadas no dia a dia das pessoas, de forma que realmente possam ter hábitos mais conscientes e responsáveis. Que este trabalho possa servir como base para reflexões e que tenha como objetivo uma sociedade informada e financeiramente preparada.

REFERÊNCIAS

1. Bernanke, B. S. (2013). The future of monetary policy. *Journal of Economic Perspectives*, 27(3), 147-164.
2. Shimp, Terence A. "Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications." Cengage Learning (2010).
3. Kasser, Tim, e Allen D. Kanner. "Psychology and Consumer Culture: The Struggle for a Good Life in a Materialistic World." *American Psychologist* 59.3 (2004): 222-233.
4. Silva, Pâmela Adriene, Doriane Braga Nunes Bilac, and Sandra Maria Barbosa. "Contribuição da contabilidade para as finanças Pessoais." *Humanidades & Inovação* 4.5 (2017).
5. Cerqueira, Gessica Machado, and Renata Umpierre Barros. "Educação financeira e decisões de endividamento, consumo, investimento e poupança: uma análise com discentes do ensino superior." (2024).
6. Do Nascimento, Carolina Penazzo, Bernadete de Lourdes da Silva Ferreira, and Stadler Matheus Toledo Bechara. "Importância da educação financeira na educação básica." (2022).
7. De Sousa Correia, Thamirys, Wenner Glaucio Lopes Lucena, and Kalyne Amaral Di Lorenzo Gadelha. "A Educação Financeira como um diferencial nas decisões de consumo e investimento dos estudantes do curso de Ciências Contábeis na grande João Pessoa." *Revista de Contabilidade da UFBA* 9.3 (2015).
8. Da Silva, Rayssa Gomes. "Finanças pessoais e o nível de endividamento." (2021).
9. Damasceno, Janaina Fernanda Silva, and Carlos Cesar Garcia Freitas. "EDUCAÇÃO FINANCEIRA VERSUS ENDIVIDAMENTO: ATITUDES E PRÁTICAS." *REPPE-Revista de Produtos Educacionais e Pesquisas em Ensino* 8.1 (2024): 218-246.
10. Francischetti, Carlos Eduardo, et al. "Endividamento de Mercado: A necessidade de conscientização da educação financeira no Brasil." *Revista de Administração do Sul do Pará (REASP)-FESAR* 3.2 (2016).
11. Luz, Elton John Ferreira, Marcos Aurélio Cavalcante Ayres, and Maria Aldiléia Silva Melo. "Orçamento Familiar: uma análise acerca da educação financeira." *Humanidades & Inovação* 6.12 (2019): 206-218.
12. Eugenio, Pedro Magalhães, and Vinicius Pinheiro. "As consequências das mídias sociais no consumo e endividamento em diferentes ciclos de vida." (2021).
13. Ferreira, Juliana Cezario. "A importância da educação financeira pessoal para a qualidade de vida." *Caderno de Administração* 11.1 (2017).
14. Cordeiro, Nilton José Neves, Manoel Guto Vasconcelos Costa, and Márcio Nascimento da Silva. "Educação Financeira no Brasil: uma perspectiva panorâmica." *Ensino da Matemática em Debate* 5.1 (2018): 69-84.
15. Gonçalves, Suelen de. "A educação financeira frente ao consumo e endividamento das famílias brasileiras." (2022).
16. Ancelmo, Lúcia Aparecida, and Carlos Cesar Garcia Freitas. "A cultura do consumo e o endividamento excessivo: uma discussão sobre possíveis intervenções da educação financeira." *Research, Society and Development* 11.11 (2022): e444111132282-e444111132282.

17. Santos, Martielle Soledade Souza, and Alfredo Dib Nour. "Educação financeira: aprendizagem de progressões geométricas aplicadas aos juros compostos na perspectiva da educação matemática crítica." *Revista Prática Docente* 5.1 (2020): 45-64.

18. Maniezo, Amanda Cristina Almeida. "Educação financeira e endividamento: revisão bibliométrica." (2024).

19. Keller, Kevin Lane, and Alexander Cherney. *Administração de marketing*. Bookman Editora, 2024.

20. (Cavalcanti, Ana Elizabeth Lapa Wanderley, and Nelson Gilmar Tavelin Filho. "Aplicativos de gestão e influenciadores financeiros nas redes sociais como mecanismos de propagação da educação financeira." *Juris Poiesis-Qualis B1* 24.36 (2021): 01-20.).

21. (Solomon, Michael R. *O Comportamento do consumidor-: comprando, possuindo e sendo*. Bookman Editora, 2016.)

22. (Sampaio, V., and C. V. C. C. Tavares. "Marketing digital: O poder da influência das redes sociais na decisão de compra do consumidor universitário da cidade de Juazeiro do Norte-CE." *Revista Científica Semana Acadêmica, Fortaleza* 1.104 (2017): 1-26.)

23. Rodrigues, Laís Helena Gouveia, Bianca Johanny dos Santos Lima Assunção, and Damianny Emanuely Silva Gomes Vieira. "A influência da mídia e da internet nos jovens contemporâneos a luz da teoria da sociedade líquida The influence of media and internet on contemporary youth in the light of the liquid society theory." *Brazilian Journal of Development* 8.5 (2022): 36497-36506.

24. COELHO, Marina Segabinazzi. *Influenciadores digitais como impulsionadores de consumo no Instagram: o caso de Virgínia Fonseca*. 2023.)

25. de Castro Engler, Rita, Letícia Hilário Guimarães, and A. C. G. Lacerda. "Design e consumo: a influência da mídia sobre a obesidade infantil." *Blucher Design Proc* 2 (2016): 5625-37.

26. (TRAININI, Marco Miller; DA SILVA TORRES, Jéssica. *MÍDIAS SOCIAIS COMO FERRAMENTAS DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING*. *Revista Ciência e Conhecimento*, v. 9, n. 1, 2015.).

27. Secchi, Kenny, Francieli Fernandes Vieira, and Lauriane Barbosa Ramos. "O consumismo e a mídia: uma perspectiva psicológica." *Barbarói* 49 (2017): 301.

28. GOMES, Maria Cecília Pestana. **Consciência Consumo Consciente: Repensando a Sociedade de Consumo e Novas Práticas Sociais, Ambientais e Culturais*, 2019..

29. Morsing, M. (2006). Corporate social responsibility as strategic auto-communication: On the role of external stakeholders for member identification. *Business Ethics: A European Review*, 15(2), 171-182

30. Skarmetas, D., & Leonidou, C. N. (2013). When consumers doubt, watch out! The role of CSR skepticism. *Journal of Business Research*, 66(3), 1831-1838.

31. SCHERER, M. & POLEDNA, S. Marketing verde. In: XXXVII Assembléia do Conselho Latino-Americano de Escolas de Administração – CLADEA. Anais... Porto Alegre, 2002.

32. ANDERSON JÚNIOR, R. W.; THOMAS, M. M.; CUNNINGHAM, William H. The Socially Conscious Consumer. *Journal of Marketing*, v. 36, p. 23-31, July 1972.

33. (Barbato N, Guem Murakami R, Andrade Costa B. *O PAPEL DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO MUNDO GLOBALIZADO* . RIT [Internet]. 31º de

janeiro de 2023 [citado 4º de abril de 2025];12(2):62-78. Disponível em: <https://www.rit.openjournalsolutions.com.br/index.php/rit/article/view/79>).

34. Rosini AM, Messias JF, Palmisano A, da Silva OR. Educação Financeira, Consumo e Sustentabilidade Ambiental. REPAE [Internet]. 4º de outubro de 2015 [citado 16º de março de 2025];1(1):3-14. Disponível em: <https://www.repae-online.com.br/index.php/REPAE/article/view/5>.

35. DIAS, C.O.; ARENAS, N.C.S.; ARENAS, M.V.S.; SILVA, R.M.P. Perfil de educação financeira dos acadêmicos dos cursos de ciências contábeis, administração e economia de uma instituição federal de ensino superior brasileira. *Brazilian Applied Science Review*, v. 3, n. 5, p. 12 – 28, 2019.

36. Cabral, Bárbara Barbosa. "EDUCAÇÃO FINANCEIRA: O PRIMEIRO PASSO PARA CONSUMO CONSCIENTE." *SABERES MULTIDISCIPLINARES*: 2018 125.

37. MACHADO, JR F. "Metodologias de pesquisa: um diálogo quantitativo, qualitativo e quali-quantitativo." *Devir Educação* 7.1 (2023).

38. DE SOUSA, Angélica Silva; DE OLIVEIRA, Guilherme Saramago; ALVES, Laís Hilário. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. *Cadernos da FUCAMP*, v. 20, n. 43, 2021.

39. Rodrigues, Tatiane Daby de Fatima Faria, Guilherme Saramago de Oliveira, and Josely Alves dos Santos. "As pesquisas qualitativas e quantitativas na educação." *Revista Prisma* 2.1 (2021): 154-174.

40. Schneider, Eduarda Maria, Rosangela Araujo Xavier Fujii, and Maria Júlia Corazza. "Pesquisas quali-quantitativas: contribuições para a pesquisa em ensino de ciências." *Revista Pesquisa Qualitativa* 5.9 (2017): 569-584.

41. LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia científica: ciência e conhecimento científico, métodos científicos, teoria, hipóteses e variáveis*. 2a ed. rev. e ampl. São Paulo (SP)

42. dos Santos, Ticiane Lima, et al. "MULHERES E A EDUCAÇÃO FINANCEIRA: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA." *Revista Contemporânea* 3.9 (2023): 14587-14609.

43. Pabis, Maria Gabriela, and Antônio João Hocayen-da-Silva. "Uma revisão sistemática sobre a pesquisa em educação financeira." *Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle* 11.1 (2022)

44. dos Santos, Jean Carlos Almeida. "Educação financeira no âmbito escolar: um estudo de revisão integrativa." *Revista Foco* 16.11 (2023).

45. Barbosa, Tamires Ferreira, et al. "Educação Financeira: pesquisa e análise do conhecimento e planejamento financeiro dos alunos de uma instituição de ensino superior de Minas Gerais." *Ciência Dinâmica* 12.1 (2021): 1-25.

46. Peripolli, Patrícia Zanon, Luís Sebastião Barbosa Bemme, and Silvia Maria de Aguiar Isaia. "Formação continuada de professores de Matemática com foco em contexto online, Educação Financeira, metodologias ativas e fluência tecnológica e pedagógica: uma revisão bibliográfica." *Revista de Ensino de Ciências e Matemática* 12.3 (2021): 1-24.

47. Teixeira, Debora Waz de Souza Burkert. "IMPACTO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA PESQUISA DE COMUNICAÇÃO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR: DESAFIOS E OPORTUNIDADES." *RECIMA21-Revista Científica Multidisciplinar-ISSN 2675-6218* 5.9 (2024): e595683-e595683.

48. Amaral, Renata Mendes, and Thiago Cunha de Oliveira. "EDUCAÇÃO FINANCEIRA E FATORES EMOCIONAIS: UM ESTUDO COM DISCENTES E

EGRESSOS DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS." Revista Eletrônica de Ciências Contábeis 14.1 (2025): 27-49.

49. Silva, Luciene Santos, and Diva Valério Novaes. "Educação financeira e educação socioemocional integradas para discutir armadilhas psicológicas em decisões financeiras Integrating financial and socioemotional education to discuss psychological pitfalls in financial decisions." Educação Matemática Pesquisa Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em Educação Matemática 23.1 (2021): 713-740.

50. Avelar, Cátia, and Ricardo Teixeira Veiga. "Personalidade e comportamento de consumo no Brasil: uma revisão sistemática da literatura." Revista Reuna 29.2 (2024): 116-138.

51. BASSETTO, CAMILA FERNANDA, Matheus Okamura Lopes, and Ana Emília Gomes Fernandes. "A influência da Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) na Educação Financeira no Brasil: uma revisão bibliográfica: uma revisão bibliográfica." REVISTA EDUCAÇÃO MATEMÁTICA EM FOCO 12.3 (2024).

52. de Melo, Crisoleide Silva, and Daniela dos Santos Rego. "Educação financeira: desafios e oportunidades para uma vida familiar sustentável: Financial education: challenges and opportunities for a sustainable family life." Revista Cocar 17.35 (2022).

53. da Rocha, Paulo Magalhães Cavalcanti, and Tomas Sparano Martins. "O efeito mediador da comunicação integrada de marketing na relação entre orientação para o cliente e desempenho financeiro." ReMark-Revista Brasileira de Marketing 24.2 (2025): e23815-e23815.

54. Saraiva, Karla Schuck. "Os sujeitos endividados e a Educação Financeira." Educar em Revista (2017): 157-173.

55. Souza, Fernando Rodrigo. "Comportamento do consumidor e produtos socioambientais: desafios e oportunidades para o mercado." Revista Produção Online 24.3 (2024): 5270-5270.

56. Damázio, Luciana Faluba, Leonardo Antunes Nogueira Coutinho, and Helena Belintani Shigaki. "Comportamento do consumidor em relação a produtos sustentáveis: uma revisão sistemática de literatura." Revista Eletrônica de Ciência Administrativa 19.3 (2020): 374-392..

57. Conceição, Catarina, Paula Pinto, and Rui Jorge. "O comportamento do consumidor e a rotulagem: revisão narrativa da literatura." Revista da UI_IPSantarém 11.3 (2023): 59-60.

58. Nishimura, Maicon Douglas Livramento, and Ricardo Triska. "Princípios e diretrizes para o consumo consciente e responsável na moda: uma busca sistemática da literatura." dObra [s]: revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda 37 (2023): 124-149.

59. Barreto, Elaine Hartz, Jaqueline Machado Gomes, and Beatriz Amália Albarello. "A percepção dos clientes do brechó chic peça rara sobre a dimensão do consumo consciente e sustentável como variável influenciadora no comportamento de escolha." Revista JRG de Estudos Acadêmicos 3.7 (2020): 849-863.

60. Mazon, Fernando Sergio. "Comportamento do consumidor: uma revisão teórica sobre conceitos e campos de estudo." Revista Perspectiva 47.178 (2023): 31-43.

61. Wuicik, Samaira Carla. "EXPLORANDO ESTRATÉGIAS DE MARKETING SUSTENTÁVEL E SUAS INFLUÊNCIAS PARA O CONSUMO CONSCIENTE." Revista Tópicos 2.6 (2024): 1-12.

62. Gonçalves, Ana Isabel, et al. "Mulheres e Consumo Esportivo: Uma Revisão de Literatura." *Intercontinental Journal of Sport Management/Revista Intercontinental de Gestão Desportiva* 12.4 (2022).

63. Oliveira, Lucas Felipe Tertulino, et al. "PERSPECTIVAS DOS ESTUDOS SOBRE AS APOSTA ONLINE E JOGOS DE AZAR NO BRASIL: REVISÃO INTEGRATIVA DA LITERATURA." *Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro* 7.1 (2025): 1-31.

64. Martins, Letícia da Costa Domingues, Amanda Maria Bonini, and Isabella Steola. "IMPACTO SOCIAL DOS JOGOS DE AZAR ONLINE E SUAS CONSEQUÊNCIAS DEMOCRÁTICAS." *Anais do Congresso Brasileiro de Processo Coletivo e Cidadania*. Vol. 12. No. 12. 2024.

65. Campos, Celso, Andréa Pavan Perin, and Ana Paula Gonçalves Pita. "Educação estatística, educação financeira e educação fiscal no estudo das apostas online." *Revista Internacional de Pesquisa em Educação Matemática* 14.3 (2024): 1-16.

66. Soares, Viller Contarato, and Daniel de Oliveira. "Jogos digitais em educação financeira: uma intermediação entre o mundo econômico e o mundo digital." *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação* 9.6 (2023): 1478-1495.