



INSTITUTO FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
CAMPUS PORTO ALEGRE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E
TECNOLÓGICA

FLÁVIA CIPRIANI

O JOGO PEDAGÓGICO COMO FERRAMENTA PROMOTORA DO ENSINO EM
DIREITO DO CONSUMIDOR E CONSUMO RESPONSÁVEL NO CURSO TÉCNICO
EM ADMINISTRAÇÃO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO

Porto Alegre

2021

FLÁVIA CIPRIANI

**O JOGO PEDAGÓGICO COMO FERRAMENTA PROMOTORA DO ENSINO EM
DIREITO DO CONSUMIDOR E CONSUMO RESPONSÁVEL NO CURSO TÉCNICO
EM ADMINISTRAÇÃO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Educação Profissional e Tecnológica, ofertado pelo *Campus* Porto Alegre do Instituto Federal do Rio Grande do Sul, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestra em Educação Profissional e Tecnológica.

Orientador: Prof.^a Dra. Michelle Camara Pizzato

Porto Alegre

2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C577j Cipriani, Flávia

O jogo pedagógico como ferramenta promotora do ensino em Direito do consumidor e consumo responsável no curso técnico em administração integrado ao ensino médio / Flávia Cipriani – Porto Alegre, 2021.

227 p.; il. color. ; 29 cm

Orientador: Profa. Dra. Michelle Camara Pizzato

Dissertação (mestrado) – Instituto Federal do Rio Grande do Sul, Campus Porto Alegre, Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica - PROFEPT, Porto Alegre, 2021.

1. Direito do Consumidor. 2. Jogo Pedagógico. 4. Ensino Médio integrado. I. Pizzato, Michele Camara. II. Título.

CDU 37:004

FLÁVIA CIPRIANI

**O JOGO PEDAGÓGICO COMO FERRAMENTA PROMOTORA DO ENSINO EM
DIREITO DO CONSUMIDOR E CONSUMO RESPONSÁVEL NO CURSO TÉCNICO
EM ADMINISTRAÇÃO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Educação Profissional e Tecnológica, ofertado pelo Instituto Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Educação Profissional e Tecnológica.

Aprovado em 31 de agosto de 2021.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Michelle Camara Pizzato – Orientadora

IFRS – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul

Prof.^a Dr.^a Maria Augusta Martiarena de Oliveira

IFRS – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Márlon Herbert Flora Barbosa Soares

UFG - Universidade Federal de Goiás

FLÁVIA CIPRIANI

JOGO PEDAGÓGICO “DIREITO & CONSUMO: O DESAFIO DA CIDADANIA”

Produto Educacional apresentado ao Programa de Pós-graduação em Educação Profissional e Tecnológica, ofertado pelo Instituto Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Educação Profissional e Tecnológica.

Validado em 31 de agosto de 2021.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Michelle Camara Pizzato – Orientadora

IFRS – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul

Prof.^a Dr.^a Maria Augusta Martiarena de Oliveira

IFRS – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Márlon Herbert Flora Barbosa Soares

UFG - Universidade Federal de Goiás

AGRADECIMENTOS

Ao meu esposo David pelas palavras de incentivo, pelo amor e apoio incondicionais e também pelo auxílio na construção do projeto gráfico e diagramação dos elementos textuais do jogo.

Aos meus filhos Richard, Joseph e Eric, por serem a força para seguir em frente. E especialmente ao Joseph, por ter ilustrado com seu talento os elementos visuais do jogo pedagógico.

Aos meus pais, Vítor e Leonora, que me ensinaram o valor da educação. E especialmente à minha mãe que não mediu esforços assumindo os cuidados do Eric quando necessário, em minhas ausências para os estudos.

Aos meus irmãos, Fernando e Vítor Júnior, pela amizade e companheirismo, sempre dispostos a ajudar no que fosse preciso.

À minha querida orientadora Michelle Camara Pizzato, pela condução segura e infinita paciência, e por toda a ajuda nessa trajetória.

À Prof.^a Dra. Maria Augusta Martiarena de Oliveira e ao Prof. Dr. Márlon Herbert Flora Barbosa Soares, por aceitarem o convite para a participação na banca de qualificação e defesa, e pelas preciosas contribuições a esta pesquisa.

Ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul - Reitoria, por ter possibilitado com as suas ações de capacitação, o aprimoramento da minha formação com a realização desse Mestrado.

Aos colegas da Procuradoria Federal junto ao IFRS, por terem se desdobrado para absorver a carga de responsabilidades do setor durante esse período.

Aos meus colegas da turma de Mestrado, pelas trocas e compartilhamentos. Em especial às colegas da Reitoria cujo apoio, conversas e risadas nas viagens de *van* ajudaram a deixar mais leve a caminhada.

RESUMO

A presente pesquisa, vinculada ao Programa de Mestrado em Educação Profissional e Tecnológica - ProfEPT do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – *Campus* Porto Alegre, teve por objetivo principal investigar se o desenvolvimento e a aplicação de um produto educacional do tipo jogo pedagógico concreto podem contribuir para a promoção do aprendizado de tópicos relacionados ao Direito do Consumidor e Consumo Responsável, para estudantes do Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA. A pesquisa, de finalidade aplicada e de natureza qualitativa, se inscreve na perspectiva de estudo de caso, e está inserida na Linha de Pesquisa Práticas Educativas em Educação Profissional e Tecnológica (EPT), Macroprojeto 1 - Propostas metodológicas e recursos didáticos em espaços formais e não formais de ensino na EPT. A produção de dados foi realizada através das técnicas de entrevistas semiestruturadas e questionários e a análise dos dados foi feita aplicando-se o método de análise de conteúdo. Inicialmente, buscou-se, através da análise de dados obtidos em entrevistas semiestruturadas iniciais com docentes, obter uma melhor compreensão em relação à abordagem dos tópicos Direito do Consumidor e Consumo Responsável em sala de aula. A análise de conteúdo das entrevistas evidenciou escassa abordagem dos temas de modo integrado, e resultou em reflexões importantes, que contribuíram para compor as perguntas do questionário que foi aplicado com a finalidade de promover a identificação de conhecimentos prévios dos estudantes. Após isso, a tabulação dos resultados desse questionário auxiliou a delimitar as temáticas mais adequadas para a produção do jogo pedagógico. O produto educacional elaborado é um jogo pedagógico do tipo *Quiz*, de perguntas e respostas, com elementos de *Role Playing Game* (RPG). O jogo foi apresentado e avaliado por especialistas docentes de Cursos Técnicos integrados ao Ensino Médio na modalidade PROEJA. Como resultado do processo de avaliação, o produto educacional foi considerado efetivo como potencial ferramenta promotora de aprendizagem de tópicos como o Direito do Consumidor e o Consumo Responsável. Por sua replicabilidade, poderá ser disponibilizado para a utilização em instituições de ensino e/ou espaços formais e não formais de educação.

Palavras-chave: Direito do Consumidor. Consumo Responsável. Ensino Médio Integrado. PROEJA. Jogo Pedagógico.

ABSTRACT

This research, linked to the Master's Program in Vocational and Technological Education - ProfEPT of the Federal Institute of Education, Science and Technology of Rio Grande do Sul - Porto Alegre Campus, had as its main goal to investigate whether the development and application of an educational product of the concrete pedagogical game type can contribute to promoting the learning of topics related to Consumer Law and Responsible Consumption, for students of the Technical Course in Business integrated to High School in the PROEJA modality. The research, of applied purpose and qualitative nature, is inscribed in the perspective of case study, and is inserted in the Research Line Educational Practices in Vocational and Technological Education (EPT), Macroproject 1 - Methodological proposals and didactic resources in formal and non-formal spaces of education in EPT. The data production was done through semi-structured interviews and questionnaires, and the data analysis was done by applying the content analysis method. Initially, it was sought to obtain a better understanding regarding the approach of the topics Consumer Law and Responsible Consumption in the classroom, through the analysis of data obtained in initial semi-structured interviews with teachers. The content analysis of the interviews evidenced the scarce approach of the themes in an integrated way and resulted in important reflections, which contributed to composing the questions of the questionnaire that was applied to identify the students' previous knowledge. After that, the tabulation of the results of this questionnaire helped to delimit the most appropriate themes for the production of the educational game. The educational product developed is a Quiz-type pedagogical game, of questions and answers, with elements of Role Playing Game (RPG). The game was presented and evaluated by expert teachers of Technical Courses integrated to High School in PROEJA modality. As a result of the evaluation process, the educational product was considered effective as a potential tool to promote the learning of topics such as Consumer Law and Responsible Consumption. Due to its replicability, it can be made available for use in educational institutions and/or formal and non-formal educational spaces.

Key-words: Consumer Law. Responsible Consumption. Integrated High School. PROEJA. Pedagogical Game.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Distribuição dos respondentes por semestre.....	34
Quadro 2 - Quantidades de acertos e erros - Direito do Consumidor.....	34
Quadro 3 - Quantidades de acertos e erros – Consumo Responsável.....	36
Quadro 4 - Avaliadores e áreas de formação e atuação.....	39
Quadro 5 – Questões do Eixo A.....	41
Quadro 6 – Questões do Eixo B.....	42
Quadro 7 – Questões do Eixo C.....	44
Quadro 8 – Questões do Eixo D.....	45
Quadro 9 – Críticas e Sugestões dos Avaliadores.....	47

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

APNPs – Atividades Pedagógicas Não Presenciais
CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CDC – Código de Defesa do Consumidor
Cefets - Centros Federais de Educação Tecnológica
CEP – Comitê de Ética em Pesquisa
EAFs – Escolas Agrotécnicas Federais
EJA – Educação de Jovens e Adultos
EPT – Educação Profissional e Tecnológica
ETFs – Escolas Técnicas Federais
FEBRABAN – Federação Brasileira de Bancos
IDEC – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor
IFES - Instituto Federal do Espírito Santo
IFRS – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul
PROEJA – Programa Nacional de Integração da Educação Profissional com a Educação Básica na Modalidade de Educação de Jovens e Adultos
PROCON – Programa de Proteção e Defesa do Consumidor
ProfEPT – Programa de Pós-graduação em Educação Profissional e Tecnológica
PPC – Projeto Pedagógico de Curso
RPG – *Role Playing Game*
SERASA – Centralização de Serviço dos Bancos
TCLE – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	11
1 INTRODUÇÃO	18
2 REFERENCIAL TEÓRICO	20
2.1 O DIREITO DO CONSUMIDOR E O CONSUMO RESPONSÁVEL.....	20
2.2 O JOGO E A APRENDIZAGEM	23
3 METODOLOGIA	26
3.1 FASE EXPLORATÓRIA	27
3.2 FASE DE DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO EDUCACIONAL.....	30
3.3 FASE DE APLICAÇÃO DO PRODUTO EDUCACIONAL.....	31
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	32
4.1 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS COM OS(AS) DOCENTES	32
4.2 ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS PRÉ-JOGO	33
4.3 AVALIAÇÃO DO PRODUTO EDUCACIONAL	38
4.3.1 Estética e organização do produto educacional – Eixo A.....	41
4.3.2 Estilo de escrita apresentado no produto educacional – Eixo B.....	42
4.3.3 Conteúdo do produto educacional – Eixo C.....	44
4.3.4 Aplicabilidade e relevância do produto educacional – Eixo D.....	45
4.3.5 Comentários, críticas e sugestões dos(as) avaliadores(as)	46
4.4 ALTERAÇÕES REALIZADAS E RESULTADO DA AVALIAÇÃO	49
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
REFERÊNCIAS	53
APÊNDICE A – PRODUTO EDUCACIONAL	56
APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	165
APÊNDICE C – ROTEIRO – ENTREVISTA COM OS(AS) DOCENTES	168
APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO - CONHECIMENTOS PRÉVIOS	170
APÊNDICE E – QUESTIONÁRIO – AVALIAÇÃO DO P. E.	178
APÊNDICE F – ARTIGO	190
APÊNDICE G – ARTIGO	214
ANEXO A – AUTORIZAÇÃO INSTITUCIONAL	224
ANEXO B – PARECER CONSUBSTANCIADO - APROVAÇÃO DO CEP/IFRS ..	225

APRESENTAÇÃO

Direito para quem?

Ao longo de minha trajetória acadêmica no Curso de Direito, sempre me causou inquietação o fato de temáticas tão importantes e tão presentes no cotidiano me estarem sendo apresentadas apenas naquele momento. Afinal, o Direito não é para todos? Então, por que é que temas como o Direito do Consumidor não são de conhecimento geral?

Embora tenha sido promulgada na década de 1990, os aspectos mais relevantes da Lei 8.078 (BRASIL, 1990) que traz o Código de Defesa do Consumidor (CDC) não costumam ser de conhecimento do público em geral. Por conseguinte, seu conteúdo não se encontra devidamente disseminado, até mesmo nos meios acadêmicos de cursos que com este se relacionam.

Além disso, em minha experiência como aluna, observei que os conteúdos acerca do Direito do Consumidor foram ministrados de maneira puramente expositiva. Isso sempre me pareceu pouco eficiente para promover o verdadeiro aprendizado dos conteúdos da disciplina.

Especialmente por entender que este tema tem um potencial imenso para o exercício da cidadania, optei por direcionar a minha pesquisa de Mestrado em Educação Profissional e Tecnológica – ProfEPT de modo a suprir essa carência.

Ao mesmo tempo em que há falta de informação sobre os aspectos principais relacionados ao Direito do Consumidor, observa-se também uma crescente demanda por um consumo desenfreado que não se justifica apenas pela satisfação das necessidades. Tal situação provoca inúmeras situações indesejáveis como o alto endividamento das famílias e muitas vezes a incapacidade de gerenciar as finanças do lar e de resistir aos apelos comerciais dos produtos.

Objetivando uma abordagem mais completa, norteada pela formação omnilateral do ser humano, surgiu o interesse de desenvolver um produto educacional que pudesse, além de acrescer à formação no ensino médio técnico integrado, promovendo o aprendizado do tema Direito do Consumidor, dar conta de propor uma reflexão sobre o Consumo Responsável.

Em pesquisa realizada nos projetos pedagógicos dos cursos oferecidos pelo IFRS - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, verificou-se a possibilidade de realização da pesquisa e desenvolvimento do produto

educacional para aplicabilidade no Curso Técnico em Administração na modalidade do Programa Nacional de Integração da Educação Básica com a Educação Profissional na Modalidade de Educação de Jovens e Adultos – PROEJA do *Campus* Porto Alegre.

Com a leitura do Projeto Pedagógico do Curso (PPC) verificou-se que a sua matriz curricular contém, no segundo semestre, a disciplina “Direito I”, cuja ementa inclui “[...] Noções de direito das relações de consumo e direitos do consumidor relativos ao processo de vendas. [...]”. (IFRS/POA, PPC, 2012, p. 42-43). No mesmo semestre é ministrada a disciplina “Sociologia I”, cuja ementa estabelece entre os conteúdos:

Compreender a vida em sociedade, o papel dos sujeitos/cidadãos como agentes de transformação, assim como o significado e a aplicabilidade da sociologia; [...]discutir e aprofundar os conhecimentos sobre o modo de produção capitalista e o desenvolvimento da globalização. (IFRS/POA, PPC, 2012, p. 38)

Verificou-se também que o egresso do curso Técnico em Administração deverá atuar na área profissional de Administração. Tal área compreende, conforme consta no Projeto Pedagógico de Curso, a realização de atividades relacionadas às funções de: “[...] administração e de suporte logístico à produção e à prestação de serviços em qualquer setor econômico e em todas as organizações, públicas ou privadas, de todos os portes e ramos de atuação.” (IFRS/POA, PPC, 2012, p. 6).

Fundamenta-se a pertinência de se promover a reflexão sobre o Consumo Responsável na era da modernidade líquida (BAUMAN, 2008) junto aos (às) estudantes do PROEJA no fato de seu corpo discente ser composto, em sua maioria, por jovens e adultos que já se encontram no mundo do trabalho. É sabido que a população de jovens e adultos frequentadores da modalidade PROEJA lida com inúmeras dificuldades para conciliar as atividades laborativas com os estudos, como a limitação de tempo e escassez de recursos. Além disso, precisam conviver com todos os apelos comerciais da sociedade de consumo atual, que nem sempre representam suas reais necessidades.

Do mesmo modo, o tópico Direito do Consumidor, por sua característica emancipadora, também possui potencial de contribuir para que os (as) estudantes conheçam seus direitos como consumidores, aspecto que se estende para além dos bancos acadêmicos, refletindo-se na vida do educando, de modo geral. O caráter interdisciplinar das duas matérias faz com que se desvele a oportunidade de trabalhá-

las de modo paralelo, além de ampliar as possibilidades de abordagem em outras disciplinas, de modo integrado.

Assim, evidenciou-se a necessidade de se investigar a efetividade de produzir e aplicar um produto educacional no formato de jogo pedagógico, para que este, de forma lúdica, pudesse auxiliar na promoção da aprendizagem de temáticas relacionadas ao Direito do Consumidor e ao Consumo Responsável junto aos alunos do Curso Técnico em Administração na modalidade PROEJA do Campus Porto Alegre.

Para dar suporte à pesquisa, foram consultadas as bases teóricas da Educação Profissional e Tecnológica e do Programa Nacional de Integração da Educação Profissional com a Educação Básica na Modalidade de Educação de Jovens e Adultos (PROEJA).

A Educação Profissional Tecnológica e o PROEJA

No Brasil, a Educação Profissional e Tecnológica (EPT) teve como um marco importante no ano de 2009, a transformação dos Centros Federais de Educação Tecnológica (Cefets), Escolas Técnicas e Agrotécnicas Federais (ETFs e EAFs) e Escolas Técnicas Vinculadas às Universidades Federais em Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia (PACHECO; PEREIRA; SOBRINHO; 2010).

Nesse passo, o artigo 2º da lei de criação dos Institutos Federais (Lei nº 11.892/2008) os define como

[...]instituições de educação superior, básica e profissional, pluricurriculares e multicampi, especializados na oferta de educação profissional e tecnológica nas diferentes modalidades de ensino, com base na conjugação de conhecimentos técnicos e tecnológicos com as suas práticas pedagógicas, nos termos desta Lei. (BRASIL, 2008)

Quanto aos desafios enfrentados por esta nova institucionalidade, Pacheco, Pereira e Sobrinho (2010, p. 75) afirmam que a nova perspectiva para a EPT envolve a construção de

[...] uma visão da formação profissional e do trabalho que ultrapasse o sentido da subordinação às restritas necessidades do mercado contribua para o fortalecimento da cidadania dos trabalhadores e democratização do conhecimento em todos os campos e formas.

O ProfEPT, Programa de Pós-graduação em Educação Profissional e

Tecnológica, por meio do curso de Mestrado e conforme o artigo 2º do seu Regulamento, objetiva a formação em educação profissional e tecnológica, para a produção de conhecimentos e também para o desenvolvimento de produtos, instrumentalizado pelas pesquisas realizadas, que integrem os saberes próprios do mundo do trabalho e ao conhecimento sistematizado (IFES, 2018).

Desse modo, para o desenvolvimento da presente pesquisa, com ênfase na articulação entre os saberes relativos ao mundo do trabalho e ao conhecimento sistematizado, foram levados em consideração os conceitos basilares relacionados ao trabalho em seus sentidos ontológico e histórico (SAVIANI, 2007), especialmente no tocante à perspectiva do trabalho como princípio educativo.

Saviani explana que a relação trabalho-educação possui fundamentos histórico-ontológicos: o ser humano é entendido como ser histórico que, a partir de suas relações sociais, transforma-se no decorrer de sua trajetória através de suas ações, sendo que o resultado dessas ações se torna “o próprio ser dos homens” (SAVIANI, 2007, p. 155).

Na perspectiva da pedagogia histórico-crítica, o autor também destaca a atual necessidade de que o ensino médio não proporcione apenas conhecimentos básicos e generalistas em relação ao trabalho, mas também que este saber se articule com a prática do processo produtivo. Assevera Saviani (2007, p. 160):

Assim, no ensino médio já não basta dominar os elementos básicos e gerais do conhecimento que resultam e ao mesmo tempo contribuem para o processo de trabalho na sociedade. Trata-se, agora, de explicitar como o conhecimento (objeto específico do processo de ensino), isto é, como a ciência, potência espiritual, se converte em potência material no processo de produção. Tal explicitação deve envolver o domínio não apenas teórico, mas também prático sobre o modo como o saber se articula com o processo produtivo.

Também é relevante destacar que a linha de pesquisa Práticas Educativas em Educação Profissional e Tecnológica privilegia a abordagem interdisciplinar e o currículo integrado. Nesse sentido, traz-se a ideia de ensino integrado proposta por Araújo e Frigotto (2015): um projeto pedagógico cuja finalidade é a formação voltada para a autonomia dos estudantes com vistas ao desenvolvimento de suas capacidades de interpretação e ação sobre a realidade.

Portanto, o desenvolvimento do jogo pedagógico está de acordo com os objetivos do ProfEPT, pois trata-se de produto educacional cujas temáticas favorecem a integração do conhecimento sistematizado com os saberes inerentes ao mundo do

trabalho.

O produto educacional desenvolvido, por trazer temáticas com potencial de aplicação em disciplinas de naturezas variadas, porém com possibilidade de integração, se coaduna com o projeto pedagógico do ensino integrado de acordo com Araújo e Frigotto (2015)¹.

Oportuno salientar que os conceitos apresentados também se harmonizam com o conteúdo do projeto pedagógico do Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA do *Campus* Porto Alegre, que enfatiza:

Este curso oportunizará uma formação integral, abordando aspectos essenciais para sua vida pessoal e profissional. Além disso, propiciará a qualificação e atualização dos conhecimentos referentes à área de administração, visando atender as demandas desse setor econômico e considerando os avanços tecnológicos, as mudanças e as exigências do mercado de trabalho contemporâneo.
(IFRS, PPC, 2012, p. 42-43, grifos nossos)

No tocante ao desenvolvimento da pesquisa para a aplicação do produto educacional com estudantes do PROEJA, Moll (2010, p. 136) enfatiza que, dentre o amplo rol de possíveis saberes para o currículo desse grupo de estudantes, deve-se assegurar para que estejam presentes os “saberes da contemporaneidade, que atravessam o cotidiano e dão sentido às relações sociais e às trajetórias pessoais[...]”. Tais requisitos se amoldam aos temas que são trabalhados por meio do jogo pedagógico elaborado.

Ainda, destaca-se a dificuldade para a concretização da EJA no Brasil, e a possibilidade de a integração da educação profissional de jovens e adultos ao ensino médio vir a materializar a formação integral².

Num outro aspecto, o produto educacional aborda as temáticas escolhidas, incluindo a aproximação dos conceitos do Direito do Consumidor à realidade dos estudantes, enfatizando o caráter emancipatório da educação, proposto por Paulo Freire (1989, p. 55) em sua pedagogia crítica:

[...] Creio que **toda a prática educativa que se oriente não no sentido da repetição do presente ou da volta ao passado, mas num sentido de transformação do presente para enfrentar o futuro**, deve estar necessariamente preocupada em que educadores e educandos desenvolvam

¹ O detalhamento de alguns conceitos dos autores ARAÚJO e FRIGOTTO e sua relação com a pesquisa está presente no artigo do Apêndice G, produzido em conjunto com a orientadora, durante a pesquisa.

² A questão da dificuldade de materialização da EJA foi abordada em maior profundidade no artigo do Apêndice G, produzido em conjunto com a orientadora, durante a pesquisa.

o ato de conhecimento do concreto, do real. [...] É isso que venho chamando de revelação do real, **revelação do concreto que tem a ver com uma posição crítica e curiosa** e não só com uma postura paciente por parte do educador e do educando. (grifos nossos)

Desse modo, presume-se que o conhecimento adquirido, tanto em relação aos direitos que podem ser reivindicados, quanto no tocante à reflexão sobre o consumismo e o consumo responsável, permita que os estudantes exercitem o seu olhar crítico, o que possibilitaria a ação sobre a realidade, para modificá-la. Freire (1996) afirma que a capacidade de aprendizado, não apenas como um mecanismo de adaptação, mas principalmente para atuar na transformação da realidade, nela intervindo e participando de sua recriação, promove a distinção entre o nível de educabilidade humana e o nível de adestramento dos outros animais, ou até mesmo do cultivo das plantas, por exemplo.

Sob outra ótica, em relação à construção de práticas pedagógicas para adultos, Moll (2008, p. 14) considera significativa a ideia de que deve haver a conscientização no sentido em que os homens e mulheres estudantes das turmas de educação de jovens e adultos “não são tábulas rasas, mas portam um sem-número de experiências sociais, culturais, afetivas que lhes permitiram acúmulo de saberes em diferentes campos epistemológicos;”.

Nesse sentido, o jogo pedagógico desenvolvido para a aplicação junto a uma turma de jovens e adultos, tendo como premissa a interação e a dialogicidade que lhe são inerentes, traz estes dois aspectos como promotores da “humanização do ser” proposta por Freire:

O importante, do ponto de vista de uma educação libertadora e “não-bancária” é que, em qualquer dos casos, **os homens se sintam sujeitos de seu pensar, discutindo o seu pensar, sua própria visão de mundo**, manifestada implícita ou explicitamente, **nas suas sugestões e nas de seus companheiros**. (FREIRE, p. 139, 2005, grifos nossos)

Freire (2005) também pontua que na educação na qual o protagonismo dos processos é assumido pelos educadores e educandos, ao superar-se o intelectualismo alienante e o autoritarismo típico do ensino “bancário”, supera-se também a falsa consciência do mundo. O mundo, então, passa a ser o mediatizador desses sujeitos da educação, cuja ação transformadora resulta em sua humanização.

O início da caminhada

Antes de se ter certeza do tipo de produto educacional que seria produzido para atender os objetivos da pesquisa, e também para pesquisar as possibilidades de integração do temas, foi promovida uma revisão de literatura no banco de teses e dissertações da CAPES, com o objetivo de verificar se o ensino dos temas Direito do Consumidor, Consumo Responsável, Consumismo e afins já haviam sido objeto de pesquisa de outros trabalhos. Os resultados obtidos permitiram concluir que o ensino de Direito do Consumidor possui escassa abordagem, enquanto que o Consumo Responsável, mesmo que por meio de temas transversais como o consumismo e a educação financeira, são contemplados com mais frequência nos estudos.

Na pesquisa realizada não se verificou a abordagem de Direito do Consumidor de modo interdisciplinar com o Consumo Responsável em formato de jogo pedagógico, o que justifica o desenvolvimento de produto educacional com essa finalidade, pela sua originalidade.

Desse modo, o desenvolvimento da pesquisa buscou investigar a melhor maneira de promover o aprendizado desses temas utilizando-se como ferramenta um jogo pedagógico. Como resultado, o produto educacional desenvolvido trata-se de um jogo pedagógico concreto do tipo *Quiz* (perguntas e respostas) com elementos de *Role Playing Game* (RPG) que, de modo interdisciplinar, aborda as temáticas Direito do Consumidor e Consumo Responsável, presente no Apêndice A.

O presente trabalho, uma dissertação em formato de artigo³, encontra-se dividido em 4 capítulos. No capítulo 1, será apresentada a introdução da pesquisa, com seus objetivos geral e específicos, o problema de pesquisa e a justificativa. As bases teóricas que deram suporte a este trabalho de pesquisa constam do capítulo 2. O capítulo 3 descreve o percurso metodológico realizado na construção do produto educacional. Por fim, no capítulo 4 são apresentados os resultados, as discussões e as análises realizadas em cada uma das etapas da construção do jogo pedagógico, inclusive a etapa de avaliação. O processo de desenvolvimento do produto educacional e o acesso aos seus elementos constituintes constam no Apêndice A.

³ A dissertação em formato de artigo, com extensão de 40 mil a 70 mil caracteres, segue o modelo estabelecido no Regulamento Local do Programa de Pós-Graduação em Educação Profissional e Tecnológica em Rede Nacional do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul.

1 INTRODUÇÃO

A presente dissertação apresenta os resultados da pesquisa para a elaboração de um produto educacional do tipo jogo pedagógico concreto, que é requisito para o Programa de Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica (ProfEPT), que se insere na Linha de Pesquisa Práticas Educativas em Educação Profissional e Tecnológica (EPT), Macroprojeto 1 - Propostas metodológicas e recursos didáticos em espaços formais e não formais de ensino na EPT. Para o estudo de finalidade aplicada utilizou-se o método de abordagem de natureza qualitativa. Foi realizado por meio do procedimento de estudo de caso.

A pesquisa teve como objetivo geral investigar se o desenvolvimento e aplicação de um produto educacional do tipo jogo pedagógico poderia promover o aprendizado de matérias relacionadas ao Direito do Consumidor e ao Consumo Responsável, para os(as) estudantes do Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA do *Campus* Porto Alegre.

Nesse trajeto, delinearão-se os seguintes objetivos específicos: identificar se e como são abordadas as temáticas Direito do Consumidor e Consumo Responsável no Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA do *Campus* Porto Alegre; identificar os conhecimentos prévios dos estudantes sobre esses conteúdos; identificar as principais formas de promover o aprendizado nos conceitos de Direito do Consumidor e Consumo Responsável com a utilização de jogos pedagógicos; elaborar um produto educacional que aja como promotor de aprendizagem dos conceitos de Direito do Consumidor e Consumo Responsável; e aplicar e avaliar o potencial do produto educacional como ferramenta promotora do ensino nas temáticas propostas.

Assim, este trabalho buscou responder ao seguinte problema de pesquisa: Como promover a aprendizagem de Direito do Consumidor e a reflexão sobre Consumo Responsável em estudantes jovens e adultos de Ensino Médio Integrado ao Curso Técnico em Administração por meio de um jogo pedagógico?

O interesse em desenvolver a pesquisa e a aplicação do produto educacional junto aos alunos de um curso técnico integrado na modalidade PROEJA se deu pelo fato de que os temas Direito do Consumidor e Consumo Responsável possuem íntima relação com o cotidiano das pessoas, tanto no campo profissional quanto no campo

pessoal. Isso se aplica aos jovens e adultos que são o público típico da EJA.

Ainda, justifica-se a relevância dessa investigação pela aderência do assunto à realidade dos (as) estudantes do PROEJA, e o potencial de transformação social do conhecimento adquirido de modo integrado e interdisciplinar, contribuindo para uma formação integral dos(as) estudantes, com vistas ao pleno desenvolvimento de suas potencialidades.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O DIREITO DO CONSUMIDOR E O CONSUMO RESPONSÁVEL

O sociólogo polonês Zygmunt Bauman cunhou o termo “modernidade líquida”, para descrever o período que se iniciou após a Segunda Guerra Mundial (segunda metade do século XX) e que se estende até os dias atuais. Esse período também é classificado como a pós-modernidade – termo utilizado por outros autores.

Para Bauman (2001), a transformação nas relações sociais, econômicas e de produção, desencadeadas pela globalização, criaram uma realidade de incertezas, com a substituição da coletividade pelo individualismo. Nesse contexto, com a evolução do capitalismo, as pessoas são transformadas em mercadorias, pois elas passam a valer na medida do que consomem, e consomem para estabelecer seu sentimento de pertencimento e identidade.

Muito embora as necessidades de sobrevivência humana sejam relativamente estáveis, novas necessidades, especialmente as relacionadas à satisfação de impulsos morais e de autoidentificação - que também pode ser entendida como “autocomodificação” - são impulsionadas em movimento sempre crescente (BAUMAN, 2012). Em sua obra, Bauman (2011) também pontua a clara diferença entre o consumo e o consumismo, definindo este como um produto social e aquele como uma necessidade⁴.

O consumismo atual, de acordo com Bauman (2001), já não se encerra na satisfação das necessidades. O que agora move a atividade consumista é algo muito mais poderoso, visto que ainda mais volátil e efêmero: o desejo. Este, por ser uma razão autogerada e autopropelida, não necessita de um motivo para a sua satisfação, pois tem a si mesmo como objeto, estando destinado a permanecer insaciável.

Nesse cenário, fenômenos como a obsolescência programada ou embutida, na qual a durabilidade de um produto é reduzida propositalmente para que outro seja adquirido o quanto antes, e campanhas de marketing que focam na constante substituição dos produtos, são reflexos da sociedade hiperfocada no consumo (BAUMAN, 2008).

Outra das estratégias apontadas por Bauman como propulsora do consumismo é a do marketing da escassez, na qual os apelos são no sentido de fazer com que se

⁴ A diferença entre os conceitos foi abordada de modo mais aprofundado no artigo produzido em conjunto com a orientadora, presente no Apêndice F.

consoma imediatamente, no afã de não desperdiçar o que soa como uma oportunidade única (BAUMAN, 2008). Esse estímulo ao excesso, seja pelas campanhas agressivas de marketing, seja pelo impulso consumista, aliado à excessiva oferta de crédito, leva a população a realizar compras que estão acima de suas possibilidades, que por consequência leva ao endividamento cada vez maior.

Convergindo entendimentos, o campo do Direito, mais especificamente do Direito do Consumidor, também faz uma reflexão sobre a sociedade de consumo. Para Grinover et al. (2019, p. 63):

A sociedade de consumo, ao contrário do que se imagina, não trouxe apenas benefícios para os seus atores. Muito ao revés, em certos casos, a posição do consumidor, dentro desse modelo, piorou em vez de melhorar. Se antes fornecedor e consumidor encontravam-se em uma situação de relativo equilíbrio de poder de barganha (até porque se conheciam), agora é o fornecedor (fabricante, produtor, construtor, importador ou comerciante) que, inegavelmente, assume a posição de força na relação de consumo e que, por isso mesmo, “dita as regras”. E o Direito não pode ficar alheio a tal fenômeno.

Tartuce e Neves (2020), assim como Bauman (2001), corroboram a ideia de que a sociedade de consumo integra o fenômeno da chamada pós-modernidade. Na esfera jurídica, esse fenômeno é identificado por fatores como a globalização, o pluralismo representado pelas liberdades dos sujeitos e a valorização dos direitos humanos, e a hipercomplexidade das situações tuteladas pelo Direito.

Esses fatores conjugados passaram a originar situações fáticas para o Direito nas quais nem sempre é fácil identificar quem está certo ou errado, e essa definição passou a depender cada vez mais da interpretação individual, no caso concreto.

De acordo com Grinover et al. (2019), o mercado, pela sua característica, não consegue apresentar mecanismos eficientes para a superação ou mesmo a mera mitigação das vulnerabilidades inerentes às relações de consumo. Por isso é essencial que o Estado atue por meio dos três poderes: o Legislativo na formulação das normas, o Executivo na implementação dessas normas, e o Judiciário na resolução de conflitos.

O Direito do Consumidor, no Brasil materializado pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) da Lei 8.078/90, pode ser considerado uma norma pós-moderna padrão⁵, pois revê conceitos antigos do Direito Privado, e representa o resgate de

⁵ As normas pós-modernas padrão são aquelas que, revendo conceitos prévios, adaptam-se às novas realidades, com a valorização dos direitos humanos e das liberdades (TARTUCE; NEVES, 2020).

valores sociais, sendo uma típica norma de proteção de vulneráveis.⁶ Pode-se dizer, inclusive, que o Direito do Consumidor é uma espécie de antídoto para os excessos cometidos na sociedade de consumo, pois prevê reduzir as desigualdades e buscar o equilíbrio nas relações entre fornecedores e consumidores (TARTUCE; NEVES, 2020).

E por ser de tamanha importância e representar um instrumento eficiente na defesa dos direitos é que se buscou desenvolver a pesquisa para a elaboração de um jogo pedagógico que pudesse auxiliar no aprendizado dos temas relacionados ao Direito do Consumidor, expressos no CDC.

Num outro aspecto, a Educação Financeira surge, além do Consumismo, como um tema necessário para ser trabalhado no jogo pedagógico, no eixo do Consumo Responsável. Isso se dá pela situação de alto endividamento das famílias: atingidas pela desigualdade social, vivendo na era do hiperconsumo, e tendo acesso facilitado ao crédito das mais variadas formas.

A finalidade dos bancos, de acordo com Bauman (2010) é fazer das pessoas devedores, pois aqueles que se negam a gastar o dinheiro que não têm, deixando de tomar empréstimos, são inúteis para aqueles que desejam emprestar, bem como os que (seja por prudência ou orgulho) tentam pagar suas dívidas dentro de seus respectivos prazos. Assim, para manter seus gordos lucros, bancos e empresas de crédito confiam mais com o "serviço" eterno das dívidas do que com o pagamento imediato. O "devedor ideal" é aquele que nunca consegue pagar todas as suas dívidas, em um ciclo que se auto-alimenta (BAUMAN, 2010).

O estado de superendividamento é fomentado pelos bancos que chegaram em suas metas: criar uma massa de perpétuos devedores e autoperpetuar este "estado de dívida", pois a contração de novas dívidas torna-se a única maneira de abater dívidas previamente adquiridas. Atualmente, entrar neste rol de devedores é extremamente fácil, e sair dele, nada menos do que árduo. Todas as pessoas passíveis de ser transformadas em devedores, bem como muitos outros que não podiam e nem deviam ser estimulados a pedir empréstimos já fazem parte da massa devedora, atraídos das mais diversas maneiras (BAUMAN, 2010).

Nesse compasso, a educação financeira também emerge como uma ferramenta de defesa, de modo a coibir, através da informação, que comportamentos

⁶ Um breve histórico do Direito do Consumidor no Brasil pode ser localizado no conteúdo do artigo produzido em conjunto com a orientadora durante a pesquisa, que consta do Anexo F.

e atitudes venham a prejudicar ainda mais a situação de endividamento das pessoas. Por isso no eixo do jogo pedagógico correspondente ao Consumo Responsável, incluíram-se desafios com ênfase na educação financeira.

2.2 O JOGO E A APRENDIZAGEM

Brougère (2002) afirma que o jogo é caracterizado por seu abastado potencial de conteúdos culturais e de possibilidades de construção e transformação dos conteúdos, e não somente por sua aplicabilidade na educação. No entanto, a interação por meio de símbolos destes conteúdos, promovida pelo prazer lúdico, pode trazer consigo a aprendizagem, de maneira intencional ou não, formal ou não. A diversão causada pelo jogo possui grande potencial de educação informal, variando sua força de acordo com o ocorrido durante o jogo, que será sempre diferente para cada um dos participantes (BROUGÈRE, 2002).

Para Soares e Rezende (2019), jogos pedagógicos são um tipo de jogo educativo formalizado, que pode ensinar por si só, sem a necessidade de aulas prévias. Nas palavras dos autores:

No entanto, os jogos educativos utilizados em ambientes formais de ensino, como as salas de aula, são chamados de jogos educativos formalizados. Estes, por sua vez, podem ser pedagógicos, ou seja, abordam o conteúdo sem a necessidade de aulas prévias e funcionam como uma ferramenta de ensino e também podem ser didáticos, ou seja, são utilizados como reforço de algum conteúdo já ministrado. (SOARES; REZENDE, 2019, p. 749)

Nesse sentido, o jogo elaborado por meio da pesquisa desenvolvida pode ser considerado um jogo pedagógico, pois o aprendizado dos temas pode ser alcançado simplesmente por meio do jogo, sem que os conteúdos tenham sido ministrados previamente. Por isso mesmo, na composição dos elementos do jogo, foi incluído um Manual de Apoio (Apêndice A), que contém as fontes e as referências para os conteúdos trabalhados no jogo.

Na perspectiva de se utilizar um jogo pedagógico para o ensino de Direito, Huizinga (2000) não tem dúvidas quanto à relação que pode ser estabelecida entre o jogo e o direito, pois os rituais típicos dos tribunais, aliados ao conflito e à competitividade podem ser considerados um tipo de jogo com caráter quase sagrado. Têm-se que:

Quem diz competição, diz jogo. Conforme já vimos, não há razão alguma para recusar a qualquer tipo de competição o caráter de um jogo. O lúdico e o

competitivo, elevados àquele plano de seriedade sagrada que toda sociedade exige para sua justiça, continuam ainda hoje sendo perceptíveis em todas as formas da vida jurídica (HUIZINGA, 2000, p. 88).

Em prol da objetividade, característica importante em aulas para alunos na modalidade PROEJA, cujo tempo de aula é mais enxuto, elegeu-se desenvolver um jogo do tipo *Quiz*, de perguntas e respostas. No entanto, o jogo foi planejado de modo a conter pequenas narrativas, inspiradas no RPG (*Role Playing Game*), para que se estabeleça um jogo de interpretação, no qual cada equipe, alternando os jogadores e os papéis, precisará buscar a resolução de um conflito ou uma resposta para o seu dilema ou dúvida.

Como o objeto da pesquisa está centrado no desenvolvimento de um jogo pedagógico para promover o aprendizado utilizando-se os elementos interpretativos típicos de um jogo de RPG, é necessário que se destaquem algumas teorias de aprendizagem que se harmonizem com o assunto, como a teoria sociocognitivista de Lev Vygotsky. Alguns aspectos da teoria de Vygotsky aplicáveis aos jogos foram apresentados no artigo produzido em conjunto com a orientadora, apresentado no Apêndice G.

Para Vygotsky, o contexto social e cultural é determinante para a compreensão do aprendizado ou desenvolvimento cognitivo, que não ocorre de forma isolada. Um dos pilares da teoria de Vygotsky é o entendimento de que é a partir das interações sociais que surgem os processos mentais superiores. Além disso, Vygotsky afirma que o verdadeiro entendimento só pode ser promovido por meio da compreensão dos instrumentos e signos que intermedeiam os processos mentais (MOREIRA, 1999).

Por isso, inserir elementos interpretativos típicos do RPG no jogo pedagógico estimula a interação social e estimula a promoção do aprendizado por meio dos processos mentais superiores. O desafio representado pela interpretação dos papéis, aliado à interatividade no contexto narrativo da situação-problema, em papel ativo e não passivo, alcançam um nível mais elevado de desenvolvimento.

A utilização da linguagem – que constitui um sistema de signos – como mediadora da interação homem-ambiente promove o desenvolvimento individual através da interação sócio-cultural (VYGOTSKY, 1991). No caso do jogo pedagógico desenvolvido, a linguagem exerce papel crucial, pois o jogo se baseia na narrativa que se constrói a partir das situações-problema. Destaca-se que a dinâmica do jogo permite que cada estudante tenha a oportunidade de se manifestar verbalmente, pois

as equipes podem – e devem – variar os alunos que farão a encenação da situação simulada.

Além da teoria de Vygotsky, deu suporte à pesquisa a teoria crítica de Paulo Freire, já abordada neste trabalho e também nos artigos produzidos em conjunto com a orientadora durante a pesquisa, presentes nos Apêndices F e G.

Nesse sentido, a proposta de produto educacional contempla a simulação de situações cotidianas, ligadas à aquisição de produtos e serviços, nas quais se identifica algum desequilíbrio na relação de consumo. A partir dessa problematização é que se apresentam as possibilidades de resolução, na construção dos caminhos para a resolução da situação e também para a busca dos direitos, como instrumento de cidadania.

Durante o percurso do jogo são também apresentados, no tema Consumo Responsável, outras situações-problema com conceitos relacionados aos apelos do Consumismo, à Educação Financeira e ao Desenvolvimento Sustentável. Esses elementos se interconectam com o Direito do Consumidor, no panorama da interdisciplinaridade.

3 METODOLOGIA

Para a realização desse estudo de finalidade aplicada utilizou-se o método de abordagem de natureza qualitativa. De acordo com Minayo (2002), esse tipo de abordagem permite a interpretação dos fenômenos de modo subjetivo, com a perspectiva de extrair significados, motivos, crenças e atitudes a partir do objeto de estudo.

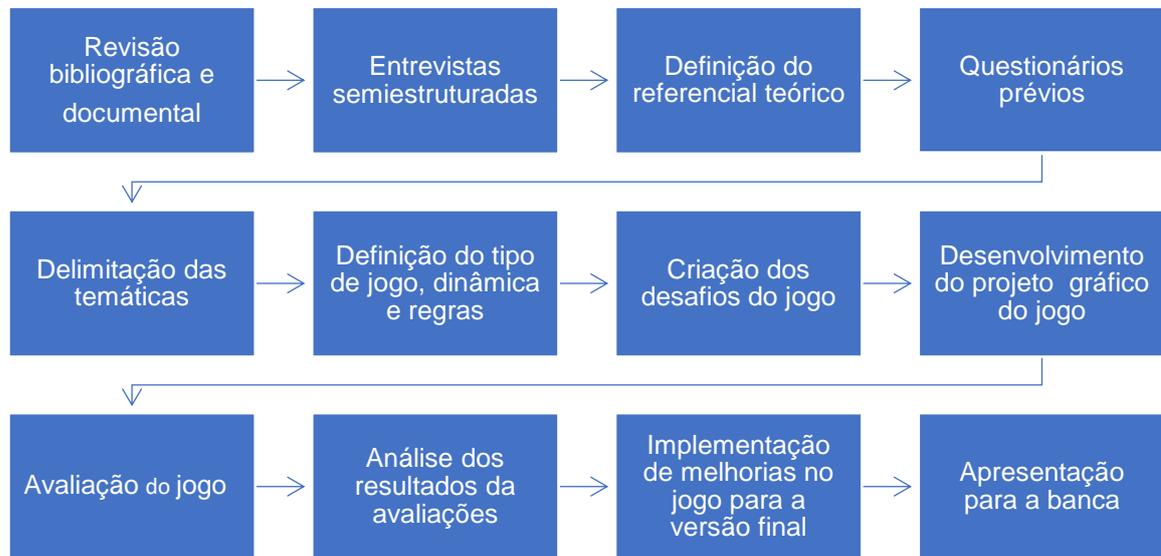
Segundo Marconi e Lakatos (2011) a preocupação do método qualitativo reside na análise e interpretação de aspectos mais profundos, na descrição da complexidade do comportamento humano. Esse método faz com que investigações, hábitos, atitudes e tendências de comportamento, dentre outras, possam ser analisadas mais detalhadamente.

Foi realizado por meio do procedimento de estudo de caso junto ao Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA do *Campus* Porto Alegre. Seu objetivo foi investigar se o desenvolvimento e aplicação de um produto educacional do tipo jogo pedagógico poderia promover o aprendizado da matéria relacionada ao Direito do Consumidor e Consumo Responsável. Para isso, foi desenvolvido um produto educacional do tipo jogo pedagógico concreto.

O presente estudo obedeceu aos preceitos éticos das Resoluções 466/12 e 510/16 do Conselho Nacional de Saúde, tendo sido submetido o projeto da pesquisa à Plataforma Brasil, com a aprovação pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) do IFRS (Anexo B).

A pesquisa contou com três fases: fase exploratória, fase de desenvolvimento do produto educacional e fase de avaliação do produto educacional. O fluxograma a seguir apresenta a sequência das etapas da pesquisa.

Figura 1 – Etapas da pesquisa



Fonte: elaborado pela autora.

3.1 FASE EXPLORATÓRIA

A fase exploratória contemplou: revisão bibliográfica e documental; entrevistas semiestruturadas a partir de roteiro de questões (Apêndice C) realizadas com docentes do curso objeto do estudo de caso; a definição do referencial teórico; e a aplicação de questionários prévios (Apêndice D) para a sondagem de conteúdos com alunos do curso.

Durante toda essa primeira fase realizou-se ampla pesquisa bibliográfica e documental, com base em obras relacionadas aos temas e análise da legislação brasileira relativa ao Direito do Consumidor. Sobre a pesquisa bibliográfica, Marconi e Lakatos (2003, p. 183) afirmam:

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. [...].

A revisão bibliográfica incluiu a consulta a obras de, dentre outros, autores como: Demerval Saviani, consoante à perspectiva do trabalho como princípio educativo; Ronaldo Marcos de Lima Araújo e Gaudêncio Frigotto, quanto às concepções de ensino integrado; Paulo Freire e Jaqueline Moll no que diz respeito à

educação de jovens e adultos; Huizinga, Brougère e Soares e Rezende no que concerne a jogos; Lev Vygotsky e Paulo Freire quanto às teorias de aprendizagem. Sobre o Direito do Consumidor, Tartuce e Neves; e Grinover et. al.

Também foi realizado o mapeamento da produção acadêmica, através de uma revisão sistemática de teses e dissertações da CAPES que tivessem como foco o ensino dos temas: Direito do Consumidor e Consumismo/Consumo Responsável. Quanto ao Consumo Responsável, localizaram-se temas transversais como o Consumismo/Consumo e a Educação Financeira.

Analisaram-se as abordagens metodológicas, os principais autores, os objetivos e os resultados das pesquisas. Desse mapeamento resultou a produção de um artigo em conjunto com a orientadora, cujo título é “Direito do consumidor e consumismo: uma revisão sistemática da literatura na área de ensino”, que foi submetido à uma revista científica, se encontrando no momento em fase de avaliação pelos pares.

Os principais resultados desse levantamento apontaram para o fato de haver escassez de pesquisas voltadas ao ensino de Direito do Consumidor. E, muito embora tenham sido localizados trabalhos cujo foco era o ensino de temas como o consumismo, consumo e a educação financeira, que poderiam ser considerados subtemas dentro do eixo Consumo Responsável, esses assuntos não eram apresentados de modo integrado ao Direito do Consumidor, em nenhuma das pesquisas. Maiores detalhes dos resultados desse levantamento podem ser verificados no artigo, presente no Apêndice F.

Nessa fase também foram realizadas entrevistas semiestruturadas com roteiro prévio (Apêndice C) com seis docentes. As entrevistas tiveram seu áudio gravado e posteriormente transcrito. A seleção de amostra se deu pela escolha de docentes cujas disciplinas ministradas guardam identidade com os temas propostos. Assim, foi possível investigar se as temáticas relativas ao Direito do Consumidor e ao Consumo Responsável são abordadas pelos(as) docentes do Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA, e de que modo se dá essa abordagem. Buscou-se, assim, atender ao primeiro objetivo da pesquisa. Gil (2008, p. 109) define entrevista como:

[...] a técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que interessam à investigação. A entrevista é, portanto, uma forma de interação social. Mais

especificamente, é uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação.

Os(as) docentes que concordaram em participar da pesquisa foram entrevistados no *Campus* Porto Alegre no segundo semestre de 2019, em local exclusivo para esse fim, em dia, hora e local combinados antecipadamente. Antes da realização das entrevistas foi entregue o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE (Apêndice B) que, após ciência de seu conteúdo, foi assinado pelos participantes.

A análise qualitativa dos dados produzidos por meio das entrevistas foi realizada por meio da utilização do método de análise de conteúdo (MORAES, 1999). Esta técnica, de acordo com Marconi e Lakatos (2003, p. 223), “[...] permite a descrição sistemática, objetiva e quantitativa do conteúdo da comunicação; [...] e podem ser utilizados para “extrair generalizações com o propósito de produzir categorias conceituais que possam vir a ser operacionalizadas em um estudo subsequente [...]” (MARCONI; LAKATOS, 2003, p.188).

Foi analisado o conteúdo das respostas obtidas nas entrevistas com os(as) docentes para identificar a existência de abordagem dos temas Direito do Consumidor e Consumo Responsável nas disciplinas do Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA.

Com base nessa análise, foi elaborado um questionário de sondagem de conhecimentos prévios dos(as) alunos(as) do Curso (Apêndice D). Gil (2002, p. 114) define questionário como “um conjunto de questões que são respondidas por escrito pelo pesquisado”. Acrescentam Marconi e Lakatos (2017, p. 109) que o questionário é “constituído por uma série de perguntas que devem ser respondidas sem a presença do pesquisador”.

Havia a previsão de que aplicação desse questionário fosse realizada em sala de aula. No entanto, em decorrência da pandemia de coronavírus - e a consequente suspensão das atividades presenciais em todo o IFRS a partir de março de 2020 – foi necessário adaptar a forma de aplicação deste questionário, tendo sido encaminhado por meio do *Google Forms*.

Desse modo, contatou-se por e-mail a Coordenação do Curso, que por sua vez encaminhou o link com o questionário aos alunos, que estavam em regime de atividades remotas, realizando as Atividades Pedagógicas Não Presenciais (APNPs). Houve a participação de 8 respondentes, alunos do Curso Técnico em Administração

integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA do *Campus* Porto Alegre, de semestres variados. O questionário também incluiu o aceite prévio do respondente ao Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice B).

3.2 FASE DE DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO EDUCACIONAL

A fase de desenvolvimento do produto educacional compreendeu: o estabelecimento das teorias de aprendizagem mais adequadas ao objetivo; a delimitação dos tópicos abordados no jogo e a definição do tipo de jogo pedagógico, sua dinâmica e suas regras; e o desenvolvimento do jogo pedagógico.

Os jogos, de modo geral, representam uma oportunidade ímpar de interação social. Desse modo, buscaram-se teorias de aprendizagem em que a interação social fosse elemento chave. Assim, as teorias de Vygotsky e Freire deram o suporte teórico necessário a esse aspecto.

A escolha dos temas que comporiam as situações-problema do jogo foi determinada, em grande parte, pelo resultado das análises das entrevistas com os(as) docentes, que contribuiu enormemente para uma percepção mais abrangente das dificuldades mais presentes entre os estudantes.

O formato do jogo pedagógico foi escolhido levando-se em conta a objetividade de um jogo tipo *Quiz* (perguntas e respostas), com os elementos interpretativos típicos do RPG. Pensou-se nesse formato pela limitação de tempo que é característica das salas de aula. Por isso também que o jogo foi pensado para ser realizado em rodadas, sendo possível que o(a) professor(a) determine previamente o número de rodadas necessárias para finalizar o jogo. Nas regras variáveis, foi incluída a opção de o(a) professor(a) escolher caso queira trabalhar apenas uma das matérias (retirando as cartas pares ou ímpares).

A idealização do jogo se deu a partir dos desenhos das imagens do tabuleiro e seus locais (Casa, Farmácia, Loja, Banco, Supermercado e Oficina/Posto de Gasolina) e do desenho dos ícones representativos dos locais para o tabuleiro e para as cartas-pergunta e cartas-resposta.

Depois, foi realizado o levantamento de questões de Direito do Consumidor que tivessem identidade com a realidade do público-alvo, para compor os 18 desafios desse eixo. Do mesmo modo, pesquisaram-se temas e situações-problema relacionados ao consumismo, à educação financeira e ao desenvolvimento

sustentável para constituir os 18 desafios do eixo Consumo Responsável. Foram idealizados 36 desafios no total, 6 para cada local.

Essa etapa demandou extensa pesquisa, especialmente em publicações de órgãos relacionados à defesa do consumidor como o PROCON e o IDEC, e também de entidades como o Banco Central, SERASA, e Febraban. As fontes consultadas para a composição do Manual de Apoio, com as soluções para os desafios, constam na parte de referências do manual, presente no Apêndice A.

Por fim, foram impressos os elementos do jogo para testar se os tamanhos e fontes estariam adequados, tendo-se sempre em mente a facilidade para a utilização nas instituições de ensino e demais espaços de educação formais e não formais.

3.3 FASE DE APLICAÇÃO DO PRODUTO EDUCACIONAL

A fase de aplicação/avaliação do produto precisou ser adaptada à realidade da pandemia, tendo ficado restrita à avaliação por meio de questionário no *Google Forms* (Apêndice E), por docentes atuantes em Cursos Técnicos integrados ao Ensino Médio na Modalidade PROEJA no IFRS, às(os) quais foi enviado o jogo pedagógico físico.

Para a elaboração das questões que fizeram parte do questionário de avaliação, utilizou-se como base a teoria de Leite (2018).

Assim, o questionário foi dividido em 4 eixos avaliativos: a) Estética e organização do produto educacional; b) Estilo de escrita apresentado no produto educacional; c) Conteúdo do produto educacional, e d) Aplicabilidade e relevância pedagógica do produto educacional.

Após o recebimento do jogo pedagógico, os(as) professores(as) avaliadores(as) foram convidados(as) a responder ao questionário de avaliação do produto educacional, encaminhado por e-mail via link do *Google Forms*. O questionário também foi precedido do aceite no TCLE.

Com os resultados obtidos nas respostas aos questionários de avaliação e também pelo teor das críticas e sugestões encaminhadas pelos(as) avaliadores(as), promoveram-se alterações no jogo pedagógico no intuito de aperfeiçoá-lo para a futura utilização.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS COM OS(AS) DOCENTES

O resultado da análise do conteúdo das entrevistas dos(as) professores(as) compôs o recorte de pesquisa que resultou na escrita, em conjunto com a orientadora, de um artigo para a publicação como capítulo de livro intitulado “Jogo pedagógico para o ensino de direito do consumidor e consumo responsável: uma análise de conteúdo das entrevistas de professores(as) do ensino médio técnico na modalidade PROEJA”. Foi publicado como o Capítulo 9 do livro “Educação Profissional e Tecnológica: Práticas, Organização e Memórias”.⁷ Esse artigo também está presente neste trabalho, como o Apêndice G.

Com os resultados dessa análise, evidenciou-se o fato de que os assuntos Direito do Consumidor e Consumo Responsável são relevantes e se relacionam com as disciplinas do Curso Técnico de Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA do *Campus* Porto Alegre do IFRS.

Ressalta-se no entanto, que não foi possível realizar a entrevista com o(a) professor(a) da disciplina de Direito I, o que transpareceu nos resultados, que apontaram para o fato de que o Direito do Consumidor quase não é abordado nas demais disciplinas dos(as) professores(as) entrevistados(as). Percebeu-se, no entanto, que os assuntos atinentes ao Consumo Responsável se apresentam com mais regularidade, inclusive com temas transversais, como o consumismo e a educação financeira.

Na investigação sobre a prévia utilização de jogos ou dinâmicas lúdicas por parte dos(as) docentes como adjuvantes no processo de ensino, observou-se que a totalidade dos(as) entrevistados(as) já havia lançado mão de recursos pedagógicos dessa espécie previamente em suas experiências em sala de aula. Inclusive foram relatados exemplos de situações nas quais a receptividade dos alunos foi extremamente positiva, motivando tanto alunos(as) quanto professores(as).

A maioria dos(das) entrevistados(as) afirmou ter interesse em utilizar o jogo pedagógico em suas disciplinas pelo seu potencial lúdico, por representar uma possibilidade de inovar como recurso pedagógico e pela aproximação das situações

⁷ Livro disponível em: <https://poisson.com.br/2018/produto/educacao-profissional-e-tecnologica-praticas-organizacao-e-memorias/>

fictícias propostas pelo jogo com a realidade dos estudantes.

Durante as entrevistas, alguns assuntos com potencial educativo foram levantados pelos(as) professores(as). Temas como a obsolescência programada, a diferença entre o consumo e o consumismo, a questão do endividamento - que foram considerados relevantes - foram incluídos nas questões para a sondagem dos conhecimentos prévios dos alunos, no questionário pré-jogo (Apêndice D).

4.2 ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS PRÉ-JOGO

No intuito de realizar uma sondagem dos conhecimentos prévios dos alunos e com base no levantamento de tópicos que surgiram a partir das entrevistas com os(as) docentes, foi elaborado um questionário com 5 questões relacionadas ao Direito do Consumidor e 5 questões relativas ao Consumo Responsável.

Em razão da pandemia, fez-se necessário adaptar a aplicação dos questionários pré-jogo, aplicando-os aos (às) discentes por meio de formulário do *Google Forms* (Apêndice D). Em um primeiro momento, foram encaminhados os links para professores(as) do 1º e 2º semestres do Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio do *Campus* Porto Alegre na modalidade PROEJA.

No entanto, com a intenção de se obterem mais respostas para o questionário, em razão da baixa adesão inicial (apenas 5 respostas) foi estendido o convite a todos os estudantes do curso. Mesmo assim, foram obtidas as respostas de apenas 8 estudantes no total.

A idade dos respondentes variou de 30 a 52 anos, sendo que a média de idade deste grupo ficou em 42,75 anos. A média de idade se revelou um fator importante na constatação de que o jogo pedagógico precisaria ser pensado com situações do cotidiano direcionado a esse público, já inserido no mundo do trabalho. Também, que precisaria ser levada em consideração a estética do jogo, para que fosse adequada ao público-alvo.

Obtiveram-se respostas de estudantes do 1º, 2º, 4º e 5º semestres⁸, distribuídos de acordo com os quantitativos demonstrados no Quadro 1.

⁸ O Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio do *Campus* Porto Alegre do IFRS possui um total de 6 semestres.

Quadro 1 – Distribuição dos respondentes por semestre

Semestre	Quantidade de respondentes
1º	3
2º	2
3º	0
4º	1
5º	2
6º	0

Fonte: elaborado pela autora.

O que precisa ser levado em consideração ao analisarem-se os quantitativos de alunos dos variados semestres, é que boa parte dos respondentes, 5 deles, já haviam cursado ou estavam cursando a disciplina que aborda o Direito do Consumidor, o que pode ter favorecido os resultados quanto ao número de acertos. Conforme o Projeto Pedagógico, a matriz curricular do Curso prevê para o 2º semestre a disciplina “Direito I”, cuja ementa inclui o Direito do Consumidor.

Ressalta-se que o questionário aplicado (Apêndice D) possuía 5 questões de Direito do Consumidor – numeradas no questionário com os números 5 a 9 – e 5 questões de Consumo Responsável – numeradas no questionário como as questões 10 a 14.

No Quadro 2 está disposto o número de acertos e erros registrados pelos estudantes para as 5 questões de Direito do Consumidor, separados por questão.

Quadro 2 – Quantidades de acertos e erros de Direito do Consumidor

Questões	Assinalaram a alternativa correta	Assinalaram a alternativa incorreta
Questão 5	3	5
Questão 6	2	6
Questão 7	6	2
Questão 8	5	3
Questão 9	8	0

Fonte: elaborado pela autora.

Analisando-se o número de erros e acertos em relação ao Direito do Consumidor, verifica-se que, no que tange às questões 5 e 6, a maioria dos estudantes optou por uma alternativa incorreta, o que demonstra um desconhecimento importante da matéria abordada nas questões.

Em uma análise mais minuciosa, observou-se que na Questão 5 – que abordava o prazo para o direito de arrependimento por compras realizadas fora do estabelecimento comercial, apenas 3 estudantes responderam corretamente, assinalando o prazo de 7 dias. Nas demais respostas, 3 estudantes acreditaram ser 10 dias a resposta correta e 2 estudantes pensaram ser 30 dias o prazo correto. Destaque-se que a perda do prazo impede que o consumidor exerça esse direito.

Na Questão 6 – que tratava do período de garantia, apenas 2 estudantes tinham o conhecimento prévio de que a garantia legal é somada à garantia contratual, que para o exemplo dado na questão, totalizaria 15 meses. Todos os demais – 6 respondentes – assinalaram o período de 12 meses. Ou seja: em uma situação parecida, a maioria deles nem sequer reivindicaria o seu direito, por julgar que o período de garantia já havia expirado.

Justifica-se, pelo exposto acima, que o jogo tenha mantido a abordagem dos assuntos das questões 5 e 6, pela importância do conhecimento dos prazos corretos para a reivindicação dos direitos do consumidor.

Já para as questões 7 e 8, muito embora a maioria dos respondentes tenha optado pela alternativa correta, ainda houve um quantitativo importante de estudantes - 2 e 3, respectivamente - que não souberam responder adequadamente. Apenas a questão 9 teve como resultado o acerto da totalidade dos alunos.

Observando-se individualmente os resultados, percebeu-se que na Questão 7 – que versava sobre a venda casada, 6 estudantes conheciam o termo. Nas respostas incorretas, 1 estudante assinalou a alternativa que indicava o termo “venda dupla” e 1 estudante respondeu que a prática se chamaria “venda conjunta”. Embora a terminologia em si aparente não representar um problema, é importante que o estudante/consumidor conheça o termo, até mesmo para questionar o vendedor/prestador de serviços e identificar corretamente a prática abusiva na busca de seus direitos.

O conhecimento relativo aos conceitos de propaganda enganosa/abusiva foi verificado na Questão 8. A maioria, 5 discentes, assinalou de modo correto, identificando-a como enganosa somente. No entanto, 3 das respostas demonstraram não haver clareza da diferença entre os conceitos de propaganda enganosa e abusiva, pois foi assinalada pelos outros 3 participantes a opção “a”, que classificava a situação exemplificada como enganosa e abusiva. A diferenciação desses conceitos é importante, pois auxilia a identificar as mais variadas formas em que estes podem

se apresentar, incluindo publicidade abusiva infantil e a publicidade abusiva discriminatória, que podem ser bastante sutis.

Assim, tanto o conteúdo da Questão 7, quanto o conteúdo da Questão 8 foram também incluídos no jogo, para que houvesse uma apropriação das terminologias corretas para essas diferentes práticas.

A Questão 9 – que trazia a questão sobre a necessidade de aceite ao orçamento prévio à realização de serviços, caracterizando prática abusiva caso contrário, obteve respostas corretas de todos os estudantes. Mesmo assim, optou-se por manter a abordagem desse aspecto no jogo, pois não é possível determinar se com uma amostra maior, com mais respondentes, todos teriam esse conhecimento.

No geral, ficou evidenciado que as questões de Direito do Consumidor, que haviam sido elaboradas com base em situações cotidianas bastante corriqueiras, não são de conhecimento dos alunos de modo integral, apenas parcialmente, o que justifica o enfoque acentuado nesse aspecto para o desenvolvimento do jogo pedagógico.

Dessa forma, manteve-se a ideia inicial de fazer com que um dos eixos do jogo (os desafios das cartas 1, 3 e 5) tratasse exclusivamente de questões de Direito do Consumidor, justamente pela importância de difundir esse conhecimento, crucial para defesa desses direitos.

Por ser um tema mais abrangente, as 5 questões relacionadas com o Consumo Responsável – numeradas de 10 a 14 no questionário - abordavam o Consumismo (2 questões), a Educação Financeira (2 questões) e o Desenvolvimento Sustentável (1 questão). No Quadro 3 visualizam-se os resultados das respostas ao questionário quanto às questões sobre o Consumo Responsável, separados por questão.

Quadro 3 - Quantidades de acertos e erros – Consumo Responsável

Questões	Assinalaram a alternativa correta	Assinalaram a alternativa incorreta
Questão 10 (C)	7	1
Questão 11 (C)	5	3
Questão 12 (DS)	5	3
Questão 13 (EF)	2	6
Questão 14 (EF)	5	3

Legenda: C= Consumismo DS= Desenvolvimento Sustentável EF= Educação Financeira
Fonte: Elaborado pela autora

Sintetizando-se os dados, observa-se que a maioria dos respondentes escolheu as alternativas corretas para as questões 10, 11, 12 e 14. Na Questão 10, apenas 1 estudante assinalou a alternativa incorreta. Por outro lado, identificou-se que 3 dos 8 estudantes não souberam responder corretamente as Questões 11, 12 e 14. E apenas 2 dos estudantes acertaram a alternativa da Questão 13, com 6 respostas equivocadas.

De fato, na Questão 10, que abordava a diferença entre o consumo e o consumismo, 1 dos participantes demonstrou desconhecer a diferença entre os conceitos. Na Questão 11, que versava sobre o conceito de obsolescência programada, 3 estudantes assinalaram o termo “substituição programada”. Optou-se por manter desafios no jogo com esses assuntos, pois a correta percepção dos termos auxilia na compreensão de mundo e no olhar crítico sobre a realidade, até mesmo para refletir e questionar as atitudes do próprio estudante e das pessoas ao seu redor.

Na Questão 12, que testava o conhecimento dos estudantes sobre os pilares do desenvolvimento sustentável, verificou-se que, similarmente à questão anterior, 3 estudantes demonstraram não estar familiarizados com o tema, pois 2 deles responderam incorretamente, considerando o desenvolvimento tecnológico como um dos pilares, em lugar do desenvolvimento econômico, que seria o correto. Isso denota o quanto há o desconhecimento da população em geral sobre temas como o desenvolvimento sustentável.

O conhecimento no tocante aos conceitos de Orçamento Doméstico e Planejamento Financeiro foram testados na Questão 13. Dos 8 participantes, 6 marcaram alternativas incorretas, demonstrando uma percepção equivocada. Destes, 3 demonstraram entender o Orçamento Doméstico apenas como gastos restritos à casa (alternativa “c”) e os outros 3 presumindo que o Orçamento Doméstico considera apenas os custos de mercadorias (alternativa “a”). Novamente, pela análise das respostas evidencia-se uma percepção fragmentada dos conceitos, o que pode prejudicar a organização efetiva de um orçamento doméstico.

Por fim, a Questão 14 testava o entendimento do conceito de crédito e o que este representa. Dos 3 que responderam incorretamente, 2 consideraram que o crédito era apenas um adiantamento, sobre o qual não incidiriam juros ou taxas; os outros 2 responderam que o crédito é um valor a que se tem direito. O fato de não estarem familiarizados com o conceito é algo com potencial danoso, pois se não há entendimento que há juros e taxas na contratação de empréstimos, isso representa

um passo na direção do superendividamento.

De modo geral, observou-se uma dificuldade um pouco maior nas questões de Educação Financeira (Questões 13 e 14). Assim, na elaboração do jogo, ampliou-se um pouco o enfoque, dentro do eixo Consumo Responsável, nas questões com esse tema. Até porque este pode ser considerado como um dos aspectos para a mudança de atitude em relação ao consumismo.

Por isso, alguns desafios do jogo trabalham simultaneamente o consumismo e a educação financeira, pela dificuldade em separar conteúdos tão afins. Exemplo: os desafios nº 2 e nº 6 do Local Banco, que inclusive trazem em suas referências fontes de ambas as temáticas, justamente para promover a reflexão e o diálogo entre os assuntos, como pode ser verificado no Manual de Apoio e Soluções, parte integrante do produto educacional (ANEXO A).

4.3 AVALIAÇÃO DO PRODUTO EDUCACIONAL

Embora estivesse prevista a aplicação do jogo pedagógico em sala de aula, com os estudantes do Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio do *Campus* Porto Alegre, essa opção foi inviabilizada pela situação pandêmica, que manteve todos os *Campi* do IFRS fechados para atividades presenciais.

Por isso, optou-se por realizar a fase de avaliação com docentes que atuassem ministrando as disciplinas que se relacionam com o conteúdo abordado no jogo pedagógico no *Campus* Porto Alegre do IFRS. Para aumentar a base de avaliadores(as), estendeu-se o convite a outros(as) docentes, atuando nos demais *Campi* do IFRS, que também ministram as disciplinas em Cursos Técnicos integrados ao Ensino Médio cuja formação tivesse afinidade com o Curso Técnico em Administração, na modalidade PROEJA. O Curso Técnico em Comércio demonstrou ter essa afinidade. Além disso, foram convidados os(as) coordenadores(as) dos respectivos cursos, pela relevância de sua compreensão da totalidade do processo educativo no âmbito do PROEJA.

Desse modo, a avaliação do jogo pedagógico foi realizada por 6 especialistas: 4 professores(as) doutores(as) e 2 professores(as) mestres(as), que foram contatados por *e-mail* após a indicação dos coordenadores dos cursos. Destes, 3 são atuantes em disciplinas relacionadas à Sociologia, 2 ministram disciplinas da área de Direito e 1 é coordenador(a) de curso.

Para preservar o caráter anônimo da avaliação, esses(as) avaliadores(as) serão identificados utilizando-se os códigos A1, A2, A3, A4, A5 e A6. Ao lado do número, será acrescentada uma das letras D, S ou C, representando os(as) docentes da área do Direito (D), da Sociologia (S) ou Coordenador(a) de Curso (C). Assim, por exemplo, o Avaliador 1, da área de Sociologia estará identificado como A1-S, conforme pode ser verificado no Quadro 4.

Quadro 4 - Avaliadores e áreas de formação e atuação

Avaliador	Tipo de Especialista	Área de formação e atuação
A1-S	Docente	Sociologia
A2-S	Docente	Sociologia
A3-D	Docente	Direito
A4-C	Coordenador(a)	Letras – Língua Portuguesa
A5-S	Docente	Sociologia
A6-D	Docente	Direito

Fonte: Elaborado pela autora

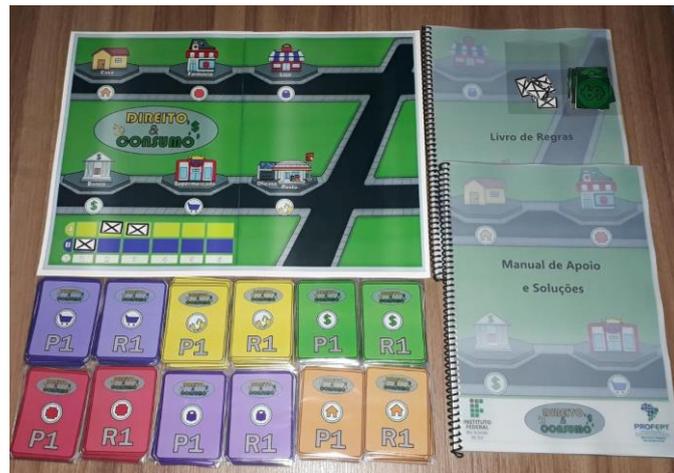
Destaca-se que os(as) docentes que aceitaram participar da pesquisa receberam o jogo pedagógico físico em seus endereços, para que pudessem responder ao questionário de avaliação por meio de link do *Google Forms* (Apêndice E) encaminhado por e-mail, do qual fazia parte integrante o TCLE.

Figura 2 – Jogo pedagógico



Fonte: acervo da autora

Figura 3 – Jogo pedagógico pronto para utilização



Fonte: acervo da autora

O objetivo do questionário elaborado e encaminhado foi a avaliação da potencialidade do produto educacional como ferramenta promotora do aprendizado nos temas trabalhados pelo jogo.

Com base na teoria de Leite (2018), o questionário de avaliação foi dividido em quatro eixos: a) Estética e organização do produto educacional; b) Estilo de escrita apresentado no produto educacional; c) Conteúdo do produto educacional, e d) Aplicabilidade e relevância pedagógica do produto educacional.

Cada eixo apresenta questões objetivas específicas sobre a percepção do(a) avaliador(a) quanto aos aspectos atinentes a esses eixos. O(A) avaliador(a) teve que assinalar para cada questão, uma dentre as três opções disponíveis: sim, não ou parcialmente. Depois das questões de cada um dos eixos, havia um espaço de preenchimento opcional, para que os(as) avaliadores(as) registrassem observações, críticas ou comentários sobre essa seção.

No final do questionário foi deixado um espaço, também de preenchimento opcional, para que os(as) respondentes registrassem quaisquer observações, percepções e sugestões de melhoria para o jogo pedagógico.

Na sequência, serão apresentados os resultados de avaliação de cada uma das categorias, separadas por eixos, questões e tipo de resposta.

4.3.1 Estética e organização do produto educacional – Eixo A

Quadro 5 – Questões do Eixo A

Questões do Eixo A	SIM	NÃO	PARCIALMENTE
1 - De modo geral, quanto à apresentação gráfica e o formato, o jogo pedagógico pode ser considerado adequado ao público-alvo?	6 (todos)	0	0
2 - O visual do jogo pode ser considerado atrativo para o público-alvo?	6 (todos)	0	0
3 - O tamanho do tabuleiro está adequado?	4 (A1-S, A2-S, A5-S e A6-D)	0	2 (A3-D e A4-C)
4 - As imagens contidas no tabuleiro estão adequadas e bem proporcionadas?	3 (A2-S, A5-S e A6-D)	0	3 (A1-S, A3-D e A4-C)
5 - As cores, o tamanho e o design das Cartas-Desafio "P" e "R" estão adequados?	4 (A2-S, A3-D, A4-C e A6-D)	0	2 (A1-S e A5-S)
6 - Os demais elementos do jogo (dado, fichas ponto e fichas X) possuem cores, tamanhos e design adequados?	3 (A1-S, A3-D e A6-D)	0	3 (A2-S, A4-C e A5-S)

Fonte: elaborado pela autora.

De modo geral, a avaliação desse eixo foi positiva, pois nenhum(a) avaliador(a) registrou a inadequação total dos aspectos estéticos e organizacionais, tendo sido obtidas as respostas SIM e PARCIALMENTE para todas as perguntas.

As Questões 1 e 2, que se referem à apresentação gráfica e formato, e à atratividade do visual do jogo, foram todas respondidas positivamente.

O tamanho do tabuleiro (Questão 3) foi apontado como PARCIALMENTE adequado pelos(as) avaliadores(as) A3-D e A4-C. Porém, os(as) avaliadores(as) não registraram justificativa para esse aspecto do jogo.

Em relação à adequação das imagens do tabuleiro (Questão 4), 3 avaliadores registraram como PARCIALMENTE: A1-S, A3-D e A4-C. Na justificativa, apenas o(a) docente A1-S justificou, comentando sobre um espaço ocioso que havia no tabuleiro.

A conformidade das cores, tamanho e design das cartas desafio foram avaliados na Questão 5, e 2 professores(as) assinalaram a resposta PARCIALMENTE: A1-S e A5-S, sendo que este relatou que as cores das cartas dos Locais Supermercado e Loja eram muito parecidas, o que fazia com que fossem confundidas uma com a outra; enquanto aquele apontou que as cartas possuíam fontes muito pequenas, dificultando a leitura pelo público alvo.

Sobre os demais elementos do jogo (fichas e dado), avaliados na Questão 6, os(as) participantes A2-S, A4-C e A5-S os consideraram PARCIALMENTE

adequados, sendo o Avaliador(a) A2-S justificou, sugerindo a inclusão de fichas para marcar os locais já explorados na rodada. O(A) coordenador(a) A4-C justificou a resposta informando da necessidade de haver a possibilidade de imprimir cartas maiores, para pessoas com baixa visibilidade.

Registre-se que em relação à estética e organização do produto educacional, todas as justificativas do(as) avaliadores(as) que registraram críticas e sugestões estão descritas no Quadro 9, juntamente com os apontamentos dos demais eixos.

Relevante destacar o comentário positivo do(a) Avaliador(a) 6 para esse eixo:

Encantei-me com a estética do jogo. Apresenta-se muito bem elaborado, visualmente apropriado, despertando a atenção. Quanto a organização do jogo, bem como os seus elementos tudo está satisfatório para o estudo do conteúdo a que se destina, permitindo relações e associações para ajudar a aliar teoria e prática.

4.3.2 Estilo de escrita apresentado no produto educacional – Eixo B

Quadro 6 – Questões do Eixo B

Questões do Eixo B	SIM	NÃO	PARCIALMENTE
7 - A linguagem do produto educacional está adequada ao público alvo e ao nível de ensino a que se destina?	5 (A1-S, A2-S, A3-D, A4-C e A6-D)	0	1 (A5-S)
8 - A linguagem do produto educacional respeita a diversidade?	6 (todos)	0	0
9 - Os textos apresentados nas cartas - desafio de perguntas e respostas foram escritos em linguagem clara, facilitando a compreensão das problemáticas, de modo a permitir a representação pelos participantes do jogo?	6 (todos)	0	0
10 - O Livro de Regras foi escrito em linguagem clara, facilitando a compreensão das regras do jogo?	5 (A1-S, A2-S, A3-D, A4-C e A6-D)	0	1 (A5-S)
11 - O Manual de Apoio e Soluções é coeso e foi escrito em linguagem clara, facilitando a identificação das respostas aos desafios e permitindo a compreensão dos temas abordados, bem como a consulta às referências?	5 (A1-S, A2-S, A3-D, A4-C e A6-D)	0	1 (A5-S)

Fonte: elaborado pela autora.

No eixo relativo ao estilo de escrita verificou-se que a maioria considerou que o texto utilizado no jogo pedagógico, tanto nas cartas quanto nos materiais textuais que acompanham o jogo, está adequado ao público-alvo e possui linguagem clara.

Mais especificamente, na Questão 7, que abordou a adequação da linguagem ao público alvo e ao nível de ensino que a que se destina, apenas o(a) docente A5-S assinalou a opção PARCIALMENTE, tendo justificado que julgava que os conceitos de Bauman necessitavam de melhor tradução.

As Questões 8 e 9, que versavam sobre o respeito à diversidade na linguagem do jogo e à clareza na escrita dos desafios presentes nas cartas do jogo receberam avaliação positiva de todos(as) os(as) professores(as).

Sobre a clareza da escrita do Livro de Regras (Questão 10), somente o(a) Avaliador(a) A5-S marcou a opção PARCIALMENTE. Na justificativa, percebe-se que houve uma interpretação equivocada das regras do jogo, o que pode ter causado essa marcação.

Novamente o(a) Avaliador(a) A5-S foi o único a marcar a opção PARCIALMENTE na Questão 11, para a clareza e coesão do Manual de Apoio. A justificativa é a mesma da mesma crítica registrada para a Questão 7 acima, com a sugestão de melhor tradução dos conceitos de Bauman para o público.

Mesmo não registrando a opção NÃO ou PARCIALMENTE para a Questão 11, o(a) docente A1-S sugeriu: a inclusão do ano de elaboração do trabalho no Manual de Apoio; a criação de uma lista de siglas para o Manual de Apoio; a uniformização da escrita das siglas e seu significado, bem como a uniformização da escrita nas menções ao nome do autor “Bauman”, dentre outras mais pontuais.

Todas as sugestões e críticas registradas nesse eixo também estão transcritas na íntegra no Quadro 9, e serão tratadas oportunamente.

Importante destacar a avaliação positiva presente no comentário do(a) professor(a) A6-D:

A linguagem utilizada no Livro de Regras e no Manual de Apoio é clara e acessível, permitindo que o aluno do curso técnico de PROEJA compreenda a temática do Direito do Consumidor, tecendo relações com a vida cotidiana. Ademais, muito oportuno o recurso pedagógico do jogo para facilitar a apresentação e compreensão desse ramo do Direito e ainda, pelo aspecto da cidadania, ou seja, o consumo responsável.

4.3.3 Conteúdo do produto educacional – Eixo C

Quadro 7 – Questões do Eixo C

Questões do Eixo C	SIM	NÃO	PARCIALMENTE
12 - Quanto à(s) disciplina(s) que você ministra, o conteúdo do jogo está adequado ao público alvo?	5 (A1-S, A2-S, A3-D, A5-S e A6-D)	0	1 (A4-C)
13 - Quanto à coerência, os desafios das cartas do jogo apresentam problematização adequada, relacionada às temáticas propostas?	6 (todos)	0	0
14 - Quanto ao referencial teórico/bibliografia apresentado no "Manual de Apoio e Soluções", este se apresenta adequado à proposta, ao tema e ao conteúdo no nível de escolarização a que se destina?	6 (todos)	0	0
15 - Quanto à interdisciplinaridade, o jogo apresenta a possibilidade de se trabalharem os conteúdos das duas temáticas (Direito do Consumidor e Consumo Responsável) conjuntamente de modo satisfatório?	6 (todos)	0	0

Fonte: elaborado pela autora.

Quanto a esse eixo (C), os(as) avaliadores(as) julgaram o conteúdo parcial ou totalmente adequado ao público alvo, enquanto que os demais aspectos - coerência da problematização dos desafios (Questão 13), referencial teórico (Questão 14) e interdisciplinaridade (Questão 15) - foram julgados plenamente adequados.

No que concerne ao conteúdo, avaliado na Questão 12, somente o(a) avaliador(a) A4-C o julgou parcialmente adequado. O que faz sentido, pois esse(a) avaliador(a) é um(a) Coordenador(a) de Curso, cuja área de formação e atuação não correspondem ao Direito ou à Sociologia, que são os conteúdos abordados pelo jogo.

Quanto ao eixo do conteúdo, destacam-se as respostas dos(as) avaliadores(as) A2-S e A6 -D, que seguem transcritas abaixo.

O uso das contribuições teóricas de Bauman foi excelente, sobretudo, por trazer uma visão crítica sobre o consumismo fomentado pelo capitalismo. (A2-S)

O conteúdo parece satisfatório para o público a que se destina, com linguagem acessível e clara. Como professora da área do Direito notei a ausência nas referências de doutrina jurídica, mas no entanto, a legislação é bem explorada, bem como diversos materiais, de fontes seguras como o IDEC e outros órgãos

públicos. Gostei muito da abordagem, da pesquisa e da feliz tradução em um jogo, que certamente pode dinamizar e tornar mais significativa o ensino da temática. (A6-D)

A sugestão contida no comentário do(a) docente A6-D sobre o eixo do conteúdo também costa transcrita integralmente no Quadro 9.

4.3.4 Aplicabilidade e relevância do produto educacional – Eixo D

Quadro 8 – Questões do Eixo D

Questões do Eixo D	SIM	NÃO	PARCIALMENTE
16 - Apresenta características de jogabilidade relativamente simples e propicia a imersão proposta?	6 (todos)	0	0
17 - Apresenta desafios compatíveis com a realidade do público-alvo, de modo a promover uma aprendizagem significativa?	6 (todos)	0	0
18 - Estimula a representação de papéis por meio dos desafios propostos, buscando o engajamento dos jogadores?	5 (A1-S, A2-S, A3-D, A4-C e A6-D)	0	1 (A5-S)
19 - Apresenta potencialidade de cooperação e estímulo ao diálogo e a motivação entre os participantes?	6 (todos)	0	0
20 - Apresenta potencial de promover a criticidade e a mudança de atitude nos participantes, em relação às temáticas abordadas?	5 (A1-S, A2-S, A4-C, A5-S e A6-D)	1 (A3-D)	0
21 - Permite adaptabilidade e variações na aplicação?	6 (todos)	0	0
22 - Apresenta potencial como ferramenta auxiliar para a promoção do ensino das temáticas propostas?	6 (todos)	0	0

Fonte: elaborado pela autora.

Nesse eixo, pela primeira vez em todo o questionário de avaliação um item foi avaliado negativamente. No tocante à Questão 20, sobre o potencial do jogo promover a criticidade e a mudança de atitude nos participantes, apenas o(a) avaliador(a) A3-D marcou a opção NÃO. No entanto, não justificou a resposta negativa, nem registrou qualquer observação na seção correspondente à esse eixo. Todas as demais 5 avaliações, consideraram que o jogo apresenta esse potencial.

Na Questão 18, quanto à capacidade do jogo de estimular a representação de papéis nos desafios, 5 consideraram que o jogo atende plenamente esse requisito e 1 (A5-S) considerou que atende parcialmente. O(a) avaliador(a) não justificou a

resposta para esse item.

As Questões 16, 17, 19 e 21, referentes a aspectos da jogabilidade e imersão, compatibilidade dos desafios à realidade, potencialidade de cooperação/diálogo e adaptabilidade na aplicação receberam avaliação positiva de todos os(as) avaliadores(as).

Especialmente importante foi a avaliação positiva de todos os(as) docentes na última questão do Eixo (Questão 22), que confirma o potencial do jogo pedagógico como ferramenta auxiliar para o ensino das temáticas propostas. Abaixo os registros positivos dos(as) avaliadores(as) em relação ao Eixo D:

Considero a escolha das temáticas e dos exemplos utilizados muito apropriados em relação ao público alvo. Os exemplos descritos nas perguntas e respostas são certamente vivenciados cotidianamente pelos estudantes/suas famílias e creio irão instrumentalizá-los e auxiliá-los positivamente quanto à aprendizagem proposta (A1-S).

Pedagogicamente o recurso está apropriado e sem dúvidas, dinamiza e possibilita uma aprendizagem significativa desse ramo do Direito tão importante na vida e comportamento econômico e social (A6-D).

Embora não tenha registrado PARCIALMENTE ou NÃO como resposta a nenhum dos itens desse eixo, o(a) professor(a) A2-S registrou um comentário quanto ao fato de julgar que o Manual de Apoio engessaria o jogo. Essa manifestação também se encontra transcrita no Quadro 9.

4.3.5 Comentários, críticas e sugestões dos(as) avaliadores(as)

Seguem abaixo transcritas as percepções e comentários positivos registrados no espaço ao final do questionário, que de modo geral reflete as opiniões dos(das) avaliadores(as) sobre o jogo pedagógico.

Parablenizo a autora pelo excelente trabalho!!![...] (A1-S)
Parabéns pelo desenvolvimento do jogo. Aborda temas muito interessantes com abordagens bem fundamentadas e críticas. A possibilidade de abordar apenas a temática do Direito do Consumidor ou do Consumo Responsável é muito boa. Por fim, a atenção aos detalhes deve ser destacada, desde a elaboração

de situações interessantes até a qualidade do tabuleiro e das cartas (A2-S).

O jogo está muito bem elaborado. Muito bonito e bem pensado. O manual e o livro de regras possuem de forma objetiva as instruções e nos atualizam sobre fontes. Percebemos que você houve dedicação e atenção na confecção de cada detalhe. Todxs xs envolvidxs estão de parabéns (A4-C).

Fiquei tão encantada com o jogo e com as potencialidades pedagógicas que por ora, não tenho sugestões de melhoria. Apenas, parabenizar a pesquisa, o belíssimo trabalho e manifestar o desejo de ter autorização para utilizar em sala de aula. Quando nos deparamos com uma ferramenta assim, queremos testar e como professora da área do Direito, com formação pedagógica também, sinto-me contemplada ao ver esse material ante minhas inquietações em levar o Direito e seus temas para o Ensino Médio Técnico de forma dinâmica, significativa e inovadora (A6-D).

Para facilitar a visualização das críticas e sugestões, estas foram dispostas no Quadro 9, identificadas por Eixo (A, B, C, D) e contendo a informação do(a) Avaliador(a) que a emitiu (A1, A2, A3, A4, A5 e A6). A coluna “Situação” informa se a sugestão foi acatada ou não, e a justificativa para tal.

Quadro 9 – Críticas e Sugestões dos(as) Avaliadores(as)

Eixo	Críticas e Sugestões dos(as) Avaliadores(as)	Situação
EA	“Sugiro uso de uma fonte maior na escrita das perguntas e respostas das cartas, considerando o público alvo e o turno (noturno). Quanto ao tabuleiro, a única ressalva é que praticamente todos os elementos estão posicionados no lado esquerdo; há um espaço sem uso/função no lado direito.” (A1-S)	- A sugestão foi atendida, com a inclusão de um <i>template</i> de cartas maiores, além das de tamanho normal, para haver opção de imprimir as cartas do jogo em tamanho maior. - Trata-se da estética do cenário. No entanto, parte do espaço sem função no lado direito foi complementado com o título completo do jogo, acrescentando - se o texto “o desafio da cidadania.
EA	“Faltam fichas que possam marcar os locais que já abordados em cada rodada. As cartas de loja e supermercado possuem cores muito parecidas. Isso me confundiu várias vezes.” (A2-S)	- A sugestão quanto às fichas para marcar locais foi atendida, por meio da inclusão das fichas-pin (marcadoras). - A sugestão quanto às cores das cartas foi atendida, trocando a cor da carta Supermercado de azul escura para azul clara.

EA	"Percebemos que se xs estudantes tiverem baixa visão ou daltonismo, terão dificuldades para enxergar, identificar, ler e/ou diferenciar imagens e textos. A sugestão é que seja disponibilizado um arquivo editável para o caso de a(x) docente precisar imprimir cartas com um grau maior de acessibilidade visual." (A4-C)	- A sugestão foi atendida, com a inclusão de um <i>template</i> de cartas maiores, além das de tamanho normal, para haver opção de imprimir as cartas do jogo em tamanho maior.
EA	"As cores das cartas P e R dos locais mercado e loja são muito semelhantes, sugiro cores mais díspares." (A5-S)	- A sugestão quanto às cores das cartas foi atendida, trocando a cor da carta Supermercado de azul escura para azul clara.
EB	"Sugiro incluir uma lista de siglas no manual e uniformizar a escrita quando aparecem siglas, pois às vezes elas vêm acompanhadas de seu significado entre parênteses e às vezes não." (A1-S) [...]Deixo abaixo algumas sugestões pontuais: * incluir - no manual de apoio/apresentação - o ano em que o trabalho foi desenvolvido/finalizado; * incluir lista de siglas; * uniformizar a escrita quando há citação de autores (ex.: BAUMAN e Bauman); * atualizar a consulta a sites (ex. acesso em 2019); * atentar para a afirmação de "artigo publicado recentemente" em referência a 2018 (p.17)." (A1-S)	- Ao invés de incorporar a lista de siglas no Manual de Apoio, o que prejudicaria a praticidade de manuseio e busca, colocaram-se entre parênteses os significados de cada sigla, conforme aparecem no texto. - A sugestão de inclusão do ano de desenvolvimento do trabalho no Manual de Apoio foi atendida. - Lista de siglas - atendida conforme já descrito acima. - uniformização da escrita nas citações – atendida. - atualização à consulta de sites atendida. - afirmação revisada.
EB	"No livro de regras faltou ressaltar que no caso de não acerto na segunda tentativa será atribuído zero na contagem de pontos. Também considero que seja pertinente uma melhor tradução dos conceitos de Bauman para o público no manual de apoio e soluções." (A5-S)	Sugestão recebida mas não atendida, pelo fato de a regra especificar que o não acerto na primeira tentativa leva à nova encenação, com a alternativa da resposta correta, para o ganho de 1 ponto pela equipe, conforme Livro de Regras, pág. 3.
EC	[...] Como professora da área do Direito notei a ausência nas referências de doutrina jurídica...[...] (A6-D)	Sugestão recebida mas não atendida, pois incluir doutrina jurídica no Manual de Apoio o tornaria mais extenso e prejudicaria o aspecto da praticidade.
ED	"Entendo a necessidade, mas o uso do caderno de respostas "engessa" um pouco a dinâmica do jogo." (A2-S)	Sugestão recebida mas não atendida, pois o Manual de Apoio é a fonte de referências para as respostas e também contém explicações extras que podem provocar reflexões e interações.

Fonte: elaborado pela autora.

Legenda:

EA = Eixo A - Estética e organização do produto educacional

EB = Eixo B - Estilo de escrita apresentado no produto educacional

EC = Eixo C - Conteúdo do produto educacional

ED = Eixo D - Aplicabilidade e relevância pedagógica do produto educacional

4.4 ALTERAÇÕES REALIZADAS E RESULTADO DA AVALIAÇÃO

No intuito de aperfeiçoar o produto educacional, e com base nas sugestões recebidas na fase de avaliação do jogo pedagógico, realizaram-se as seguintes alterações visuais nos componentes do jogo: alteração da cor do ícone e das cartas do Local Supermercado, que conseqüentemente gerou a necessidade de adaptar as cores de todo o material gráfico que reproduzia essas imagens (tabuleiro, dado, cartas, capa do Livro de Regras e do Manual de Apoio).

De modo geral, concluiu-se que a avaliação do produto educacional pelos especialistas teve resultado positivo, tendo obtido a maioria de respostas “SIM” e “PARCIALMENTE” em relação aos eixos avaliativos, com diversos comentários positivos dos(as) avaliadores(as). Desses, o(a) Avaliador(a) 6 inclusive manifestou interesse em utilizar o jogo pedagógico em sala de aula. Assim, considera-se que o produto educacional desenvolvido atingiu seu objetivo, de mostrar-se como uma potencial ferramenta para o auxílio no aprendizado dos temas Direito do Consumidor e Consumo Responsável.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou responder ao seguinte problema de pesquisa: Como promover a aprendizagem de Direito do Consumidor e a reflexão sobre Consumo Responsável em estudantes jovens e adultos de Ensino Médio Integrado ao Curso Técnico em Administração por meio de um jogo pedagógico?

No intuito de encontrar essa resposta, o objetivo geral do estudo foi investigar se o desenvolvimento e a aplicação de um produto educacional do tipo jogo pedagógico poderia promover o aprendizado de matérias relacionadas ao Direito do Consumidor e ao Consumo Responsável, para os(as) estudantes do Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA do *Campus* Porto Alegre.

Com esse objetivo em mente, realizou-se o levantamento da produção científica no banco de Teses e Dissertações da Capes, para identificar se havia pesquisas relacionadas ao ensino de Direito do Consumidor e/ou Consumo Responsável, e identificar as possibilidades de integração, caso houvesse.

Nesse percurso, alguns objetivos específicos foram traçados. Destaca-se que o primeiro objetivo específico era a identificação da abordagem das temáticas Direito do Consumidor e Consumo responsável no Curso Técnico em Administração, que era objeto do estudo de caso. Essa etapa pode-se considerar plenamente atendida, alcançada por meio de entrevistas conduzidas com os docentes do curso.

Os resultados obtidos com as entrevistas serviram de ponto de partida para a elaboração do questionário pré-jogo, para o cumprimento do segundo objetivo específico, que era a identificação dos conhecimentos prévios dos estudantes sobre esses assuntos. Vale a pena registrar, contudo, que esse objetivo, embora atendido, foi prejudicado pela situação da Pandemia de coronavírus.

Ocorre que a suspensão das aulas presenciais no IFRS a partir de março de 2020, inviabilizou a aplicação presencial dos questionários, tendo sido necessário aguardar o início das atividades remotas e adaptar a forma de coleta de dados para o modo *online*. Como se não bastasse isso, a situação de atividades remotas aliada às incertezas da situação calamitosa, própria de uma pandemia, representou uma evasão dos alunos do PROEJA, reduzindo muito a amostragem.

No período em que não foi possível avançar com a pesquisa por meio do estudo de caso, intensificaram-se a tabulação dos dados da revisão sistemática de literatura

que já havia sido feita e também a análise do conteúdo das entrevistas que haviam sido realizadas no período pré-pandêmico. A partir desses estudos, produziram-se dois artigos científicos: um desses já foi publicado como capítulo de livro e o outro, submetido a uma revista científica, encontra-se em fase de avaliação pelos pares.

Após a análise do resultado da aplicação dos questionários para a sondagem dos conhecimentos prévios, o foco foi a elaboração do jogo pedagógico, de modo a que este cumprisse o papel de auxiliar a promover a aprendizagem dos temas, atendendo, desse modo, mais dois dos objetivos da pesquisa: a identificação das principais formas de promover o aprendizado das temáticas e também a elaboração do produto educacional.

Em que pese os esforços do IFRS de prover a educação integral de modo remoto, a adesão às atividades remotas pelo público do PROEJA foi baixíssima. E mesmo o retorno do calendário acadêmico – ainda em regime de aulas remotas – não foi suficiente para permitir que o objetivo de aplicação do jogo pedagógico em sala de aula fosse alcançado, tendo ficado restrito à avaliação pelos professores especialistas. Por isso, o objetivo específico final, que seria “aplicar e avaliar o potencial do produto educacional como ferramenta promotora do ensino nas temáticas propostas”, foi apenas parcialmente cumprido.

Com base nas análises carreadas ao longo da pesquisa, especialmente no que concerne à etapa de avaliação do produto educacional, evidenciou-se a potencial efetividade do jogo pedagógico concreto como ferramenta auxiliar na promoção da aprendizagem de temas relacionados ao Direito do Consumidor e ao Consumo Responsável junto aos alunos do Curso Técnico em Administração na modalidade PROEJA.

Assim, não é possível afirmar que o presente trabalho tenha conseguido responder ao problema de pesquisa inicial em sua integralidade, tendo em vista as dificuldades de aplicação em sala de aula em decorrência do período pandêmico, e a impossibilidade de se avaliar a efetiva promoção da aprendizagem pelo jogo pedagógico. Porém, a sua avaliação por especialistas pôde demonstrar o potencial para a promoção da aprendizagem do Direito do Consumidor e a reflexão sobre Consumo Responsável, por meio de um jogo pedagógico, para o público de jovens e adultos do PROEJA, do Curso Técnico e Administração integrado ao Ensino Médio. Verificou-se, com a pesquisa, a possibilidade de trabalhar esses assuntos de forma integrada e de modo lúdico.

Os aspectos principais relacionados ao Direito do Consumidor nas disciplinas ministradas a esses futuros profissionais em Administração são de extrema relevância, pois a matéria permeia o exercício de sua profissão, seja ela desempenhada como fornecedor ou comerciante de produtos e/ou serviços, ou ainda como comprador ou consumidor. Ademais, a temática do Consumo Responsável, além de pertinente ao Curso Técnico em Administração, estimula o desenvolvimento da capacidade de análise crítica e reflexão, favorecendo o desenvolvimento do ser humano em sua integralidade, munindo-o de recursos para o pleno exercício de sua cidadania.

O universo do PROEJA integrado ao Ensino Médio Técnico, tão diverso e rico, é composto por jovens e adultos com trajetórias únicas, que já atuam no mundo do trabalho e estão em busca de continuar o seu caminho de estudos. Espera-se que esse produto educacional possa auxiliá-los no aprendizado dos temas propostos, e que efetivamente contribua para o desenvolvimento de um olhar crítico no enfrentamento dos desafios da contemporaneidade.

Muito embora o jogo pedagógico desenvolvido tenha sido idealizado para a utilização nas turmas dos Cursos Técnicos integrados ao Ensino Médio na Modalidade PROEJA, não haveria óbice para a sua aplicação nos demais Cursos Técnicos concomitantes ou subsequentes ao ensino médio, que também contenham disciplinas nas quais esses tópicos se façam presentes.

Para além disso, pelo potencial de desenvolver a criticidade e possibilitar a identificação de situações de desequilíbrio nas relações de consumo – que a todos atinge – e por isso mesmo representar uma ferramenta de conscientização e potencial defesa de direitos, pode-se considerar a possibilidade da aplicação do jogo pedagógico para outros públicos e em outros espaços de educação formal ou não formal, por meio de projetos de extensão ou seminários.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Ronaldo Marcos de Lima; FRIGOTTO, Gaudêncio. **Práticas Pedagógicas e Ensino Integrado**. Revista Educação em Questão, Natal, v. 52, n. 38, p. 61-80, mai/ago. 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/educacaoemquestao/article/view/7956/5723>. Acesso em: 01 dez. 2020.
- BAUMAN, Zygmunt. **44 cartas ao mundo líquido**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011
- BAUMAN, Zygmunt. **Capitalismo parasitário**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- BAUMAN, Zygmunt. **Isto não é um diário**. Rio de Janeiro, Zahar, 2012.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. In: SENADO FEDERAL. **Legislação Republicana Brasileira**. Brasília, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 06 abr. 2021.
- BRASIL. Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, e dá outras providências. In: SENADO FEDERAL. **Legislação Republicana Brasileira**. Brasília, 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/11892.htm. Acesso em: 06 set. 2018.
- BROUGÈRE, Giles. **O Lúdico e a Educação: novas perspectivas**. Linhas Críticas, Brasília, v. 8, n. 14. 1an./jun. 2002. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/linhascriticas/article/view/2985/2686>. Acesso em 12 jun. 2020
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Autonomia: Saberes necessários à prática educativa**. 33ª ed. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1996.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2005.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.
- GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor – comentado pelos autores do anteprojeto**. 12. ed. Rio de Janeiro: Gen/Forense, 2019.
- HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**. 4ª ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2000.

Instituto Federal do Espírito Santo – IFES. **Regulamento ProfEPT**. 2018. Disponível em: <https://profept.ifes.edu.br/regulamentoprofept/regu>. Acesso em 15 mai. 2019.

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – IFRS - *Campus* Porto Alegre. **Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Administração Modalidade PROEJA**. Porto Alegre, 2012. Disponível em: http://www2.poa.ifrs.edu.br/wp-content/uploads/2016/03/ppc_proeja_administracao_v2013-10-30.pdf. Acesso em: 01 dez. 2018.

Instituto Pichon-Rivière de São Paulo. **O processo educativo segundo Paulo Freire & Pichon-Rivière**. Livro resultado de transcrição do Seminário de mesmo título. 2ª ed. São Paulo: Editora Vozes, 1989.

KAPLÚN, Gabriel. **Materiais educativos: a experiência de aprendizado**. São Paulo: Revista Comunicação & Educação, v.27, São Paulo. p. 46-60. maio/ago, 2003. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37491/40205>. Acesso em: 01 de novembro de 2019.

LEITE, Priscila de Souza Chisté. **Produtos Educacionais em Mestrados Profissionais na Área de Ensino: uma proposta de avaliação coletiva de materiais educativos**. Atas CIAIQ 2018 - Investigação Qualitativa em Educação, vol 1. 2018. Disponível em: <https://proceedings.ciaiq.org/index.php/ciaiq2018/article/view/1656/1609>. Acesso em: mar. 2021.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2003.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011.

MARCONI, Marina Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do Trabalho Científico**. 8. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2017. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597012408/epubcfi/6/24\[;vnd.vst.idref=body012\]!/4/218/2@0:74.1](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597012408/epubcfi/6/24[;vnd.vst.idref=body012]!/4/218/2@0:74.1). Acesso em: 06 jan. 2019.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2002.

MOLL, Jaqueline (org.). **Educação de Jovens e Adultos**. 3ª ed. Porto Alegre: Editora Mediação, 2008.

MOLL, Jaqueline (org.). **Educação Profissional e Tecnológica no Brasil Contemporâneo: desafios, tensões e possibilidades**. Porto Alegre: Artmed, 2010.

MORAES, Roque. **Análise de conteúdo**. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4125089/mod_resource/content/1/Roque-Moraes_Analise%20de%20conteudo-1999.pdf. Acesso em: 20 mai. 2020.

MOREIRA, Marco Antônio. **Teorias de Aprendizagem**. São Paulo: EPU, 1999.

PACHECO, Eliezer Moreira; PEREIRA, Luiz Augusto Caldas; SOBRINHO, Moisés Domingos. **Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia: limites e possibilidades**. Linhas Críticas, v. 16, n. 30, p. 71-88, 11. 2010. Disponível em: <http://periodicos.unb.br/index.php/linhascriticas/article/view/3568/3254> . Acesso em: 05 mai. 2019.

SAVIANI, D. **Trabalho e educação: fundamentos ontológicos e históricos**. Revista Brasileira de Educação, Campinas, v.12, n.32, p. 52-180, jan./abr. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v12n34/a12v1234.pdf>. Acesso em: 24 ago. 2018.

SOARES, Marlon Herbert Flora Barbosa ; REZENDE, Felipe Augusto de Mello. Análise Teórica e Epistemológica de Jogos para o Ensino de Química Publicados em Periódicos Científicos. **Revista Brasileira de Pesquisa em Educação em Ciências**, [S. l.], v. 19, p. 747–774, 2019. DOI: 10.28976/1984-2686rbpec2019u747774. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/rbpec/article/view/12296>. Acesso em: 10 abr. 2021.

TARTUCE, Flávio. NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor**. 9ª ed. São Paulo: Editora Método, 2020.

VYGOTSKY, Lev Semenovitch. A formação social da mente. 4ª. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

ZABALA, Antoni. **A prática educativa: como ensinar**. Porto Alegre: ArtMed, 1998.

APÊNDICE A – PRODUTO EDUCACIONAL

Aqui é apresentado o produto educacional “Jogo pedagógico Direito & Consumo: o desafio da cidadania”, parte integrante da pesquisa do Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica – ProfEPT intitulada “O JOGO PEDAGÓGICO COMO FERRAMENTA PROMOTORA DO ENSINO EM DIREITO DO CONSUMIDOR E CONSUMO RESPONSÁVEL NO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO”.

A proposta de produto educacional foi o desenvolvimento de um jogo pedagógico do tipo *Quiz* (perguntas e respostas) com elementos de *Role Playing Game* (RPG) que pudesse atuar como promotor do ensino da matéria de Direito do Consumidor e promover uma reflexão sobre o Consumo Responsável. O produto educacional é classificado pela CAPES como Material Interativo – Jogo pedagógico concreto.

O jogo pedagógico foi elaborado como parte da pesquisa desenvolvida por meio do procedimento de estudo de caso junto ao Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA do IFRS *Campus* Porto Alegre, pois há identidade entre os temas Direito do Consumidor e Consumo Responsável e o conteúdo do Curso Técnico em Administração, que deve preparar o estudante para exercer suas atividades em áreas variadas da indústria, comércio ou serviços.

Ademais, optou-se pela realização da pesquisa com a modalidade PROEJA pela característica emancipadora das duas matérias, capazes de proporcionar aos(as) jovens e adultos(as) que já se encontram no mundo do trabalho, o acesso à informação (no tocante ao Direito do Consumidor) e a possibilidade de reflexão (no que concerne ao Consumo Responsável), buscando favorecer o desenvolvimento integral desses (as) estudantes, com potencial para a transformação social.

A produção de dados foi realizada através das técnicas de entrevistas semiestruturadas e questionários; para a análise dos dados foi aplicada a técnica de análise de conteúdo. Uma melhor compreensão em relação à abordagem das matérias em sala de aula foi obtida através da análise de dados obtidos em entrevistas semiestruturadas iniciais com os(as) docentes. Ademais, questionários pré-jogo foram aplicados para a promoção de uma sondagem dos conhecimentos prévios dos estudantes.

O jogo desenvolvido traz situações do cotidiano com desafios ou situações-

problema, para que, a partir dos conhecimentos prévios, e/ou do conteúdo que consta nas cartas-resposta do jogo, seja possível chegar a uma solução para a situação-problema proposta. Divididos em duas equipes (A e B), os estudantes intercalam-se nos papéis de questionadores e respondentes, devendo interpretar os papéis que se desvelam nos polos opostos da situação-problema, seja como consumidores ou similares, ou como vendedores/atendentes ou similares.

A construção do produto educacional levou em consideração os eixos conceitual, pedagógico e comunicacional com base nas ideias de Kaplún (2003), complementados por Zabala (1998).

Sobre o eixo conceitual, Kaplún (2003) afirma que é necessário conhecer a matéria em profundidade (investigação prévia temática) e realizar a escolha das ideias e temas que fazem parte desse eixo (investigação prévia diagnóstica). No caso do jogo pedagógico, buscou-se que as matérias propostas no eixo conceitual – Direito do Consumidor e Consumo Responsável - fizessem parte do cotidiano, guardando estreita relação com a realidade dos jogadores.

Para a investigação prévia temática proposta por Kaplún quanto ao Direito do Consumidor foi realizada extensa revisão da legislação pátria, especialmente o Código de Defesa do Consumidor e legislação de órgãos regulatórios, mas também decisões jurisprudenciais e precedentes jurídicos. Para o tipo diagnóstico, foram selecionados os conceitos relativos aos principais dispositivos legais da Lei 8078 de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor (CDC), relacionados às situações mais frequentes, e que tivessem identidade com a realidade dos estudantes.

Nas investigações prévias temática e diagnóstica relativas ao Consumo Responsável, em especial no que concerne ao Consumismo, foi examinado em profundidade a obra do sociólogo polonês Zygmunt Bauman. Este possui extensa bibliografia versando sobre o tema, e também sobre outros temas transversais que contribuem para o estudo, como a modernidade líquida e a sociedade de consumo. Ademais, a necessidade de trabalhar conceitos ligados ao Desenvolvimento Sustentável e à Educação Financeira surgiu a partir da investigação prévia diagnóstica, emergindo da revisão sistemática e da análise de conteúdo das entrevistas com os(as) docentes.

De modo a promover o aprendizado significativo é necessário estabelecer o ponto de partida. Por isso, Kaplún (2003) define o eixo pedagógico como aquele que estabelece o caminho a ser percorrido a partir dos conhecimentos prévios dos sujeitos

do processo de aprendizagem. Com esse intuito, previamente à elaboração do jogo pedagógico, foi realizada a coleta de dados por meio de questionários (Apêndice D) via *Google Forms* com os alunos do curso de modo a permitir a verificação do conhecimento prévio em relação aos temas, e que orientaram o desenvolvimento do material educativo.

O questionário contemplou questões sobre os conceitos/tópicos que poderiam ser abordados pelo jogo pedagógico, algumas das quais haviam surgido da análise de conteúdo das entrevistas com os(as) docentes. Foram formuladas cinco questões para cada um dos temas: “Direito do Consumidor” e “Consumo Responsável”, totalizando dez questões.

Essa aferição dos conhecimentos prévios serviu de embasamento para o estabelecimento do ponto de partida e do ponto de chegada, em termos pedagógicos, para os estudantes (KAPLÚN, 2003). Assim, foi definido o itinerário pedagógico, privilegiando os conteúdos considerados mais necessários, após a análise dos dados dos questionários prévios.

Como resultado, no planejamento do jogo optou-se por manter o Direito do Consumidor em um dos eixos (perguntas ímpares) e o Consumo Responsável no outro eixo (perguntas pares). Dentro do eixo Consumo Responsável, foram eleitos temas relacionados ao consumismo, à educação financeira e ao consumo responsável.

Na dinâmica do jogo, intercalam-se em rodadas, desafios relativos ao Direito do Consumidor com questões ligadas ao Consumo Responsável, de modo a privilegiar a interdisciplinaridade. Todas as situações-problema e suas soluções foram pensadas no jogo para trazer o espelhamento na potencial situação real, ou ainda em situações similares presentes no dia a dia, no intuito de fazer com que os estudantes se apropriem verdadeiramente do conteúdo.

O eixo comunicacional do produto educacional representa um verdadeiro desafio, pois a comunicação precisa ser feita de modo atrativo para os destinatários, sem que se percam de vista os eixos conceitual e pedagógico, devendo haver coerência entre os três eixos (KAPLÚN, 2003).

No jogo pedagógico desenvolvido, o eixo comunicacional está baseado especialmente em seu visual. Assim, intentou-se desenvolver um projeto gráfico atraente, convidando à ludicidade, mas não infantil, para que não fosse rejeitado pelo público-alvo. Além disso, as situações-problema e soluções apresentadas retratam

situações passíveis de ser vividas pelos educandos no cotidiano, para que o conhecimento seja efetivamente relevante.

Essa aproximação com a realidade visa também um maior engajamento por parte dos educandos/jogadores, pela ressonância que o esforço comunicacional específico, feito com intencionalidade, encontra com as situações do dia-a-dia. Para enfatizar o aspecto lúdico e também promover a sedimentação dos conceitos e problemáticas abordadas, o jogo foi construído com elementos de RPG (*Role Playing Game*), envolvendo a interpretação de papéis pelos jogadores, na simulação da situação proposta.

O desenvolvimento do jogo pedagógico também se ancorou na teoria de Zabala (1998) e suas tipologias de aprendizagem, quais sejam: de conceitos e princípios; de conteúdos procedimentais; e de conteúdos atitudinais.

Para o autor, a aprendizagem de conceitos e princípios “implica uma *compreensão* que vai muito além da reprodução de enunciados mais ou menos literais” (ZABALA, 1998, p. 43). Por isso, atividades experimentais que promovem a relação entre os novos conteúdos com os conhecimentos prévios e atividades que contêm desafios ajustados a possibilidades reais favorecem a compreensão dos conceitos, utilizados para a interpretação para a construção de novas ideias. Nessa dimensão, os desafios propostos pelo jogo pedagógico têm inspiração em situações do cotidiano dos estudantes, na intenção de simular situações possíveis e bastante realísticas.

O aspecto procedimental, é aquele que contempla a aprendizagem de ações ordenadas que objetivam o saber fazer, que inclui regras, técnicas, métodos, estratégias e habilidades. (ZABALA, 1998). Em relação a este aspecto, o jogo pedagógico produzido incluiu tópicos para promover o aprendizado, não somente para o conhecimento dos direitos, mas também em relação às possibilidades de efetivamente exercer a defesa desses direitos, com situações-problema e soluções que sinalizam os procedimentos que devem ser adotados para tal.

Os conteúdos atitudinais privilegiam os valores, atitudes e normas e podem abordar, exemplificativamente, aspectos como a cooperação, a solidariedade, o trabalho em grupo e o respeito mútuo. (ZABALA, 1998). Nesse aspecto, as questões que tratam do Consumo Responsável e do Consumismo, abordadas no produto educacional, incentivam a um olhar ampliado sobre a realidade, promovendo a reflexão em relação a temas relevantes.

A vida em sociedade, as dificuldades financeiras e a ditadura do consumo são questões exploradas pelo jogo, privilegiando o desenvolvimento de atitudes e habilidades que incentivam a interação entre os indivíduos e uma melhor compreensão global e não fragmentada de mundo. Ademais, a possibilidade de identificar quando seus direitos estão sendo violados e o conhecimento em relação ao que fazer para corrigir isso, propõe-se a estimular nos estudantes a adoção de uma postura mais proativa e menos conformista.

Por se tratar de um jogo pedagógico concreto, se faz necessária a impressão de seus elementos: tabuleiro, cartas dos desafios, dado, fichas ponto, fichas “X e fichas *pin*, em papel. A necessidade de impressão dos elementos do jogo não representa grandes empecilhos para a sua utilização, pois na fase de planejamento, pensou-se em formas de possibilitar a sua replicação em outras situações ou ambientes de ensino formal ou não formal. Por exemplo, todos os elementos do jogo podem ser impressos apenas em um lado, sendo recortados, dobrados e colados para atender a sua finalidade. Pensou-se em desenvolver o jogo desse modo, visto que nem todas as instituições de ensino ou potenciais interessados no jogo possuem equipamentos adequados para a impressão em frente e verso.

A seguir, após as referências do Apêndice A, são apresentados os elementos visuais e textuais do jogo pedagógico elaborado que, em razão da necessidade de economicidade de espaço, nesta dissertação não se encontram em tamanho e qualidade suficientes para a sua melhor impressão. Todos os elementos do jogo estão disponíveis para acesso e impressão em alta qualidade por meio do *QR-Code*:



Alternativamente, podem ser acessados no link do *Google Drive* abaixo:

https://drive.google.com/drive/folders/1dglJjE59_Cn-9lyl1ytgZixQV0tvagUG

O jogo pedagógico completo em alta resolução para impressão também poderá ser acessado por meio da Plataforma da Educapes, no link:

<https://educapes.capes.gov.br/handle/capes/642982>

REFERÊNCIAS DO APÊNDICE A

KAPLÚN, Gabriel. **Materiais educativos: a experiência de aprendizado**. São Paulo: Revista Comunicação & Educação, v.27, São Paulo. p. 46-60. maio/ago, 2003. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37491/40205>. Acesso em: 01 de novembro de 2019.

ZABALA, Antoni. **A prática educativa: como ensinar**. Porto Alegre: ArtMed, 1998.

ELEMENTOS DO JOGO PEDAGÓGICO

APRESENTAÇÃO E INSTRUÇÕES PARA A IMPRESSÃO



O produto educacional “Jogo Pedagógico Direito & Consumo: o desafio da Cidadania” a seguir é parte integrante da pesquisa do Programa de Mestrado em Educação Profissional em Educação Profissional e Tecnológica – ProfEPT intitulada “O jogo pedagógico como ferramenta promotora do ensino em Direito do Consumidor e Consumo responsável no Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio”.

Trata-se de um jogo pedagógico do tipo Quiz (perguntas e respostas) com elementos de *Role Playing Game* (RPG) com o objetivo de promover o ensino da matéria de Direito do Consumidor e promover uma reflexão sobre o Consumo Responsável. O produto educacional é classificado pela CAPES como Material Interativo – Jogo pedagógico concreto.

FLÁVIA CIPRIANI - AUTORA

MICHELLE CAMARA PIZZATO - COAUTORA E ORIENTADORA

JOSEPH CIPRIANI DA SILVA – ILUSTRAÇÕES

DAVID HENRIQUE PIRES FERRAZ - PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Jogo Pedagógico “Direito & Consumo: o desafio da cidadania”

INSTRUÇÕES PARA A IMPRESSÃO

Componentes do Jogo (Obrigatórios)

- 1 Livro de Regras
- 1 Manual de Apoio com as Soluções
- 1 Tabuleiro (dividido em Parte 1 e Parte 2)
- 36 cartas-pergunta (divididas por Local e numeradas de 1 a 6)
- 36 cartas-resposta (divididas por Local e numeradas de 1 a 6)
- 6 fichas pin - para marcar os Locais que já foram explorados (símbolo de localizador)
- 12 fichas de ponto - para atribuir a pontuação por resposta (símbolos cifrão e balança)
- 12 fichas “X” para marcar quem vence as Rodadas
- 1 dado de papel (com os Locais)

Componentes do Jogo (Opcionais)

Template para a tampa da caixa para acondicionar o jogo.

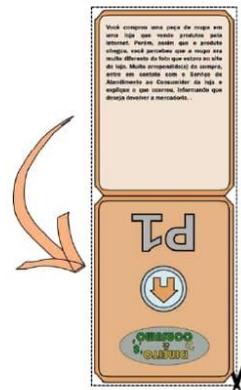
Template para as laterais da caixa para acondicionar o jogo.

OBS: Esses itens são de impressão opcional, para o caso de desejar-se identificar a caixa na qual o jogo será acondicionado.

Imprimir os componentes do jogo

Devem ser impressos os componentes do jogo. As cartas P e R, as fichas e o dado precisarão ser recortados, dobrados e colados, conforme o exemplo ao lado:

IMPORTANTE: Há dois modelos de cartas para impressão - tamanho MÉDIO ou tamanho GRANDE (com fonte maior para facilitar a leitura). Opta-se por um OU outro arquivo para imprimir o conjunto de cartas.





Jogo Pedagógico “Direito e Consumo: o desafio da cidadania”.

LIVRO DE REGRAS

Introdução

Duas equipes se revezam nos papéis de questionadores (consumidores) e respondentes (atendentes ou equivalentes), em uma jornada com situações-problema e conceitos, que se propõe a informar os jogadores sobre seus direitos como consumidores, e também promover a reflexão sobre o consumo/consumismo.

Objetivo do jogo

Os participantes se dividem em duas equipes, **A** e **B**, que se intercalam nos papéis de questionador (consumidor) e respondente (atendente ou equivalente), interpretando as situações-problema e as possíveis respostas. Cada rodada passará obrigatoriamente por todos os locais do jogo, e será atribuída pontuação conforme a resposta dada. Vence o jogo a equipe que vencer o maior número de rodadas.

Componentes do Jogo (Obrigatórios)

- 1 Livro de Regras
- 1 Manual de Apoio com as Soluções
- 1 Tabuleiro (dividido em Parte 1 e Parte 2)
- 36 cartas-pergunta (divididas por Local e numeradas de 1 a 6)
- 36 cartas-resposta (divididas por Local e numeradas de 1 a 6)
- 6 fichas pin - para marcar os Locais que já foram explorados (símbolo de localizador)
- 12 fichas de ponto - para atribuir a pontuação por resposta (símbolos cifrão e balança)
- 12 fichas “X” para marcar quem vence as Rodadas
- 1 dado de papel (com os Locais)

Componentes do Jogo (Opcionais)

Template para a tampa da caixa para acondicionar o jogo.

Template para as laterais da caixa para acondicionar o jogo.

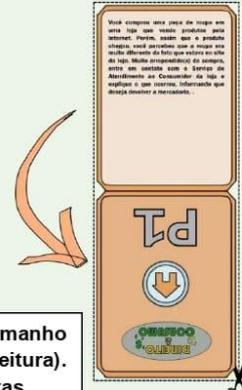
OBS: Esses itens são de impressão opcional, para o caso de desejar-se identificar a caixa na qual o jogo será acondicionado.

Preparação para o Jogo

1. Imprimir os componentes do jogo

Devem ser impressos os componentes do jogo. As cartas P e R, as fichas e o dado precisarão ser recortados, dobrados e colados, conforme o exemplo:

IMPORTANTE: Há dois modelos de cartas para impressão - tamanho **MÉDIO** ou tamanho **GRANDE** (com fonte maior para facilitar a leitura). Opta-se por um **OU** outro arquivo para imprimir o conjunto de cartas.



2. Separar os componentes do jogo

Os componentes do jogo devem ser separados e dispostos em uma mesa, da seguinte forma:

- o tabuleiro (montado com as partes 1 e 2) precisa estar à vista dos participantes.
- o dado deve estar montado.
- as fichas de pontos e as fichas "X" precisam estar agrupadas para facilitar a distribuição.
- as pilhas de cartas-pergunta e cartas-resposta devem estar prontas e separadas conforme o item seguinte.

3. Separar as pilhas de cartas

As cartas devem ser agrupadas em 12 pilhas de 6 cartas cada, separadas pelo **Local** e também de acordo com a letra **P** ou **R** (**P**erguntas ou **R**espostas).

As cartas de número 1 deverão ficar no topo da pilha, seguidas pelas demais, em ordem crescente.

4. Começo do jogo

As equipes dividem-se em **A** e **B**, o que pode ser decidido de comum acordo ou pode-se disputar no par ou ímpar. A partir disso, seguem-se as regras do jogo, intercalando-se os papéis das equipes, conforme exemplificado com a **Rodada 1** a seguir.

Regras do Jogo

Rodada 1

1º Local

A **equipe A** inicia, rolando o dado que determina o **Local** da situação problema.

Deve-se marcar o Local que será explorado com a ficha pin.

Os jogadores então localizam as pilhas de cartas **P1** e **R1** do **Local**, para iniciar a representação.

No **Local** será encenada a situação problema da carta-pergunta **P1** pela **equipe A**, enquanto a **equipe B** deverá escolher uma das três alternativas da carta-resposta **R1** e encená-la também.

Deve-se conferir a resposta escolhida pela **equipe B** no Manual de Apoio, para verificar se houve acerto da resposta.

Caso tenha acertado, a **equipe B** recebe **2 pontos** (fichas de pontos).

Caso não tenha acertado, a equipe B deverá reencenar a resposta correta para receber **1 ponto**.

2º Local

Na sequência, os papéis se invertem, e é a **equipe B** que deve rolar o dado para determinar o **Local** da próxima situação problema das cartas **P1** e **R1**.

IMPORTANTE: todos os locais deverão ser explorados na **Rodada 1** (todas as perguntas 1), **antes** de passar para a **Rodada 2** (todas as perguntas 2).

Isso significa que, caso a rolagem de dado selecione algum local que **já foi explorado** com a Pergunta 1, a equipe deverá rolar novamente, até que seja selecionado um local que ainda não foi explorado com a primeira pergunta. Isso deverá se repetir em **todas as rodadas**.

3º Local

Nesse **Local**, novamente a **equipe A** deverá rolar o dado para o **Local**, e encenar a Pergunta 1, enquanto a **equipe B** deverá responder/encenar a alternativa escolhida da Resposta 1.

4º Local

Equipe B joga o dado para o **Local** e encena a **pergunta**, enquanto a **equipe A** encena a **resposta**.

5º Local

Equipe A joga o dado para o **Local** e encena a **pergunta**, enquanto a **equipe B** encena a **resposta**.

6º Local

Equipe B joga o dado para o **Local** e encena a **pergunta**, enquanto a **equipe A** encena a **resposta**.

Final de Rodada

A Rodada 1 termina assim que todos os Locais tenham sido explorados e todas as Perguntas e Respostas 1 tenham sido encenadas.

Ao final da Rodada 1, contam-se os pontos que foram distribuídos as cada uma das equipes, sendo vencedora a equipe que tiver obtido mais pontos na Rodada.

Marca-se no tabuleiro a equipe vencedora da rodada com a ficha "X", no grid da equipe A ou B. Caso haja empate no número de pontos, marca-se as duas equipes empatadas como vencedoras da Rodada.

Para as demais Rodadas, **repetem-se os procedimentos e as regras** que já foram explicadas para a Rodada 1.

Equipe vencedora

Ao final das 6 Rodadas, **vence o jogo** a equipe que tiver vencido **mais Rodadas**.

Regras Variantes

- É possível que se dispense a utilização do dado, seguindo-se a sequência de locais conforme estes aparecem no mapa, ou até mesmo deixando à livre escolha da equipe que interpretará a carta-desafio **P**, a cada vez.
- É possível que se escolha trabalhar apenas uma das duas temáticas (Direito do Consumidor ou Consumo Responsável). Para isso basta eliminar as cartas-desafio ímpares (Direito do Consumidor) ou as cartas-desafio pares (Consumo Responsável). Nesse caso, serão apenas 3 rodadas para o término do jogo.
- Pode-se determinar um menor número de Rodadas para o término do jogo, no caso de haver menor disponibilidade de tempo.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C577 Cipriani, Flávia

Jogo Pedagógico Direito e Consumo: o desafio da cidadania / Flávia Cipriani; coautora: Michelle Camara Pizzato – Porto Alegre: 2021.

ISBN: 978-65-86734-64-5
Recurso Digital [ebook]

Produto Educacional (Mestrado) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – Campus Porto Alegre. Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica - PROFEPT. Porto Alegre, 2021. Coautora: Profa. Dra. Michelle Camara Pizzato

1. Direito do Consumidor. 2. Jogo Pedagógico. 3. Ensino Médio integrado. I. Pizzato, Michele Camara II. Título

CDU: 37:004

Elaborada por: Débora Cristina Daenecke Albuquerque Moura – CRB 10/2229

FLÁVIA CIPRIANI

AUTORA

MICHELLE CAMARA PIZZATO

COAUTORA E ORIENTADORA

JOSEPH CIPRIANI DA SILVA

ILUSTRAÇÕES

DAVID HENRIQUE PIRES FERRAZ

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO



**Manual de Apoio
e Soluções**



DIREITO & CONSUMO



PROFEPT
NÍVEL PROFISSIONAL DE
EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL
Rio Grande do Sul



O trabalho "Jogo Pedagógico Direito & Consumo: o desafio da cidadania" de Flávia Cipriani e Michelle Camara Pizzato está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição- NãoComercial 4.0 Internacional

FLÁVIA CIPRIANI
AUTORA

MICHELLE CAMARA PIZZATO
COAUTORA E ORIENTADORA

JOSEPH CIPRIANI DA SILVA
ILUSTRAÇÕES

DAVID HENRIQUE PIRES FERRAZ
PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Apresentação

O jogo pedagógico **Direito & Consumo: o desafio da cidadania** é um produto educacional que faz parte da pesquisa de Mestrado em Educação Profissional e Tecnológica – ProfEPT intitulada “O jogo pedagógico como ferramenta promotora do ensino em Direito do Consumidor e Consumo Responsável no Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio” desenvolvida junto ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – *Campus* Porto Alegre.

Trata-se de um jogo do tipo *Quiz* – de Perguntas e Respostas - com elementos de RPG (*Role Playing Game*), que objetiva auxiliar no ensino de aspectos relacionados ao Direito do Consumidor e também promover a reflexão acerca do Consumo Responsável, passando por temas como o Consumismo e a Educação Financeira.

O produto educacional, desenvolvido no ano de 2021, é classificado pela CAPES como jogo pedagógico concreto, e traz situações do cotidiano com desafios ou situações-problema, para que, a partir dos conhecimentos prévios, e/ou do conteúdo constante nas cartas resposta do jogo, seja possível chegar a uma solução para a situação-problema proposta.

As situações foram elaboradas de modo a incentivar a representação de papéis pelos participantes, com ênfase na aprendizagem por meio da interação social que isso proporciona. Os papéis para a representação se intercalam, de modo a oportunizar a interpretação dos dois ou mais lados das relações de consumo, e também de diversos outros papéis que podem se apresentar em situações reais, nos desafios ligados ao consumo responsável.

Muito embora tenha sido originalmente concebido para aplicação junto às turmas do Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio que possuíssem em seu componente curricular a disciplina Direito do Consumidor, nada impede que o jogo pedagógico possa ser utilizado por estudantes de cursos diversos, visto que as temáticas Direito do Consumidor e Consumo Responsável estão presentes na vida diária de todas as pessoas.

O objetivo principal do jogo é desenvolver a consciência dos participantes quanto a seus direitos como consumidores, fornecendo elementos para que possam exercê-los efetivamente, ao mesmo tempo em que busca incentivar a reflexão sobre o consumo responsável em vários aspectos e sua integração à realidade do cotidiano.

Organização das temáticas no jogo

Para favorecer a aplicação do jogo de forma personalizada, o conjunto de desafios ímpares (1, 3 e 5) aborda a temática do Direito do Consumidor, enquanto o conjunto de desafios pares (2, 4 e 6) aborda a temática do Consumo Responsável.

Desse modo, é possível que se escolha: trabalhar o jogo do modo convencional, com os desafios na sequência (de 1 a 6) e de modo interdisciplinar; ou trabalhar apenas uma das duas temáticas, bastando para isso eliminar as cartas-desafio pares ou ímpares.

Soluções para as Cartas-Desafio

Apresentamos a seguir as soluções para os desafios do jogo, que estão ordenadas de acordo com o número das cartas-desafio, iniciando-se pelas de número 1 e prosseguindo até as de número 6.

Cada conjunto de soluções para as cartas-desafio apresenta as respostas corretas para cada um dos locais do jogo, representados com o seu símbolo:



Casa



Farmácia



Loja



Banco



Supermercado



Oficina Mecânica/Posto de Gasolina

Abaixo de cada uma das soluções para as cartas-desafio, está o fundamento para a resposta, o que permite que sejam ampliadas as possibilidades de aprendizado e também de discussões sobre as situações-problema e sobre as temáticas.

Ao final, são apresentadas em ordem alfabética as referências bibliográficas utilizadas na elaboração dos fundamentos para as soluções, possibilitando eventuais pesquisas complementares sobre os temas dos desafios.

Cartas-desafio 1



Solução: C

Fundamento:

De acordo com o CDC (Código de Defesa do Consumidor):

*Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de **7 dias** a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e **serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial**, especialmente por telefone ou a domicílio. (Lei 8.078/90 – CDC, destaques nossos).*

Atenção: Esse artigo também se aplica às vendas por internet.



Solução: B

Fundamento:

O CDC (Código de Defesa do Consumidor) traz em seu texto:

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

*§ 1º É **enganosa** qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.*

*§ 2º É **abusiva**, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança. (Lei 8.078/90 – CDC, destaques nossos).*



Solução: C

Fundamento:

O CDC (Código de Defesa do Consumidor) estabelece que:

Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;

II - noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.

*Art. 50. A garantia contratual é **complementar** à legal e será conferida mediante termo escrito. (Lei 8.078/90 – CDC, destaques nossos).*

Atenção: Devemos ficar atentos, pois a garantia contratual (do estabelecimento) é complementar à garantia legal. Desse modo, para os produtos duráveis (eletroeletrônicos e etc.) geralmente o estabelecimento oferece a garantia de 9 meses ou 12 meses. Se for de 9 meses, o consumidor terá 1 ano para acionar a garantia em caso de defeitos, pois é feita a soma da garantia contratual com a legal de 03 meses (90 dias). Se for de 12 meses, o consumidor terá 1 ano e 03 meses para acioná-la.



Solução: C

Fundamento:

Conforme o IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor):

*Quando você for pedir um empréstimo e o gerente exigir que você contrate um seguro ou título de capitalização você tem direito de rejeitá-lo. Ele não é obrigatório, isso é **venda casada!** (IDEC, Website, 2019, destaques nossos).*

E de acordo com o CDC (Código de Defesa do Consumidor):

*Art. 39. É **vedado** ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:*

*I - **condicionar** o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de **outro produto ou serviço**, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos; (Lei 8.078/90 – CDC, destaques nossos).*



Solução: B

Fundamento:

Conforme o CDC (Código de Defesa do Consumidor):

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

*§ 1º É **enganosa** qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, **capaz de induzir em erro o consumidor** a respeito da natureza, características, qualidade, **quantidade**, propriedades, origem, **preço** e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.*

*§ 2º É **abusiva**, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança. (Lei 8.078/90 – CDC, destaques nossos).*



Solução: A

Fundamento:

O CDC (Código de Defesa do Consumidor) estabelece que:

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

*VI - executar serviços **sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor**, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;*

[...]

*Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor **orçamento prévio** discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços. (Lei 8.078/90 – CDC, destaques nossos).*

Cartas-desafio 2



Solução: A

Fundamento:

Em relação à obsolescência programada, o sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2008, p.31) afirma que:

*A **curta expectativa de vida** de um produto na prática e na utilidade proclamada está incluída na estratégia de marketing e no cálculo de lucros: tende a ser **preconcebida**, prescrita e instilada nas práticas dos consumidores mediante a apoteose de novas ofertas (de hoje) e a difamação das antigas (de ontem). (Zygmunt Bauman, Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria, 2008, destaques nossos).*

Além disso, Bauman destaca:

*Novas necessidades exigem novas mercadorias, que por sua vez exigem novas necessidades e desejos; o advento do consumismo augura uma era de “**obsolescência embutida**” dos bens oferecidos no mercado e assinala um aumento espetacular na indústria da remoção do lixo. (Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008, p. 45, destaques nossos).*



Solução: C

Fundamento:

De acordo com a Lei da Política Nacional de Resíduos Sólidos:

Art. 3º Para os efeitos desta Lei, entende-se por:

[...]

*XII - **logística reversa**: instrumento de desenvolvimento econômico e social caracterizado por um conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento, em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou outra destinação*

final ambientalmente adequada; (Política Nacional de Resíduos Sólidos, Lei 12.305/2010).

Já o Decreto nº 10.388 traz, quanto ao descarte, a seguinte instrução:

Art. 9º Os consumidores deverão efetuar o descarte dos medicamentos domiciliares vencidos ou em desuso e de suas embalagens de acordo com as normas estabelecidas pelos órgãos integrantes do Sistema Nacional do Meio Ambiente - Sisnama.

[...]

§ 2º O descarte dos medicamentos domiciliares vencidos ou em desuso pelos consumidores será realizado de acordo com as instruções descritas no material de divulgação disponível nos pontos fixos de recebimento ou, no caso de realização de campanhas de coleta, em pontos de coleta definidos para esse fim. (Decreto nº 10.388, de 5 de junho de 2020).

Atenção: Diversas farmácias possuem pontos de coleta fixos para o recebimento e descarte correto de medicamentos vencidos. Caso tenha dificuldade em localizar os estabelecimentos, entre em contato com a Vigilância Sanitária ou a Secretaria de Meio Ambiente de seu município e busque informações quanto à localização dos pontos de coleta para medicamentos vencidos.



Solução: C

Fundamento:

O sociólogo Zygmunt Bauman afirma que:

O consumo – cuja ação é definida pelos dicionários como sinônimo de “usar”, “comer”, “ingerir (líquido ou comida)” e, por extensão, “gastar”, “dilapidar”, “exaurir” – **é uma necessidade. Mas o “consumismo”, a tendência a situar a preocupação com o consumo no centro de todos os demais focos de interesse e quase sempre como aquilo que distingue o foco último desses interesses, não é.** (Zygmunt Bauman. 44 cartas ao mundo líquido, 2011, destaques nossos.).



Solução: B

Fundamento:

O BCB (Banco Central do Brasil) publicou um Caderno de Educação Financeira que esclarece que:

*O crédito é uma fonte adicional de recursos **que não são seus**, mas obtidos de terceiros (bancos, financeiras, cooperativas de crédito e outros), que possibilita a antecipação do consumo para a aquisição de bens ou contratação de serviços. Existem várias modalidades de crédito. Por exemplo: limite do cheque especial, cartão de crédito, empréstimos, financiamentos imobiliários ou de veículos, compra a prazo em lojas comerciais etc.*

É muito importante para sua vida financeira saber escolher a modalidade de crédito mais adequada para cada situação. Com a devida compreensão dos custos envolvidos nas operações de crédito, é mais fácil o uso do crédito de forma consciente.

(Caderno de Educação Financeira - Gestão de Finanças Pessoais – BCB- p. 25, 2013, destaques nossos).

Por outro lado, Bauman deixa claro que o objetivo dos bancos é justamente transformar as pessoas em devedores:

*As pessoas que se recusam a gastar um dinheiro que ainda não ganharam, abstendo-se de pedi-lo emprestado, não têm utilidade alguma para os emprestadores, assim como as pessoas que (levadas pela prudência ou por uma honra hoje fora de moda) se esforçam para pagar seus débitos nos prazos estabelecidos. **Para garantir seu lucro**, assim como o de seus acionistas, **bancos e empresas de cartões de crédito** contam mais com o "**serviço**" **continuado das dívidas** do que com seu pronto pagamento. Para eles, o "**devedor ideal**" é aquele que **jamais paga integralmente suas dívidas**. (Zygmunt Bauman, *Capitalismo Parasitário*, 2010, p. 15, destaques nossos).*



Solução: A

Fundamento:

A definição de desenvolvimento sustentável surgiu em 1983 na Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da Organização das Nações Unidas (ONU, 1983).

Já o item 5 da Declaração de Joanesburgo (2002) estabelece que o desenvolvimento sustentável se baseia em três pilares: **desenvolvimento econômico, desenvolvimento social e proteção ambiental**. No texto original:

*5. Accordingly, we assume a collective responsibility to advance and strengthen the interdependent and mutually reinforcing **pillars of sustainable development — economic development, social development and environmental protection** — at the local, national, regional and global levels. (Johannesburg Declaration on Sustainable Development, 2002, destaques nossos).*



Solução: A

Fundamento:

De acordo com o MEC (Ministério da Educação) -CONEF (Comitê Nacional de Educação Financeira):

*Em linhas gerais, um **orçamento doméstico ou pessoal** é uma ferramenta financeira, geralmente uma tabela na qual em um dos lados entra quanto você ganha (**receitas**) e no outro, quanto você gasta (**despesas**). (MEC-CONEF, Educação Financeira nas Escolas, Livro 1, p. 15, 2013, destaques nossos).*

*O orçamento pode ser visto como uma ferramenta do **planejamento financeiro** pessoal, que contribui **para a realização de sonhos e projetos**. Para que se tenha um bom planejamento, é necessário saber aonde se quer chegar; é necessário internalizar a visão de futuro trazida pela perspectiva de realização do projeto e estabelecer metas claras e objetivas, as quais geralmente precisam de recursos financeiros para que sejam alcançadas ou para que ajudem a atingir objetivos maiores. (Caderno de Educação Financeira - Gestão de Finanças Pessoais – BCB- p. 20, 2013, destaques nossos).*

Cartas-desafio 3



Solução: B

Fundamento:

Conforme o CDC (Código de Defesa do Consumidor):

Art. 57. A Prestadora pode oferecer benefícios ao Consumidor e, em contrapartida, exigir que permaneça vinculado ao Contrato de Prestação do Serviço por um prazo mínimo.

§ 1º O tempo máximo para o prazo de permanência é de 12 (doze) meses.

[...]

*Art. 58. Rescindido o Contrato de Prestação de Serviço antes do final do prazo de permanência, a Prestadora **pode exigir o valor da multa** estipulada no Contrato de Permanência, a qual deve ser proporcional ao valor do benefício e ao tempo restante para o término do prazo de permanência.*

*§ 2º É **vedada** a cobrança prevista no caput na hipótese de rescisão em **razão de descumprimento de obrigação contratual** ou legal por parte da Prestadora, cabendo a ela o ônus da prova da não-procedência do alegado pelo Consumidor. (Resolução Anatel nº 632/2014, destaques nossos).*

Atenção: Segundo os Tribunais e a própria Anatel, não há irregularidade na previsão de multa para o rompimento da cláusula de fidelidade em contratos de telefonia, desde que:

- o período de fidelidade não seja superior a 12 meses;
- tenha havido algum benefício em contrapartida no momento da contratação, como um desconto, por exemplo;
- o serviço esteja sendo prestado **adequadamente**.



Solução: C

Fundamento:

Conforme o CDC (Código de Defesa do Consumidor):

*Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por **aqueles decorrentes da disparidade**, com a indicações constantes do **recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária**, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o **consumidor exigir a substituição das partes viciadas**.*

[...]

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, **pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:**

I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

[...]

§ 3º O consumidor poderá fazer uso imediato das alternativas do § 1º deste artigo sempre que, em razão da extensão do vício, a substituição das partes viciadas puder comprometer a qualidade ou características do produto, diminuir-lhe o valor ou se tratar de produto essencial.

[...]

§ 6º São impróprios ao uso e consumo:

[...]

*II - os **produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação**; (Lei 8.078/90 – CDC, destaques nossos).*



Solução: B

Fundamento:

EMENTA. CONSUMIDOR. INSCRIÇÃO EM CADASTRO DE INADIMPLENTES. QUITAÇÃO DA DÍVIDA. CANCELAMENTO DO REGISTRO. OBRIGAÇÃO DO CREDOR. PRAZO. NEGLIGÊNCIA. DANO MORAL. PRESUNÇÃO.

2. Quitada a dívida pelo devedor, a exclusão do seu nome deverá ser requerida pelo credor no prazo de 05 dias, contados da data em que houver o pagamento efetivo, sendo certo que as quitações realizadas mediante cheque, boleto bancário, transferência interbancária ou outro meio sujeito a confirmação, dependerão do efetivo ingresso do numerário na esfera de disponibilidade do credor. (STJ, RECURSO ESPECIAL Nº 1.149.998 - RS (2009/0139891-0), destaques nossos).

Atenção: O STJ (Supremo Tribunal de Justiça) assim decidiu com base em uma analogia do art. 43, § 3º do CDC (Código de Defesa do Consumidor):

Art. 43. O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes.

[...]

*§ 3º O consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, **no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração** aos eventuais destinatários das informações incorretas. (Lei 8.078/90 – CDC, destaques nossos).*



Solução: A

Fundamento:

De acordo com o CDC (código de Defesa do Consumidor):

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

[...]

III - enviar ou entregar ao consumidor, **sem solicitação prévia**, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço; (Lei 8.078/90 – CDC, destaques nossos)



Solução: C

Fundamento:

Conforme o BCB (Banco Central do Brasil):

As pessoas físicas ou jurídicas **são obrigadas a receber até 100 moedas de cada valor por compra**. Assim, desde que observado esse limite, elas não podem se recusar a receber as moedas sob o argumento de que somente aceitam pagamentos em cédulas ou de que não aceitam pagamento total ou parcial da compra em moedas. (Banco Central do Brasil – BCB – Perguntas e Respostas, Website, 2021, destaques nossos).

E de acordo com o CDC (Código de Defesa do Consumidor):

Art. 39. É **vedado** ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

[...]

IX - **recusar a venda** de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los **mediante pronto pagamento**, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; (Lei 8.078/90 – CDC, destaques nossos).



Solução: C

Fundamento:

De acordo com o IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor), todos os estabelecimentos (inclusive pequenos comércios) estão **proibidos de exigir um valor mínimo** de compras para pagar com **cartão de crédito ou de débito**. (IDEC, Website, 2013, destaques nossos).

Isso ocorre pois essa exigência é considerada uma **vantagem excessiva** para o estabelecimento frente ao consumidor, conforme o próprio CDC (Código de Defesa do Consumidor):

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

[...]

*V - exigir do consumidor **vantagem manifestamente excessiva**; (Lei 8.078/90 – CDC, destaques nossos).*

Cartas-desafio 4



Solução: A

Fundamento:

O sociólogo polonês Zygmunt Bauman cunhou o termo “modernidade líquida”, para descrever o período que se iniciou após a Segunda Guerra Mundial (segunda metade do século XX) e que se estende até os dias atuais. Para este pensador, a transformação nas relações sociais, econômicas e de produção, desencadeadas pela globalização, criaram uma realidade de incertezas, com a substituição da coletividade pelo individualismo. Nesse contexto, com a evolução do capitalismo, as pessoas são transformadas em mercadorias, pois elas passam a valer na medida do que consomem, e consomem para estabelecer seu sentimento de pertencimento e identidade. (Zygmunt Bauman, Modernidade Líquida, 2001).



Solução: A

Fundamento:

De acordo com a PEBMED (Portal de pesquisas médicas):

Os autores de um artigo publicado [...] no JAMA trazem respostas para perguntas frequentes sobre suplementação de micronutrientes, esclarecendo pontos sobre o uso adequado, além de desencorajar o consumo inapropriado desses produtos por indivíduos saudáveis.

Pontos importantes:

- *Os pacientes devem ser alertados de que a suplementação não substitui uma dieta equilibrada e, na maioria dos casos, não traz benefícios adicionais.*
- *As muitas vantagens de obter vitaminas e minerais de alimentos, e não de suplementos, devem ser destacadas:*

[...]

4) Suplementação multivitamínica/multimineral

A suplementação com **polivitamínicos não é recomendada para adultos saudáveis**. (PEBMED, Website, 2018, destaques nossos).

Corroborando essa ideia, Bauman afirma:

*Esta é, aliás, uma prática normal para as indústrias médica e farmacêutica: uma vez reclassificadas como patológicas, **as condições humanas antes não comercializadas (e portanto não lucrativas) transformam-se em territórios de exploração potencial (ou seja, mais rentáveis)**. As ocasiões para tal reclassificação brotam onde quer que os departamentos de Pesquisa & Desenvolvimento deparem com uma nova engenhoca ou com compostos capazes de dar respostas a perguntas até então não formuladas, numa sequência de eventos em conformidade com a regra: “Eis a resposta... Qual é a pergunta?”. (Zygmunt Bauman, Vida a crédito, 2010. p. 194, destaques nossos).*



Solução: B

Fundamento:

O MEC (Ministério da Educação) - Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF) esclarece:

*É preciso entender que quando você faz um **crediário**, não “ganhou mais dinheiro”, apenas **adiou a despesa** e ainda por **cima contraiu uma dívida maior** do que o valor à vista: **despesa adiada + juros + outros encargos**. (MEC-CONEF, Educação Financeira nas Escolas, Livro 1, 2013, p. 74, destaques nossos).*

*Os consumidores podem **se planejar** para comprar de forma mais consciente, pesquisando preços, avaliando as características dos produtos e buscando similares mais baratos. Muitas vezes, economizando uma quantia por mês e programando a compra, é possível **evitar financiamentos**, que sempre implicam o pagamento de juros. (Ministério da Educação e Cultura - MEC-CONEF, Educação Financeira nas Escolas, Livro 1, p. 126, 2013, destaques nossos).*



Solução: C

Fundamento:

De acordo com a Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN):

Golpe do Whatsapp

[...]

*Neste golpe, bandidos clonam o WhatsApp. Eles fingem ser do serviço de atendimento de sites de compra, **para roubar sua conta no aplicativo**. Com ela em mãos, enviam mensagens pelo aplicativo, para seus contatos, se fazendo passar por você e pedindo dinheiro emprestado.*

Como evitar?

*Uma medida simples para evitar que o WhatsApp seja clonado é habilitar a opção “Verificação em duas etapas” (Configurações/Ajustes > Conta > Verificação em duas etapas). Desta forma é possível cadastrar uma senha que será solicitada periodicamente pelo aplicativo. E se alguém pedir dinheiro emprestado pra você, **ligue pra confirmar se é realmente a pessoa**. (FEBRABAN, Website, [s.d.], destaques nossos).*



Solução: A

Fundamento:

De acordo com o MEC (Ministério da Educação) - Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF):

*[...] as **pirâmides financeiras** são práticas ilegais. Trata-se de esquemas irregulares de captação de recursos da população em que **os ganhos, prometidos aos atuais integrantes, são pagos com os recursos dos novos participantes** (“investimento inicial”) e não os lucros do empreendimento anunciado. Esse modelo não é sustentável, pois quando a velocidade de novas captações diminui, atrasos começarão a ocorrer e o esquema desmorona.*

(Ministério da Educação e Cultura - MEC-CONEF, Educação Financeira nas Escolas, Livro 2, p. 160, 2013, destaques nossos).

**Solução: B****Fundamento:**

No exemplo da questão, é possível identificar uma estratégia para promover a compra por impulso, uma armadilha de consumo. Nela, os itens para venda são colocados em um padrão lógico de atração.

Por exemplo:

*Se estamos em um supermercado, produtos pequenos devem estar próximos aos caixas. Isso porque doces e guloseimas, geralmente, **são comprados mais por impulso do que por necessidade**. Por isso, se eles estão próximos do momento em que os clientes já estão prestes a finalizar a compra [...]. (Hotmart Blog. Empreendedorismo. O que é merchandising e como aplicá-lo em seu negócio?, Website, 2018, destaques nossos).*

*Reconheça as estratégias de vendas. Ao tomar conhecimento do que o marketing e o comércio fazem, você está **mais capaz de resistir às tentações** de consumo e das armadilhas que aparecem. (Caderno de Educação Financeira - Gestão de Finanças Pessoais – BCB - Banco Central do Brasil - p.41, 2013, destaques nossos).*

Cartas-desafio 5



Solução: B

Fundamento:

O CDC (Código de Defesa do Consumidor) prescreve que:

Art. 2º **Consumidor** é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º **Fornecedor** é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, **que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.** (Lei 8.078/90 – CDC, destaques nossos).

Atenção: Para que possa ser aplicado o CDC (Código de Defesa do Consumidor), é necessário que a venda seja realizada por um **fornecedor** diretamente ao **consumidor**. Assim, as operações de compra e venda **entre particulares não são reguladas pelo CDC, mas pelo Código Civil**. Por isso o Procon não pode intervir nesse caso. Caso o particular que se sinta lesado não consiga solucionar o problema diretamente com o vendedor, e acredite que tenha sido vítima de estelionato ou má-fé, deverá procurar a delegacia para registro de boletim de ocorrência e a Defensoria Pública ou um advogado, para a defesa de seus direitos.



Solução: B

Fundamento:

De acordo com o IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor): **Ninguém é obrigado a levar um fardo inteiro de um produto quando só precisa de uma unidade.** O consumidor pode fazer a compra fracionada **desde que a separação preserve as**

informações obrigatórias do fabricante na embalagem, segundo o artigo 39, I, do CDC. (IDEC, Website, 2019, destaques nossos).

Conforme o CDC (Código de Defesa do Consumidor):

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, **sem justa causa**, a **limites quantitativos**; (Lei 8.078/90 – CDC, destaques nossos).

Atenção: É possível estabelecer a quantidade mínima quando houver **justa causa**. É o caso, por exemplo, de ovos, que são vendidos normalmente à dúzia, ou à meia dúzia. Nesse caso, o acondicionamento já vem desse modo, sendo inviável vender, por exemplo, 2 unidades apenas.



Solução: A

Fundamento:

De acordo com o Procon, uma das práticas abusivas mais comuns é a **maquiagem de preços**. É quando os fornecedores **elevam artificialmente** os valores dos produtos no período anterior para anunciá-los com **descontos fictícios** na Black Friday, causando uma falsa impressão de vantagem para o comprador. (Prefeitura de São José dos Campos; Secretaria de Apoio Jurídico, 2018, destaques nossos).

Do CDC (Código de Defesa do Consumidor):

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É **enganosa** qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, **capaz de induzir em erro o consumidor** a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, **preço** e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços. (Lei 8.078/90 – CDC, destaques nossos).



Solução: B

Fundamento:

O CDC (Código de Defesa do Consumidor) estabelece que:

*Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, **nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento** ou ameaça.*

[...]

*Art. 61. Constituem **crimes contra as relações de consumo** previstas neste código, sem prejuízo do disposto no Código Penal e leis especiais, as condutas tipificadas nos artigos seguintes.*

[...]

*Art. 71. Utilizar, na cobrança de dívidas, de ameaça, coação, constrangimento físico ou moral, afirmações falsas incorretas ou enganosas ou de qualquer outro procedimento **que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer:***

Pena Detenção de três meses a um ano e multa. (Lei 8.078/90 – CDC, destaques nossos).



Solução: B

Fundamento:

O Procon-RS (Programa de Proteção e Defesa do Consumidor do Rio Grande do Sul) afirma que:

*A **cobrança de multa por perda da comanda** é considerada **prática abusiva** de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (CDC). A responsabilidade pelo controle é **do estabelecimento** e não deve ser transferida ao cliente. (Procon-RS. Website, 2019, destaques nossos).*

De fato, o CDC (Código de Defesa do Consumidor) estabelece o seguinte:

*Art. 39. É **vedado** ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:*

[...]

V - exigir do consumidor vantagem **manifestamente excessiva**;

[...]

Art. 51. São **nulas** de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

[...]

IV - **estabeleçam obrigações** consideradas *iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em **desvantagem exagerada**, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade*; (Lei 8.078/90 – CDC, destaques nossos).



Solução: C

Fundamento:

Conforme o CDC (Código de Defesa do Consumidor):

Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;

II - noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.

§ 1º *Inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços. (Lei 8.078/90 – CDC, destaques nossos).*

Cartas-desafio 6



Solução: C

Fundamento:

[...] o golpe do envelope vazio é uma prática criminal realizada por um estelionatário em que **o envelope depositado não tem conteúdo**. Esse crime é um aproveitamento da inocência do vendedor ou beneficiado que **esquece de checar junto ao banco se o valor foi depositado**. (Empreender Dinheiro, Website, destaques nossos).

Atenção: Na maioria das vezes o estelionatário demonstra muita pressa para que o vendedor realize o envio ou a entrega do produto, justamente para evitar que este verifique junto ao banco se o valor foi realmente depositado. Para evitar esse golpe, sempre confira junto ao banco ou no seu extrato se o valor foi realmente depositado antes de entregar o produto.



Solução: A

Fundamento:

De acordo com o SERASA (Centralização de Serviço dos Bancos):

O cartão de crédito é uma forma de empréstimo com prazo de pagamento de até 40 dias, e disponibilizado por bancos e instituições financeiras. Quando você pede o cartão, recebe um limite de crédito para fazer compras de bens e serviços.

[...]

Todo mês você recebe uma fatura referente ao gasto do mês anterior. Deve ser paga até a data de vencimento, para ter seu limite restabelecido. Se você atrasar o pagamento, serão cobrados juros, além de correr o risco de ser negativado.

*Existem as opções **de pagamento do mínimo da fatura** ou **parcelamento** em caso de não ter dinheiro para pagar o valor inteiro. Essa é uma **alternativa arriscada**, pois*

a chance de você se enrolar e acabar se endividando é **muito grande**. (Serasa, Website, [s.d.]).

Atenção: O cartão de crédito, por si só, não chega a ser um problema, pois pode realmente auxiliar com a programação e pagamento das compras. O problema é quando o cartão de crédito é utilizado para compras as quais o consumidor não terá condições de pagar, ou seja: estão acima de suas possibilidades.

Caso a fatura do cartão não seja totalmente paga, quando apenas o valor mínimo é pago, a diferença de valor (que não foi paga) se transforma em um empréstimo com juros muito altos (algo entre 10% e 15% ao mês), o que pode se transformar em uma verdadeira bola de neve.

Resumindo: o cartão de crédito pode ser uma boa opção, mas deve ser usado com responsabilidade.



Solução: A

Fundamento:

Essa estratégia de marketing, conhecida como marketing de escassez, passa a mensagem de que a oportunidade precisa ser aproveitada imediatamente, e visa favorecer o impulso consumista.

De acordo com Bauman, esse tipo de mensagem:

*[...] se adapta bem à experiência de tempo pontilhista composto de instantes, de episódios com tempo fixo e novos começos; ela libera o presente que deve ser explorado, e explorado em sua plenitude... [...] Consumidores experientes com certeza vão captar a mensagem, **que os estimulará a se apressarem e os lembrará que não há tempo a perder.***

*A mensagem, portanto, implica uma advertência que só será negligenciada sob grande risco: **seja lá o que você ganhe atendendo com prontidão ao apelo, não vai durar para sempre.** (Zygmunt Bauman, *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*, 2008, p. 109 destaques nossos).*



Solução: A

Fundamento:

De acordo com o IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor),:

O **superendividado** é aquele cuja renda está tão comprometida, que perdeu a capacidade de pagar suas dívidas, a ponto de pôr em risco sua subsistência, ou seja, de quitar contas básicas como alimentação e moradia. (IDEC, Website, 2019b, destaques nossos).

Essa condição de superendividamento é estimulada pelos bancos que, segundo Bauman, alcançaram seu objetivo, que era criar:

*[...] uma raça de devedores eternos e a autoperpetuação do "estar endividado", à medida que **fazer mais dívidas** é visto como o único instrumento verdadeiro de salvação das dívidas já contraídas. Hoje, ingressar nessa condição é mais fácil do que nunca antes na história da humanidade, assim como escapar dessa condição jamais foi tão difícil. Todos os que podiam se transformar em devedores e milhões de outros que não podiam e não deviam ser induzidos a pedir empréstimos já foram fígados e seduzidos para fazer dívidas. (Zygmunt Bauman, Capitalismo Parasitário, 2010, p. 18/19, destaques nossos).*

Por outro lado, conforme o MEC (Ministério da Educação) - Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF):

*Uma dívida contraída de forma impensada **pode ser trocada por outra que custe menos**. Há pessoas que preferem quitar uma dívida cara (como a do cheque especial) contraindo outra menos custosa (empréstimo consignado). O valor da dívida pode ser o mesmo, mas as condições (juros, prazo etc.) podem fazer uma grande diferença no valor das parcelas. (MEC-CONEF, Educação Financeira nas Escolas, Livro 1, 2013, p. 82.).*



Solução: C

Fundamento:

No mundo, mais de 500 bilhões de sacolas plásticas são distribuídas ao ano. No Brasil, cerca de 1,5 milhão saem das lojas para as mãos dos consumidores por dia - aproximadamente 35 mil por minuto! Estima-se que este tipo de saco plástico demore 450 anos para se decompor. (Ministério do Meio Ambiente, Produção de Consumo Sustentáveis, 2012, destaques nossos).

*O descarte diário de sacolas plásticas, aliás, provoca o assoreamento das galerias pluviais, entupimento de bueiros e córregos, entre outras consequências. Uma boa alternativa para esse problema é o uso de **sacolas retornáveis**, ou **ecobags**, que são fabricadas com produtos químicos que não agredem o meio ambiente, consomem menos energia na produção, têm um design moderno e são práticas: podem ser dobradas e guardadas em bolsas e porta-luvas e usadas em diversas ocasiões, não só na ida ao supermercado.[...](ECYCLE. Website, 2013, destaques nossos).*



Solução: B

Fundamento:

Uma das maiores facilidades financeiras oferecidas pelos estabelecimentos comerciais é o parcelamento de compras no cartão de crédito.

Mas aquilo que é uma facilidade quase irrecusável deve ser, sim, totalmente recusada. Compras recorrentes, periódicas e constantes, como despesas com supermercado, gastos com combustível, e outras despesas cuja frequência no seu orçamento doméstico é certa e ocorre todo mês, devem ser quitadas imediatamente. À vista – no débito, no dinheiro, ou no próprio cartão de crédito (mas em uma parcela só!), desde que a liquidação ocorra no próprio mês em que a despesa é criada. (Valores Reais. Website, 2018)

O costume de entrar no crédito rotativo e fazer compras compulsivamente acabam refletindo nos meses seguintes por conta da alta carga de juros cobradas pelas operadoras do cartão de crédito. Todo o imprevisto que o atraso, falta ou pagamento do valor mínimo da fatura do cartão irá aumentar o valor da sua dívida no mês seguinte.

*Porém, é possível **reduzir a dívida do cartão de crédito** através de uma **negociação com a instituição financeira**. Apesar de muitos não acharem, para as operadoras de cartão de crédito também é uma vantagem que a dívida seja renegociada. (Juros Baixos, Website, 2017, destaques nossos).*

REFERÊNCIAS:

- ANATEL. Agência Nacional de Telecomunicações. **Resolução nº 632, de 7 de março de 2014**. Disponível em: <https://informacoes.anatel.gov.br/legislacao/resolucoes/2014/750-resolucao-632> . Acesso em: 17 mai. 2021.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL - BCB. **Caderno de Educação Financeira - Gestão de Finanças Pessoais**. 2013. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/pre/pef/port/caderno_cidadania_financeira.pdf. Acesso em: 05 mai. 2021.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL - BCB. **Acesso à Informação>Perguntas e Respostas**. 2021. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/acesoinformacao/perguntasfrequenterespostas/faq_usododinheiro. Acesso em: 05 mai. 2021.
- BAUMAN, Zygmunt. **44 cartas ao mundo líquido**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- BAUMAN, Zygmunt. **Capitalismo parasitário**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida a crédito**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- BRASIL. Decreto nº 10.388, de 5 de junho de 2020. Regulamenta o § 1º do caput do art. 33 da Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010, e institui o sistema de logística reversa de medicamentos domiciliares vencidos ou em desuso, de uso humano, industrializados e manipulados, e de suas embalagens após o descarte pelos consumidores. In: SENADO FEDERAL. **Legislação Republicana Brasileira**. Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/decreto-n-10.388-de-5-de-junho-de-2020-260391756>. Acesso em: 20 mai. 2021.
- BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. In: SENADO FEDERAL. **Legislação Republicana Brasileira**. Brasília, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 30 mai. 2021.
- BRASIL. Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei no 9.605, de 12 de fevereiro de 1998. In: SENADO FEDERAL. **Legislação Republicana Brasileira**. Brasília, 2010. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm. Acesso em: 12 abr. 2021.

BRASIL. Ministério da Educação – MEC. Conf. **Educação Financeira nas Escolas – Ensino Médio – Livro 1**. 2013. Disponível em: https://www.vidaedinheiro.gov.br/em-livro1/?doing_wp_cron=1625641891.0846140384674072265625. Acesso em: 15 mai. 2021.

BRASIL. Ministério da Educação – MEC. Conf. **Educação Financeira nas Escolas – Ensino Médio – Livro 2**. 2013. Disponível em: https://www.vidaedinheiro.gov.br/em-livro2/?doing_wp_cron=1625646316.7302930355072021484375. Acesso em: 15 mai. 2021.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Produção de Consumo Sustentáveis. Soluções Alternativas**. 2012. Disponível em: <https://antigo.mma.gov.br/clima/politica-nacional-sobre-mudanca-do-clima/siderurgia-sustentavel/itemlist/category/109-producao-de-consumo-sustentaveis.html?start=28>. Acesso em: 20 abr. 2021.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial - REsp nº 1.149.998-RS. Relator (a) Min. Nancy Andrighi. Por unanimidade. Julgado em 07/08/2012. DJe 15/08/2012. Disponível em: https://processo.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=1166810&num_registro=200901398910&data=20120815&peticao_numero=-1&formato=PDF. Acesso em: 15 abr. 2021.

ECYCLE. **Pequenas atitudes ecológicas ajudam a economizar e trazem benefícios no dia a dia**. 2013. Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/pequenas-atitudes-ecologicas-te-ajudam-a-economizar-e-trazem-beneficios-no-dia-a-dia/>. Acesso em: 12 abr. 2021.

FEBRABAN. Federação Brasileira de Bancos. **Golpe do Whatsapp**. [s.d.]. Disponível em: <https://antifraudes.febraban.org.br/whats.html>. Acesso em: 05 mai. 2021.

HOTMART BLOG. **O que é merchandising e como aplicá-lo em seu negócio?**. Empreendedorismo. 2018. Disponível em: <https://blog.hotmart.com/pt-br/merchandising/>. Acesso em: 10 mai. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – IDEC. **32 direitos do consumidor que você precisa conhecer**. 2019. Disponível em: <https://idec.org.br/dicas-e-direitos/32-direitos-do-consumidor-que-voce-precisa-conhecer>. Acesso em: 25 abr. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – IDEC. **Preço diferenciado no pagamento com cartão. Pode?**. 2013. Disponível em: <https://idec.org.br/consultas/dicas-e-direitos/preco-diferenciado-no-pagamento-com-carto-pode>. Acesso em: 25 abr. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – IDEC. **Superendividamento? Saiba o que é e como fugir**. 2019b. Disponível em:

<https://idec.org.br/idec-na-imprensa/superendividamento-saiba-o-que-e-e-como-fugir>. Acesso em: 25 abr. 2021.

JUROS BAIXOS. **O que fazer para reduzir a dívida do cartão de crédito?**. 2017. Disponível em: https://jurosbaixos.com.br/conteudo/o-que-fazer-para-reduzir-a-divida-do-cartao-de-credito_/. Acesso em: 16 abr. 2021.

LEMOS, Arthur Dantas. **O que é o golpe do envelope vazio? Saiba como se proteger!** Empreender Dinheiro. 2019. Disponível em: <https://empreenderdinheiro.com.br/blog/envelope-vazio/>. Acesso em: 06 mai. 2021.

PEBMED. **Suplementação de vitaminas e minerais: o que é preciso saber.** 2018. Disponível em: <https://pebmed.com.br/suplementacao-de-vitaminas-e-minerais-o-que-e-preciso-saber/>. Acesso em: 25 abr. 2021.

PREFEITURA DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS. Secretaria de Apoio Jurídico. **Procon monitora preços para coibir descontos fakes na Black Friday.** 2018. Disponível em: <https://www.sjc.sp.gov.br/noticias/2018/outubro/31/procon-monitora-precos-para-coibir-descontos-fakes-na-black-friday/>. Acesso em: 10 mai. 2021.

PROCON-RS. **Conheça seus direitos em bares, restaurantes e casas noturnas.** 2019. Disponível em: <https://www.procon.rs.gov.br/conheca-seus-direitos-em-bares-restaurantes-e-casas-noturnas>. Acesso em: 10 mai. 2021.

SERASA. **Cartão de Crédito: o que é e como funciona.** [s.d.]. Disponível em: <https://www.serasa.com.br/ensina/seu-credito/cartao-de-credito-o-que-e-e-como-funciona/>. Acesso em: 12 abr. 2021.

UNITED NATIONS. **Johannesburg Declaration on Sustainable Development.** 2002. Disponível em: <http://www.un-documents.net/jburgdec.htm>. Acesso em: 05 mai. 2021.

VALORES REAIS. **Nunca parcele compras recorrentes (supermercado, combustível etc.).** 2018. Disponível em: <http://valoresreais.com/2018/04/16/nunca-parcele-compras-recorrentes-supermercado-combustivel-etc/>. Acesso em: 05 mai. 2021.

WORLD WIDE FUND FOR NATURE – WWF. **O que é desenvolvimento sustentável?** Disponível em: https://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/questoes_ambientais/desenvolvimento_sustentavel/. Acesso em: 12 abr. 2021.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C577 Cipriani, Flávia

Jogo Pedagógico Direito e Consumo: o desafio da cidadania / Flávia Cipriani; coautora: Michelle Camara Pizzato – Porto Alegre: 2021.

ISBN: 978-65-86734-64-5
Recurso Digital [ebook]

Produto Educacional (Mestrado) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – Campus Porto Alegre. Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica - PROFEPT. Porto Alegre, 2021. Coautora: Profa. Dra. Michelle Camara Pizzato

1. Direito do Consumidor 2. Jogo Pedagógico. 3. Ensino Médio integrado.
I. Pizzato, Michele Camara II. Título

CDU: 37:004

Elaborada por: Débora Cristina Daenecke Albuquerque Moura – CRB 10/2229



FLÁVIA CIPRIANI
AUTORA

MICHELLE CAMARA PIZZATO
COAUTORA E ORIENTADORA

JOSEPH CIPRIANI DA SILVA
ILUSTRAÇÕES

DAVID HENRIQUE PIRES FERRAZ
PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO



TABULEIRO – PARTE 1



TABULEIRO – PARTE 2



CARTAS – TAMANHO MÉDIO

  <h1>P1</h1>	<p>Você comprou uma peça de roupa em uma loja que vende produtos pela internet. Porém, assim que o produto chegou, você percebeu que a roupa era muito diferente da foto que estava no site da loja. Muito arrependido(a) da compra, entre em contato com o Serviço de Atendimento ao Consumidor da loja e explique o que ocorreu, informando que deseja devolver a mercadoria. .</p>
  <h1>R1</h1>	<p>Você trabalha no Serviço de Atendimento ao Consumidor da loja. Encene a situação, respondendo ao(a) cliente com a alternativa que julgar mais adequada:</p> <p>a) No prazo de 10 dias, contados do recebimento da mercadoria, o(a) cliente poderá exercer o direito de arrependimento, devolvendo o produto e recebendo de volta o valor.</p> <p>b) No prazo de 30 dias, contados do recebimento da mercadoria, o(a) cliente poderá exercer o direito de arrependimento, devolvendo o produto e recebendo de volta o valor.</p> <p>c) No prazo de 7 dias, contados do recebimento da mercadoria, o(a) cliente poderá exercer o direito de arrependimento, devolvendo o produto e recebendo de volta o valor.</p>
  <h1>P2</h1>	<p>Você comprou um celular há alguns anos e o aparelho está funcionando perfeitamente. Para sua surpresa, você tem recebido mensagens de um aplicativo de troca de mensagens bastante popular, avisando que em breve, seu aparelho não poderá mais rodar esse aplicativo, pois a empresa fabricante não dará mais o suporte para aparelhos mais antigos. Em uma conversa com um(a) amigo(a) explique a situação pela qual está passando e veja qual a opinião dele(a) sobre o assunto.</p>
  <h1>R2</h1>	<p>Ouça seu(sua) amigo(a) e converse com ele(a) sobre o problema, argumentando que essa prática gera a necessidade de certa forma “fabricada” para que os usuários adquiram um novo aparelho, mesmo que os seus ainda estejam em condições de uso. Explique a ele(a) (secolhendo entre as opções abaixo) que essa estratégia das empresas fabricantes, de criarem condições de uso específicas, ou por prazo limitado, fazendo com que o consumidor se veja obrigado a substituir o aparelho antes mesmo do fim de sua vida útil, é chamada de:</p> <p>a) Obsolescência programada. b) Substituição programada. c) Troca programada.</p>

<p>Você contratou um plano de telefonia fixo e móvel para a sua Casa e telefone celular, com um valor promocional, no qual estava prevista uma cláusula de fidelidade de 12 meses. Mas, passados apenas 2 meses, você percebe que o serviço daquela operadora é bastante instável na região em que mora e trabalha. Inclusive deixando você incommunicável por alguns períodos. Descontente, entre em contato com a operadora de telefonia para cancelar o seu plano e explique a situação.</p>	<p>P3</p>  
<p>Você é um(a) atendente do Serviço de Atendimento ao Consumidor da empresa de telefonia. Ouça a reclamação do(a) cliente e responda da forma que julgar mais correta, dentre as opções abaixo:</p> <p>a) O(A) cliente poderá cancelar o plano, sem cobrança de multa pois, apesar de ter concordado com a cláusula de fidelidade, esta é ilegal.</p> <p>b) O(A) cliente poderá cancelar o plano, sem cobrança de multa, pois a cláusula de fidelidade não se aplica a casos em que o serviço não está sendo prestado adequadamente.</p> <p>c) O(A) cliente poderá cancelar o plano, mas terá que pagar uma multa pelo rompimento do contrato, garantida pela cláusula de fidelidade.</p>	<p>R3</p>  
<p>Para um trabalho escolar que trata sobre a sociedade de consumo, você precisa realizar uma pesquisa sobre o conceito de “modernidade líquida”, desenvolvido pelo sociólogo polonês Zygmunt Bauman. Para você isso é uma completa novidade e, por isso, está tendo dificuldade com o conceito. Ligue para o(a) seu(sua) amigo(a) que é sociólogo(a), e veja se ele(a) consegue lhe explicar.</p>	<p>P4</p>  
<p>Você recebe a ligação de seu(sua) amigo(a), questionando sobre o conceito de “modernidade líquida”. Explique que se trata de uma era (a atual), também conhecida como pós-modernidade, em que as relações sociais, econômicas e de produção se transformam com inensa facilidade e rapidez, sendo maleáveis, como os líquidos. Complemente a resposta utilizando uma das opções abaixo, e explique que duas das características da modernidade líquida são:</p> <p>a) A substituição da ideia de coletividade e de solidariedade pelo individualismo; e a transformação do cidadão em consumidor.</p> <p>b) A junção das ideias de coletividade e de solidariedade com a ideia de individualismo; e a transformação do ser humano em cidadão.</p> <p>c) A inversão da ideia de coletividade, substituída pela solidariedade e pelo individualismo, e a transformação do consumidor em ser humano.</p>	<p>R4</p>  

Você comprou um celular usado de uma outra pessoa (particular), por meio de um anúncio nos classificados. No momento da entrega do aparelho, aparentava estar tudo bem com o telefone. Porém, assim que chegou em Casa e tentou instalar o chip do seu celular antigo, o aparelho recém-comprado começou a apresentar falhas. Sentindo-se enganado(a), dirija-se ao Procon de sua cidade, querendo saber se pode fazer algo a respeito, com base no Código de Defesa do Consumidor.

P5




Você trabalha no Procon, e está atendendo o(a) particular que se sente lesado pelos defeitos apresentados pelo celular comprado. Explique, utilizando uma das alternativas abaixo, se a pessoa tem ou não a possibilidade de utilizar o Código de Defesa do Consumidor (CDC) como base para a defesa de seus direitos nesse caso:

a) É possível utilizar o CDC, pois os(as) particulares envolvidos no ato de compra e venda podem ser considerados fornecedor(a) e consumidor(a), respectivamente.

b) Não é possível utilizar o CDC, pois a relação de compra e venda não se estabeleceu entre consumidor(a) e fornecedor(a), mas entre particulares.

c) É possível utilizar o CDC, desde que a compra e venda seja realizada por meio de um contrato entre os(as) particulares.

R5




Você anunciou um fogão usado para venda nos classificados do jornal de sua cidade. Um possível comprador entrou em contato com você por telefone. Após a negociação, em uma sexta-feira à tarde, o comprador disse que realizou o depósito após as 15h daquele dia no caixa eletrônico e que está com o comprovante do valor da venda. Ele quer combinar a entrega para o dia seguinte, sábado de manhã, e pretende vir à sua casa para retirar o fogão. Você está em dúvida e decide perguntar para o(a) seu(sua) vizinho(a), que trabalha em um banco, se ele(a) acha confiável e segura essa negociação.

P6




Seu(sua) vizinho(a) acabou de lhe explicar a negociação que fez. Você sabe, por várias situações que já ocorreram no banco no qual trabalha, que pode se tratar de um golpe. Explique a ele(a) o porquê de haver o risco de ele(a) ficar sem receber o valor, caso entregue o fogão à pessoa, com base em uma das alternativas abaixo:

a) O comprador pode ir ao banco e desfazer o depósito que já foi compensado, mesmo sem apresentar justificativa para o gerente.

b) O comprador pode alegar que fez o depósito por engano, e o gerente do banco pode cancelar o depósito e retirar o dinheiro da conta do(a) seu vizinho(a).

c) O comprador pode ter feito o depósito com o envelope vazio no caixa eletrônico, que gerou um comprovante provisório, e isso só será descoberto na segunda-feira, quando o funcionário do banco abrir o envelope para realizar o depósito na conta.

R6




 <h1>P1</h1>	<p>Precisando adquirir uma escova de dentes, você vai até a farmácia. Ao chegar lá, percebe que há vários cartazes anunciando uma vitamina que promete proteger contra todos os vírus. Como você já sabe, nenhuma vitamina é capaz de garantir a imunidade contra quaisquer vírus. Indignado(a) e preocupado(a) com a segurança das pessoas que poderiam acreditar nesses cartazes, ligue para o Procon de sua cidade e explique a situação, querendo de algum modo denunciar a farmácia.</p>
 <h1>R1</h1>	<p>Você trabalha no Procon e atende à ligação de um (a) consumidor(a). Encene a resposta que julgar mais correta, informando se se trata de publicidade enganosa e/ou abusiva, escolhendo dentre as opções abaixo:</p> <p>a) Trata-se de propaganda abusiva apenas, pois está induzindo o consumidor a se comportar de forma prejudicial à sua segurança.</p> <p>b) Trata-se de propaganda enganosa e abusiva, pois contém informação que pode induzir em erro ao consumidor em relação às propriedades do produto, e também pode induzir a um comportamento prejudicial à sua saúde ou segurança.</p> <p>c) Trata-se de propaganda enganosa apenas, pois utiliza informação que pode induzir em erro ao consumidor, em relação à quantidade e ao preço do produto.</p>
 <h1>P2</h1>	<p>Ao realizar uma limpeza em seus armários, você encontrou vários medicamentos já vencidos, que não podem mais ser utilizados. No entanto, tem dúvidas se pode descartá-los no lixo comum ou até mesmo no lixo reciclável. Preocupado(a), entre em contato, por telefone, com a Secretaria de Meio Ambiente de seu município para saber o que fazer nessa situação.</p>
 <h1>R2</h1>	<p>Você é funcionário da Secretaria de Meio Ambiente. Escolha dentre as opções abaixo a que julgar mais correta e informe à(o) cidadã(o) que há uma ferramenta para o desenvolvimento sustentável, que engloba ações para a coleta e a restituição dos resíduos sólidos aos fornecedores para reaproveitamento, ou outra destinação ambientalmente adequada. Explique para o(a) cidadã(o) que essa ferramenta recebe o nome de:</p> <p>a) Logística ambiental, e os medicamentos deverão ser descartados como lixo reciclável.</p> <p>b) Descarte consciente, e os medicamentos deverão ser descartados como lixo reciclável, dentro de suas embalagens originais.</p> <p>c) Logística reversa, e os medicamentos deverão ser depositados no ponto de coleta em uma farmácia.</p>

<p>Você necessitou realizar um tratamento prescrito por seu médico. Para isso, adquiriu 1 caixa de medicamento anti-inflamatório em comprimidos, que deveriam ser tomados 1 vez ao dia, por 10 dias. Iniciou o tratamento no mesmo dia e saiu de férias, indo até a praia. No quarto dia de tratamento, ao retirar o comprimido da cartela, percebeu que este e os demais comprimidos da cartela estavam de uma cor diferente dos anteriores e completamente esfarralados. Para não interromper o tratamento, você foi à outra farmácia e adquiriu novamente o remédio para completar o tratamento. Agora que retornou de férias, vá até a farmácia e explique o que aconteceu para o(a) atendente para tentar receber de volta o valor pago pelo remédio.</p>	<p>P3</p>  
<p>No papel de atendente da farmácia, ouça a reclamação do(a) cliente e responda da forma que julgar mais adequada, dentre as opções abaixo:</p> <p>a) O(a) cliente só tem direito à substituição da medicação por outra idêntica, e não tem direito à devolução em dinheiro.</p> <p>b) O(a) cliente tem direito à substituição da medicação por outro produto (idêntico ou não), e também pode optar pela devolução do valor, desde que realize a reclamação dentro de 48h da compra.</p> <p>c) O(a) cliente tem direito à substituição da medicação por outra de mesma espécie em perfeitas condições de uso ou à restituição imediata da quantia paga.</p>	<p>R3</p>  
<p>Em uma consulta com seu(sua) médico(a) clínico(a) Geral, você comenta que sempre que vai à farmácia, um atendente lhe oferece um multivitamínico, que supostamente atenderia todas as necessidades nutricionais do seu organismo, melhorando a sua saúde. Pergunte ao(a) seu(sua) médico(a) se realmente é necessário e seguro tomar esse tipo de suplemento, que é ofertado indiscriminadamente pela indústria farmacêutica e vendido sem prescrição médica.</p>	<p>P4</p>  
<p>Seu(sua) paciente está perguntando sobre a suplementação com multivitamínicos. Responda, com base em uma das opções abaixo:</p> <p>a) Não é indicada para adultos saudáveis sem prescrição médica, podendo prejudicar a saúde. Há também um movimento das indústrias farmacêuticas no sentido de "produzir" doenças ou condições médicas que na realidade não existem, apenas para vender seus produtos.</p> <p>b) Pode ser feita para qualquer pessoa, pois vitaminas são naturais e não fazem mal à saúde. O movimento da indústria farmacêutica é positivo, pois previne doenças antes mesmo que elas apareçam.</p> <p>c) É indicada para adultos, mas não para crianças, pois elas têm necessidades nutricionais diferentes. A indústria farmacêutica deseja que as pessoas tenham saúde perfeita e não adoeçam jamais.</p>	<p>R4</p>  

<p>Ao passar em frente à uma farmácia em seu bairro, você lembra que precisa comprar sabonetes. Você entra na farmácia e localiza uma marca em especial, que é sua favorita. Só que os sabonetes dessa marca estão todos separados em pacotes (fardos) com 12 unidades, presos com uma fita adesiva bastante resistente na qual está escrito "Leve mais e pague menos". Pergunte para o(a) atendente da farmácia se poderia levar apenas 04 unidades, já que 12 seria uma quantidade grande demais para o seu consumo.</p>	<p>P5</p>  
<p>No papel de atendente da farmácia, responda para o(a) cliente, conforme julgar mais correto elegendo uma das alternativas abaixo para fundamentar a sua resposta:</p> <p>a) Não é possível separar as unidades que estão no fardo, pois essas vieram assim de fábrica, e representam uma economia para os clientes.</p> <p>b) É possível separar as unidades, e vender apenas a quantidade solicitada pelo(a) cliente.</p> <p>c) É possível separar as unidades, e vender apenas a quantidade solicitada pelo cliente, desde que seja no mínimo a metade da quantidade total.</p>	<p>R5</p>  
<p>Em uma farmácia de seu bairro você encontra o medicamento de uso contínuo que você precisa usar sempre, em uma promoção com 50% de desconto. Mas você tem dinheiro em sua conta apenas para uma caixa de remédio (o que estava programado para gastar). Pergunte ao(a) atendente da farmácia se seria possível comprar mais de uma unidade e pagar com cartão de crédito, para não perder a promoção, e também pergunte se ele(a) acredita que valeria a pena fazer isso.</p>	<p>P6</p>  
<p>Você é o(a) atendente da farmácia e acaba de ser perguntado sobre o uso do cartão de crédito pelo(a) seu(sua) cliente. Seja sincero e explique se a compra vale a pena ou não, utilizando uma das opções abaixo:</p> <p>a) A compra somente vai valer a pena se o(a) cliente tiver a certeza de que terá o valor para pagar a fatura completa do cartão de crédito na data de seu vencimento. Assim estará economizando no valor do remédio, sem se sobrecarregar com juros e taxas pelo não pagamento da fatura total.</p> <p>b) A compra no cartão de crédito vai valer a pena de qualquer jeito, pois o remédio está com 50% de desconto, o que faz com que possam ser compradas 2 unidades pelo preço de 1.</p> <p>c) A compra não vai valer a pena, pois sempre é melhor comprar apenas o que temos condições de pagar à vista e usar o cartão de crédito nunca é uma boa ideia.</p>	<p>R6</p>  

  <h1>P1</h1>	<p>Você adquiriu uma televisão em uma Loja na cidade onde reside. No entanto, passados 14 meses, a televisão simplesmente parou de funcionar. Na embalagem e manual do televisor estava escrito que o período de garantia da Loja era de 12 meses. Vá até a Loja e explique a situação para o(a) vendedor(a), dizendo que gostaria de poder mandá-la para o conserto, sem custo, ou até mesmo trocar a televisão por outra que esteja funcionando.</p>
  <h1>R1</h1>	<p>Você é o(a) vendedor(a) da Loja e precisa verificar se o consumidor(a) tem direito à cobertura da garantia, respondendo ao cliente e escolhendo dentre as opções abaixo:</p> <p>a) O(A) consumidor(a) não tem direito à troca ou devolução, pois o período de garantia contratual é de apenas 12 meses.</p> <p>b) O(A) consumidor(a) não tem direito à troca ou devolução, pois o período de garantia legal é de apenas 3 meses.</p> <p>c) O(A) consumidor(a) tem direito à troca ou devolução, pois o período de garantia legal, seguida da contratual é de 15 meses.</p>
  <h1>P2</h1>	<p>Você precisa adquirir um sapato para trabalhar, pois o seu já está bastante deteriorado. Ao chegar na Loja, o vendedor apresenta diversos modelos confortáveis e bonitos. Ao verificar os preços, descobre que um dos modelos, embora não apresente diferenças notáveis em relação aos demais, está custando o triplo do preço, por se tratar da marca Pé-de-Atijo muito valorizada no mercado. Encantado(o) pelo sapato, você se dirige ao caixa e entra na fila para realizar o pagamento. Enquanto aguarda, um(a) amigo(a) entra na fila logo atrás de você. Comente com ele(a) a diferença de preço que observou entre as marcas e peça-lhe que optine sobre a compra.</p>
  <h1>R2</h1>	<p>Você está em uma loja para pagar um carrê e o(a) seu(sua) amigo(a) lhe pede uma opinião sobre a compra de um sapato que custa 3 vezes mais do que outro, bem similar. Aconselhe-o(a) sobre a compra, escolhendo dentre as alternativas abaixo e explicando que essa aquisição pode ser considerada como:</p> <p>a) Consumo, que é a compra para a satisfação dos desejos, vontades e anseios, que vão além das necessidades.</p> <p>b) Consumismo, que é a compra para a satisfação das necessidades básicas apenas.</p> <p>c) Consumismo, pois embora seu(sua) amigo(a) realmente precisasse do par de sapatos, a opção pela compra de um sapato três vezes mais caro do que os demais, apenas por ser de marca e com características muito semelhantes, não se justifica.</p>

  <h1>P3</h1>	<p>Você recebeu um aviso por correios, de que uma Loja na qual comprou a prazo, iria inscrever o seu nome nos cadastros negativos de proteção ao crédito (SPC/SERASA), por você não ter pago a última prestação do carnê. Conferindo o carnê, você verifica que realmente se esqueceu de pagar a parcela, que venceu há dois meses. Como está sem tempo, aguarda mais alguns dias e vai até a Loja para efetuar o pagamento, recebendo a informação de que infelizmente seu nome já foi negativado. Ao realizar o pagamento em dinheiro, pergunte para o(a) gerente em quanto tempo o seu nome ficará "limpo" novamente.</p>
  <h1>R3</h1>	<p>Você é o(a) gerente da Loja, e precisa responder para o(a) cliente em quanto tempo o nome dele(a) deverá ser retirado dos cadastros dos órgãos de proteção ao crédito. Dentre as opções abaixo, escolha a que julgar correta e responda para o(a) cliente:</p> <p>a) O prazo é de 10 dias úteis após o pagamento da dívida. Só poderá ser maior que isso se o pagamento for realizado por boleto ou cheque.</p> <p>b) O prazo é de 5 dias úteis após o pagamento da dívida. Só poderá ser maior que isso se o pagamento for realizado por boleto ou cheque.</p> <p>c) O prazo é de 15 dias úteis após o pagamento da dívida. Só poderá ser maior que isso se o pagamento for realizado por boleto ou cheque.</p>
  <h1>P4</h1>	<p>Precisando de um aparelho de celular novo, você vai até uma Loja de sua cidade, para verificar quais são as condições para a compra. Chegando lá, verifica que o modelo que você quer está custando R\$ 1.000,00. Mas esse valor pode ser parcelado em 12 vezes, com parcelas de R\$ 150,00 no crediário da Loja. Você não tem o valor para pagar à vista, mas R\$ 150,00 cabem no seu orçamento mensal. Pergunte ao(a) vendedor(a) da loja qual o valor total dos juros que estão sendo cobrados no valor a prazo, e se essa compra a prazo seria uma boa decisão.</p>
  <h1>R4</h1>	<p>Você é vendedor(a) na Loja de celulares e o(a) seu(sua) cliente acaba de lhe fazer uma pergunta. Seja sincero e responda a ele(a), com base em uma das alternativas abaixo:</p> <p>a) O valor dos juros nessa compra é de R\$ 150,00 e representa 15% a mais do que o valor que seria pago à vista, ou seja, é um bom negócio.</p> <p>b) O valor dos juros nessa compra é de R\$ 500,00 e representa 50% a mais do que o valor que seria pago à vista, ou seja, não é um bom negócio.</p> <p>c) O valor dos juros nessa compra é de R\$ 300,00 e representa 30% a mais do que o valor que seria pago à vista, ou seja, não é um bom negócio.</p>

  <h1>P5</h1>	<p>Animados(as) com as ofertas da Black Friday, você e um(a) amigo(a) decidem ir até uma Loja para verificar se vale a pena o desconto oferecido, já que um(a) de vocês está precisando de um liquidificador e o(a) outro(a) precisa de um secador de cabelo. Porém, ao chegar à Loja e verificar os preços nas etiquetas, você reparou que o liquidificador está sendo anunciado com 50% de desconto, mas o preço é exatamente o mesmo que você havia visto na vitrine na semana anterior. Avise o(a) seu (sua) amigo(a) e pergunte se ele sabe o que fazer nessa situação.</p>
  <h1>R5</h1>	<p>Seu(sua) amigo(a) acabou de lhe avisar sobre a tática utilizada pela Loja para ludibriar os(as) clientes. Como você já conhece o CDC, sabe que essa prática de aumentar o preço artificialmente, anunciando o produto como se estivesse com desconto, é considerada publicidade enganosa, e pode ser denunciada ao Procon. Inclusive, essa é uma das reclamações mais comuns durante a chamada Black Friday no Brasil. Explique para o(a) seu(sua) amigo(a) que essa prática é conhecida como:</p> <ol style="list-style-type: none"> Maquiagem de preços. Duplicação de preços. Inflação de preços.
  <h1>P6</h1>	<p>Você acaba de passar em frente a uma vitrine na qual, em um cartaz, se lê a frase: "Fique na Modal! Novidades da estação! Somente hoje pela metade do preço! Últimas unidades!". Você fica muito interessado(a) na promoção, e já está prestes a entrar na loja. Com você está um(a) amigo(a). Convide-o(a) para entrar na loja com você e aproveitar a promoção.</p>
  <h1>R6</h1>	<p>Seu(sua) amigo(a) lhe convida para entrar na Loja e aproveitar a promoção. Mas seu orçamento já está muito apertado esse mês. Explique a ele(a) que essa impressão de falta ou urgência que está expressa no cartaz, ao usar expressões como "últimas unidades" e "somente hoje", é um:</p> <ol style="list-style-type: none"> Recurso do marketing, para que o consumidor tenha pressa e não perca tempo, adquirindo o produto o quanto antes. Recurso da escrita, que deixa claro para os clientes que a promoção é somente para aquele dia. Recurso da administração de estoques, para que o empresário saiba que precisará renovar seus estoques em breve.

Depois de muito pesquisar sobre taxas e juros, você decide contratar um empréstimo no Banco em que recebe seu salário. Porém, no momento de assinar o contrato, o(a) gerente também lhe entrega uma apólice de seguro residencial para assinatura, dizendo que o empréstimo só será liberado se você contratar também o seguro. Isso não lhe parece certo, e você diz para o(a) gerente que vai se informar melhor a respeito disso. Saíndo do banco, entre em contato com o Procon de sua cidade e explique a situação para o(a) atendente.

P1



DIREITO & CONSUMO

Você é o(a) atendente do Procon. Explique para o consumidor(a) que essa prática por parte do Banco - que é considerada abusiva e pode gerar uma reclamação e popularmente conhecida como: - é

a) Venda conjunta, pois o consumidor adquire um conjunto de produtos.
b) Venda dupla, pois obriga o consumidor a comprar uma dupla de produtos.
c) Venda casada, pois o fornecimento do produto ou serviço está sendo condicionado a outro produto ou serviço.

R1



DIREITO & CONSUMO

Você precisa abrir uma conta corrente para receber o seu salário. Por isso, foi até o banco, onde o(a) gerente explicou quais documentos seriam necessários e também os detalhes para a movimentação da conta. O (A) gerente também lhe informa que a sua conta corrente terá um limite de crédito, conhecido como cheque especial. Peça ao(a) gerente que explique melhor sobre esse limite de crédito, pois não ficou claro para você.

P2



DIREITO & CONSUMO

Você é o(a) gerente do Banco, e precisa explicar ao(a) cliente sobre o conceito de crédito. Escolha, dentre as opções abaixo, a que achar mais adequada para que ele entenda bem do que se trata e explique:

a) O crédito é um valor a que temos direito, como o cheque especial ou o empréstimo em folha, que pode ser utilizado como se fosse um dinheiro a mais para comprarmos itens necessários.
b) O crédito é a mesma coisa que dívida pois, ao contratá-lo ou utilizá-lo, temos a incidência de juros e taxas que precisarão ser pagos, juntamente com o valor utilizado/contratado.
c) O crédito pode ser usado para todos os gastos do dia-a-dia, já que é apenas um adiantamento de valor que será pago mais adiante, sem juros ou taxas.

R2



DIREITO & CONSUMO

  <h1>P3</h1>	<p>Você abriu uma conta salário em um Banco, para que a empresa onde trabalha possa depositar o seu salário todos os meses. Na abertura da conta, foi informado que receberia um cartão de débito para poder sacar o dinheiro nos caixas eletrônicos, para facilitar a movimentação da conta. No entanto, 10 dias depois da abertura da conta, você recebe em casa um cartão múltiplo (de débito e de crédito), que você não havia solicitado. Além disso, no contrato que você junto com o cartão, está escrito que você pagará uma taxa mensal de R\$ 10,00 para utilizar o cartão. Ligue para o Banco e explique a situação.</p>
  <h1>R3</h1>	<p>Você é o(a) gerente do Banco que recebe a ligação do consumidor. Dentre as opções abaixo, escolha a que achar mais adequada e responda para o(a) cliente:</p> <p>a) O(A) cliente tem direito de ter o cartão cancelado sem custo, e de receber um cartão de débito apenas, que foi o combinado.</p> <p>b) O(A) cliente não precisa desbloquear a função crédito do cartão, então ele não tem razão em reclamar, pois pode utilizar a função débito que também está no cartão.</p> <p>c) O(A) cliente tem direito de solicitar o cancelamento do cartão, mas sem ele não poderá movimentar a conta por meio dos caixas eletrônicos.</p>
  <h1>P4</h1>	<p>Você está no centro da cidade fazendo compras, quando começa a receber mensagens do aplicativo Whatsapp de um amigo, solicitando que você lhe empreste um valor com urgência, pois ele teve um imprevisto e precisa que você deposite o valor em uma conta bancária, e que será devolvido no dia seguinte. Você responde que vai depositar, mas para isso precisa ir ao banco, que fica perto de onde você está. Ao chegar no banco, você pede ajuda a um(a) atendente, pois não tem prática na realização desse depósito por meio do caixa eletrônico. Diga ao(a) atendente que você tem muita pressa para ajudar o seu amigo, que não sabe como fazer o depósito e que está bastante nervoso(a).</p>
  <h1>R4</h1>	<p>Você trabalha no setor de atendimento e está atendendo uma pessoa que parece muito nervosa e com pressa para realizar um depósito. Após ouvir a história, lhe parece que poderia ser um golpe, e que na verdade a pessoa pedindo o dinheiro pode estar se fazendo passar pelo amigo do(a) cliente. Explique para o(a) cliente como ele(a) pode se certificar de que não é um golpe, utilizando uma das alternativas abaixo:</p> <p>a) O(A) cliente deve continuar trocando mensagens com o suposto amigo para ter certeza de que é ele, depois de efetuar o depósito.</p> <p>b) O(A) cliente deve ir imediatamente à delegacia para que lá verifiquem se isso é um golpe ou não.</p> <p>c) O(A) cliente deve entrar em contato com o amigo via telefone e confirmar se é ele mesmo quem está solicitando o valor, antes de efetuar o depósito.</p>

Você teve um imprevisto financeiro, pois precisou comprar remédio para um tratamento médico que foi bastante caro. Como não possuía reserva de dinheiro, precisou utilizar todo o limite do cheque especial vinculado à sua conta. O problema é que o gerente do Banco tem ligado várias vezes ao dia para o seu trabalho, inclusive deixando recados desagradáveis e expondo a sua situação de devedor inadimplente para seus colegas de trabalho. Sentindo-se envergonhado, vá até o Procon de sua cidade e pergunte o que pode ser feito a respeito.

P5



DIREITO & CONSUMO

Você trabalha no setor de atendimento do Procon e atende o(a) consumidor(a) que expõe uma situação de cobrança. Após ouvi-lo(a), oriente-o(a) da melhor forma, escolhendo a alternativa que julgar mais correta, dentre as opções abaixo:

a) Esse tipo de cobrança está dentro da legalidade, já que o consumidor realmente está devendo o valor ao banco.

b) Esse tipo de cobrança vexatória é proibida, pode ser considerada também crime, e o consumidor poderá fazer uma denúncia no Procon.

c) Esse tipo de cobrança vexatória é proibida e o consumidor poderá denunciar no Procon.

R5



DIREITO & CONSUMO

Depois de ter utilizado todo o limite do cheque especial de sua conta corrente, e ainda ter contratado um empréstimo pessoal, você está tendo dificuldade para manter os seus pagamentos em dia, pois precisa pagar as suas contas básicas. Seu(sua) gerente de conta entra em contato com você, oferecendo um terceiro empréstimo, do tipo consignado, que será descontado do seu salário. Confuso(a) com essa oferta, pergunte para o(a) gerente se isso não vai fazer você ficar ainda mais endividado(a) do que já está.

P6



DIREITO & CONSUMO

Como gerente do banco, você deve explicar ao(a) cliente que no caso dele(e)a, esse novo empréstimo não vai levar a um superendividamento ainda maior, pois os juros do empréstimo consignado são mais baixos do que os demais empréstimos que o(a) cliente já tem. Explique o que ele(e)a deve fazer com o valor que será contratado, para resolver o seu superendividamento, utilizando uma das opções abaixo:

a) Todo o novo valor contratado deverá ser usado para quitar ou reduzir as parcelas dos outros empréstimos, que têm juros mais altos.

b) Metade do novo valor contratado deverá ser usado para quitar ou reduzir as parcelas dos outros empréstimos, e a outra metade investida para gerar juros.

c) Todo o novo valor contratado deverá ser investido em aplicações financeiras, para gerar juros.

R6



DIREITO & CONSUMO

  <h1>P1</h1>	<p>Ao realizar uma compra no supermercado, você percebe que um produto está anunciado como se seu preço tivesse sido reduzido pela metade. Mas você também percebe que a quantidade do produto havia sido reduzida na nova embalagem, inclusive para menos da metade da embalagem anterior, retirando qualquer vantagem que poderia haver na compra que estava sendo anunciada. Com isso(a), você decide se informar no Procon de sua cidade.</p>
  <h1>R1</h1>	<p>Você, como agente do Procon, está atendendo o(a) consumidor(a) que relata uma situação de prática proibida, relacionada com o anúncio de um produto. Utilizando uma das alternativas abaixo, responda se a publicidade utilizada pode ser considerada enganosa e/ou abusiva:</p> <p>a) A publicidade é enganosa e abusiva, pois além de utilizar informação que pode induzir em erro ao consumidor em relação à quantidade e ao preço do produto, também está incitando a violência e explorando o medo do consumidor.</p> <p>b) A publicidade é enganosa, pois utiliza informação que pode induzir em erro ao consumidor, em relação à quantidade e ao preço do produto.</p> <p>c) A publicidade é abusiva, pois está induzindo o consumidor a se comportar de forma prejudicial à sua saúde ou segurança.</p>
  <h1>P2</h1>	<p>Nos últimos anos você têm reparado que muitos dos produtos nas prateleiras do supermercado e da farmácia apresentam a informação de que se tratam de produtos orgânicos, e/ou que suas embalagens são recicláveis ou até mesmo totalmente biodegradáveis. Esse assunto está sendo debatido durante uma aula em sua escola, e você decide questionar o(a) seu(sua) professor(a) sobre o assunto.</p>
  <h1>R2</h1>	<p>Você é o(a) professor(a), e deve explicar que essas mudanças se devem ao movimento ligado ao conceito de desenvolvimento sustentável, que é o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. Explique também, escolhendo dentre as opções abaixo, que segundo a Organização das Nações Unidas, o desenvolvimento sustentável tem como base os seguintes três pilares:</p> <p>a) O desenvolvimento econômico, o desenvolvimento social e a proteção ambiental.</p> <p>b) O desenvolvimento científico, o desenvolvimento social e a proteção ambiental.</p> <p>b) A proteção ambiental, o desenvolvimento tecnológico e o desenvolvimento social.</p>

Você guardou todas as moedas que recebeu de troco em suas compras por 6 meses, e juntou o valor de R\$100,00, dividido da seguinte forma: 96 moedas de R\$ 0,25; 90 moedas de R\$ 0,10; 80 moedas de R\$ 0,05; 70 moedas de R\$ 0,50; e 28 moedas de R\$1,00. Já que estava precisando comprar alguns itens no supermercado, resolveu utilizar este dinheiro para fazer o pagamento. Mas ao chegar no caixa, o(a) funcionário(a) se recusou a receber, alegando que seriam muitas moedas para contar e que não poderia parar a fila para isso. Indignado(a) e considerando a situação injusta pois precisava dos itens e só havia levado as moedas para o pagamento, vá até o Procon e se informe sobre a situação.

P3



DIREITO
&
CONSUMO

Você trabalha no Procon e está atendendo o(a) consumidor(a). Explique a ele(a) se a prática do supermercado foi abusiva ou não, com base na alternativa que julgar mais adequada:

- A prática não foi abusiva, pois não é razoável esperar que o supermercado aceite tantas moedas para pagamento, atrasando o andamento da fila do caixa.
- A prática foi abusiva, pois o supermercado deve aceitar qualquer quantidade de moedas para pagamento, pois se trata de moeda corrente nacional.
- A prática foi abusiva, pois o supermercado deve aceitar pagamento em moedas, até 100 moedas de cada valor por compra.

R3



DIREITO
&
CONSUMO

Enquanto fazia compras em um supermercado, você encontra um conhecido de longa data, que lhe convida a participar de um programa de marketing de rede, que envolve a venda de produtos naturais. Seu amigo lhe explica que, quanto mais pessoas ingressarem no negócio com o seu convite, maiores serão os seus lucros. Você fica verdadeiramente encantado(a) com a proposta. Assim, diz a ele que vai conversar com o(a) seu(sua) gerente de conta sobre isso, já que é necessário um valor inicial para ingressar nesse programa, que você precisará retirar no banco. Assim que o seu conhecido se afasta, você liga para seu(sua) gerente. Conte a ele(a) sobre o novo negócio e pergunte quando poderá sacar o valor necessário para investir.

P4



DIREITO
&
CONSUMO

Seu(sua) cliente lhe liga para solicitar quando pode retirar o valor para investir em um novo negócio com urgência e você identifica que se trata de um programa de marketing multinível. Explique a ele(a), utilizando uma das opções abaixo, que esse tipo de negócio, que parece bom demais para ser verdade, se trata de um provável golpe, conhecido como:

- Pirâmide financeira, no qual os golpistas se distanciam de empresas de venda direta de produtos ou serviços, utilizando estratégias como marketing de rede, para fazer com que mais pessoas participem.
- Triângulo financeiro, no qual os golpistas se distanciam de empresas de empréstimos e o fazem convidar amigos para contratarem empréstimos.
- Círculo financeiro, no qual os golpistas se distanciam de empresas colaborativas e lhe pedem para encontrar novos colaboradores.

R4



DIREITO
&
CONSUMO

  <h1>P5</h1>	<p>Após concluir as suas compras no Supermercado, você resolveu tomar um café na lanchonete que funciona junto ao mercado. Ao fazer o pedido, recebeu uma comanda com o valor a ser pago na hora da saída. Enquanto lanchava, afastou-se da mesa por alguns minutos para conversar com um(a) amigo(a), que decidiu sentar-se com você. Quando retornaram à mesa, a sua comanda não estava mais lá. No caixa, você explica a situação para o(a) atendente, mas ele informa que você terá que pagar uma multa de R\$100,00 pela perda da comanda (informação que estava escrita na comanda perdida). Assustado(a), pergunte para o(a) seu(sua) amigo(a) se ele(a) sabe algo sobre isso.</p>
  <h1>R5</h1>	<p>Você vê seu (sua) amigo (a) passando por essa situação difícil e, como tem conhecimento de alguns aspectos do Código de Defesa do Consumidor, responde para ele(a), com base em uma das alternativas abaixo:</p> <p>a) A lanchonete pode cobrar a multa pela perda, pois a informação estava escrita em letras garrafais na comanda, e é responsabilidade do(a) cliente guardá-la com cuidado.</p> <p>b) A lanchonete não pode cobrar a multa pela perda da comanda, pois a responsabilidade de controlar o consumo dos(as) clientes é da empresa.</p> <p>c) A lanchonete pode cobrar a multa pela perda, pois a informação estava escrita em letras garrafais na comanda, mas essa multa não pode ser mais do que 5 vezes o valor consumido.</p>
  <h1>P6</h1>	<p>Na fila do supermercado, você observa que alguns clientes estão carregando sacolas diferentes, e não estão utilizando as sacolas plásticas oferecidas no caixa. Também repara que há um cartaz, próximo as sacolas, com os dizeres: "Sacolas plásticas: Reduzir. Reutilizar. Reciclar". Curioso(a), ao passar as suas compras pelo caixa, pergunte ao(a) funcionário(a) o porquê disso.</p>
  <h1>R6</h1>	<p>Você é o(a) funcionário(a) do caixa do supermercado, e um(a) cliente está lhe perguntando o porquê de alguns outros clientes não estarem utilizando as sacolas de plástico comuns. Responda a ele(a), escolhendo uma das opções abaixo:</p> <p>a) O supermercado passou a cobrar pelas sacolas plásticas, para ampliar os lucros. Assim, quem não quiser pagar pelas sacolas, deve trazer as suas de casa.</p> <p>b) O supermercado não consegue mais fornecer de sacolas plásticas e logo não mais as oferecerá para os clientes. E as pessoas já se acostumaram a trazer as próprias sacolas.</p> <p>c) O supermercado passou a incentivar o uso de sacolas retornáveis, ou ecobags, pois as plásticas têm um impacto ambiental imenso, já que não se deterioram com facilidade, poluindo o solo e acumulando-se nos oceanos, prejudicando a vida marinha.</p>

Na última semana você percebeu que seu carro estava com um barulho diferente do normal. Preocupado(a), você o levou à uma oficina mecânica. O atendente solicitou que o veículo ficasse na oficina para avaliação e elaboração de um orçamento. O orçamento passado após a avaliação incluía uma peça nova e a mão de obra para trocá-la. Você aceitou o orçamento e autorizou a execução do serviço. Entretanto, ao retirar o veículo, foi informado(a) de que durante o conserto, havia sido necessário trocar mais uma peça, razão pela qual estavam lhe cobrando também esse serviço e material. Isso não lhe pareceu correto. Entre em contato com o Procon de sua cidade e se informe sobre a legalidade dessa prática da oficina mecânica.

P1



DIREITO & CONSUMO

Como atendente do Procon, você imediatamente percebe que a prática da oficina é considerada abusiva. Assim, explique para o(a) consumidor(a) o porquê disso, utilizando a opção que julgar a mais adequada dentre as alternativas abaixo:

- A prática é abusiva, pois em toda a execução de serviços deve haver a prévia elaboração de orçamento, que deverá ser aceito pelo(a) contratante.
- A prática é abusiva, pois a peça e o serviço não eram necessários para o conserto do veículo.
- A prática é abusiva, pois o atendente não poderia ter solicitado que você deixasse o veículo para avaliação, já que precisava dele para trabalhar.

R1



DIREITO & CONSUMO

Você precisa ir até o Posto de Gasolina para abastecer a sua motocicleta, e dá carona a um(a) amigo(a), que ia na mesma direção que você. Mas ao chegar lá, percebe que não tem dinheiro suficiente para pagar o valor do combustível. Você iniciou em um novo emprego há dois meses. Tinha intenção de guardar uma parte do seu salário, mas percebeu que, de pouco em pouco, acabou gastando todo o valor recebido em itens, na maioria das vezes, supérfluos. Exponha a situação ao(a) seu(sua) amigo(a), e peça se ele(a) pode lhe ajudar a pagar a gasolina, prometendo lhe dar carona no retorno para casa também.

P2



DIREITO & CONSUMO

Seu(sua) amigo(a), lhe pede o favor e você aceita ajudá-lo(a). Porém, você sabe que para que isso não mais aconteça com ele(a), pode-se elaborar um Orçamento Doméstico e realizar um Planejamento Financeiro. Escolha dentre as alternativas abaixo, e explique a diferença entre os conceitos:

- Orçamento Doméstico lista a previsão de despesas e o valor que será recebido, e o Planejamento Financeiro também inclui projetos, sonhos e objetivos de curto, médio e longo prazo.
- Planejamento Financeiro é apenas a forma como se organizam os investimentos e os empréstimos de longo prazo, e Orçamento Doméstico é a previsão diária, com os custos das mercadorias a serem compradas.
- O Orçamento Doméstico só prevê os gastos relacionados com a casa, enquanto o Planejamento Financeiro prevê todos os tipos de gastos, inclusive com lazer.

R2



DIREITO & CONSUMO

Aguardando enquanto é realizada a troca de óleo do veículo da sua empresa em um Posto de Gasolina, você decide ir até a loja de conveniência e comprar um lanche para a viagem, que custa R\$ 7,00. Ao tentar pagar com o cartão de débito, o(a) caixa lhe informa que o valor mínimo para a cobrança no cartão de débito ou de crédito é de R\$ 10,00, e que por isso não pode aceitar o pagamento em cartão. Intelizmente você não tem o valor em dinheiro para pagar pelo lanche, e retorna para o carro, onde está o(a) seu(sua) colega de trabalho, que ficou aguardando no veículo. Você desabafa com ele(a) sobre o que aconteceu. Em dúvida, pergunta para o(a) seu(sua) colega se ele(a) acha isso correto.

P3



DIREITO & CONSUMO

Você acaba de ouvir o desabafado do(a) seu(sua) colega sobre o que ocorreu na loja de conveniência do Posto, e já teve um problema similar. Com base nas opções abaixo, escolha a alternativa que julgar mais adequada e responda à dúvida do(a) colega:

a) O estabelecimento pode exigir um valor mínimo para o pagamento em cartão, pois se trata de um pequeno comércio, e nesse caso isso não é considerado como uma vantagem excessiva para o fornecedor.

b) O estabelecimento pode exigir um valor mínimo para o pagamento em cartão, pois as taxas pagas para a cobrança são muito altas, e nesse caso isso não é considerado como uma vantagem excessiva para o fornecedor.

c) O estabelecimento não pode exigir valor mínimo para o pagamento em cartão, pois isso é considerado como uma vantagem excessiva para o fornecedor.

R3



DIREITO & CONSUMO

Após abastecer seu carro em um Posto de Gasolina, você precisa entrar na Loja de Conveniência para realizar o pagamento. No balcão do caixa, você percebe uma imensa variedade de doces, lanches e guloseimas. Mesmo não estando com fome, você acaba comprando 3 doces, que não estavam na sua programação de gastos para aquele dia. Pergunte ao(a) atendente do caixa, em tom de brincadeira, se é de propósito que eles fazem as pessoas entrarem na Loja de Conveniência para pagar pelo combustível, e deixam os doces bem visíveis sobre o balcão.

P4



DIREITO & CONSUMO

O(A) seu(sua) cliente acaba de lhe perguntar, em tom de brincadeira, se a disposição das guloseimas no balcão do caixa é proposital. Responda sinceramente, com base em uma das alternativas abaixo, que se trata de:

- a) Mera coincidência, pois esses produtos poderiam estar em qualquer parte da Loja de Conveniência.
- b) Uma estratégia de marketing e vendas, destinada a estimular as compras por impulso, uma das "armadilhas de consumo".
- c) Apenas uma questão de gosto e estética, pois é preferível ter esses itens próximos ao caixa, com fácil acesso.

R4



DIREITO & CONSUMO

  <h1>P5</h1>	<p>Sua motocicleta estava apresentando falhas no sistema de injeção eletrônica, causando problemas no desempenho e no consumo de combustível, além de fazer com que saísse fumaça em excesso do escapamento. Para resolver isso, você a levou até uma Oficina Mecânica, que realizou o reparo e a troca das peças necessárias para o conserto. Passados apenas 46 dias, a motocicleta voltou a apresentar exatamente os mesmos problemas. Inconformado(a), vá até a oficina mecânica e converse com o(a) gerente sobre a garantia do serviço prestado, exigindo que este seja refeito.</p>
  <h1>R5</h1>	<p>Como gerente da Oficina Mecânica, explique para o(a) seu(sua) cliente o porquê de ele(a) ter ou não ter o direito à garantia do serviço nesse caso, escolhendo para embasar a sua resposta, uma das opções a seguir:</p> <p>a) O período de garantia para serviços duráveis é de 30 dias, por isso o(a) cliente não tem direito ao novo conserto.</p> <p>b) O período de garantia para serviços não duráveis é de 45 dias, por isso o(a) cliente não tem direito ao novo conserto.</p> <p>c) O período de garantia para serviços duráveis é de 90 dias, por isso o(a) cliente tem direito ao novo conserto.</p>
  <h1>P6</h1>	<p>No posto de gasolina onde você sempre abastece, o gerente lhe ofereceu a possibilidade de parcelar o valor do combustível em até 10 vezes sem juros no cartão. Achando isso uma ótima opção (pois não iria pagar juros), você aceitou, e acabou realizando todos os pagamentos de combustível dos últimos 5 meses desse modo. O problema é que agora você está com diversas parcelas fixas na fatura de seu cartão de crédito, que são cobradas todos os meses, comprometendo o seu orçamento familiar, e tornando impossível o pagamento. Ligue para a operadora do cartão de crédito e veja se há algo que possa ser feito para resolver o seu problema de inadimplência, já que o seu endividamento está acima das suas possibilidades.</p>
  <h1>R6</h1>	<p>Você é atendente do Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) da operadora de cartão de crédito e está atendendo o(a) cliente. Responda o que poderá ser feito, para evitar que o(a) cliente fique ainda mais inadimplente, com base em uma das alternativas abaixo.</p> <p>a) É possível oferecer a ele(a) outro cartão de crédito, para que possa utilizar e pagar suas despesas sem se preocupar com o limite, já que o novo cartão possui um limite ainda maior que o anterior.</p> <p>b) É possível negociar uma redução das parcelas, com aumento de prazo. Assim, a operadora de Cartão de Crédito evita que o(a) seu(sua) cliente chegue ao ponto de ficar totalmente impossibilitado(a) de pagar.</p> <p>c) É possível oferecer a ele(a) um aumento do limite da fatura do cartão, o que permitirá que as suas próximas compras possam ser novamente parceladas.</p>

CARTAS – TAMANHO GRANDE

Você comprou uma peça de roupa em uma loja que vende produtos pela internet. Porém, assim que o produto chegou, você percebeu que a roupa era muito diferente da foto que estava no site da loja. Muito arrependido(a) da compra, entre em contato com o Serviço de Atendimento ao Consumidor da loja e explique o que ocorreu, informando que deseja devolver a mercadoria. .

Você trabalha no Serviço de Atendimento ao Consumidor da loja. Encene a situação, respondendo ao(à) cliente com a alternativa que jogar mais adequada:

- a) No prazo de 10 dias, contados do recebimento da mercadoria, o(a) cliente poderá exercer o direito de arrependimento, devolvendo o produto e recebendo de volta o valor.
- b) No prazo de 30 dias, contados do recebimento da mercadoria, o(a) cliente poderá exercer o direito de arrependimento, devolvendo o produto e recebendo de volta o valor.
- c) No prazo de 7 dias, contados do recebimento da mercadoria, o(a) cliente poderá exercer o direito de arrependimento, devolvendo o produto e recebendo de volta o valor.

P1



R1



Você comprou um celular há alguns anos e o aparelho está funcionando perfeitamente. Para sua surpresa, você tem recebido mensagens de um aplicativo de troca de mensagens bastante popular, avisando que em breve, seu aparelho não poderá mais rodar esse aplicativo, pois a empresa fabricante não dará mais o suporte para aparelhos mais antigos. Em uma conversa com um(a) amigo(a) explique a situação pela qual está passando e veja qual a opinião dele(a) sobre o assunto.

Ouçá seu(sua) amigo(a) e converse com ele(a) sobre o problema, argumentando que essa prática gera a necessidade de certa forma “fabricada” para que os usuários adquiram um novo aparelho, mesmo que os seus ainda estejam em condições de uso. Explique a ele(a) (escolhendo entre as opções abaixo) que essa estratégia das empresas fabricantes, de criarem condições de uso específicas, ou por prazo limitado, fazendo com que o consumidor se veja obrigado a substituir o aparelho antes mesmo do fim de sua vida útil, é chamada de:

- a) Obsolescência programada.
- b) Substituição programada.
- c) Troca programada.

P2



R2



Você contratou um plano de telefonia fixo e móvel para a sua Casa e telefone celular, com um valor promocional, no qual estava prevista uma cláusula de fidelidade de 12 meses. Mas, passados apenas 2 meses, você percebe que o serviço daquela operadora é bastante instável na região em que mora e trabalha, inclusive deixando você incomunicável por alguns períodos. Descontente, entre em contato com a operadora de telefonia para cancelar o seu plano e explique a situação.

Você é um(a) atendente do Serviço de Atendimento ao Consumidor da empresa de telefonia. Ouça a reclamação do(a) cliente e responda da forma que julgar mais correta, dentre as opções abaixo:

- a) O(A) cliente poderá cancelar o plano, sem cobrança de multa pois, apesar de ter concordado com a cláusula de fidelidade, esta é ilegal.
- b) O(A) cliente poderá cancelar o plano, sem cobrança de multa, pois a cláusula de fidelidade não se aplica a casos em que o serviço não está sendo prestado adequadamente.
- c) O(A) cliente poderá cancelar o plano, mas terá que pagar uma multa pelo rompimento do contrato, garantida pela cláusula de fidelidade.

P3



R3



Para um trabalho escolar que trata sobre a sociedade de consumo, você precisa realizar uma pesquisa sobre o conceito de “modernidade líquida”, desenvolvido pelo sociólogo polonês Zygmunt Bauman. Para você isso é uma completa novidade e, por isso, está tendo dificuldade com o conceito. Ligue para o(a) seu(sua) amigo(a) que é sociólogo(a), e veja se ele(a) consegue lhe explicar.

Você recebe a ligação de seu(sua) amigo(a), questionando sobre o conceito de “modernidade líquida”. Explique que se trata de uma era (a atual), também conhecida como pós-modernidade, em que as relações sociais, econômicas e de produção se transformam com imensa facilidade e rapidez, sendo maleáveis, como os líquidos. Complemente a resposta utilizando uma das opções abaixo, e explique que duas das características da modernidade líquida são:

- a) A substituição da ideia de coletividade e de solidariedade pelo individualismo; e a transformação do cidadão em consumidor.
- b) A junção das ideias de coletividade e de solidariedade com a ideia de individualismo; e a transformação do ser humano em cidadão.
- c) A inversão da ideia de coletividade, substituída pela solidariedade e pelo individualismo, e a transformação do consumidor em ser humano.

P4



R4



Você comprou um celular usado de uma outra pessoa (particular), por meio de um anúncio nos classificados. No momento da entrega do aparelho, aparentava estar tudo bem com o telefone. Porém, assim que chegou em Casa e tentou instalar o chip do seu celular antigo, o aparelho recém-comprado começou a apresentar falhas. Sentindo-se enganado(a), dirija-se ao Procon de sua cidade, querendo saber se pode fazer algo a respeito, com base no Código de Defesa do Consumidor.

P5



Você trabalha no Procon, e está atendendo o(a) particular que se sente lesado pelos defeitos apresentados pelo celular comprado. Explique, utilizando uma das alternativas abaixo, se a pessoa tem ou não a possibilidade de utilizar o Código de Defesa do Consumidor (CDC) como base para a defesa de seus direitos nesse caso:

- a) É possível utilizar o CDC, pois os(as) particulares envolvidos no ato de compra e venda podem ser considerados fornecedor(a) e consumidor(a), respectivamente.
- b) Não é possível utilizar o CDC, pois a relação de compra e venda não se estabeleceu entre consumidor(a) e fornecedor(a), mas entre particulares.
- c) É possível utilizar o CDC, desde que a compra e venda seja realizada por meio de um contrato entre os(as) particulares.

R5



Você anunciou um fogão usado para venda nos classificados do jornal de sua cidade. Um possível comprador entrou em contato com você por telefone. Após a negociação, em uma sexta-feira à tarde, o comprador disse que realizou o depósito após às 16h daquele dia no caixa eletrônico e que está com o comprovante do valor da venda. Ele quer combinar a entrega para o dia seguinte, sábado de manhã, e pretende vir à sua casa para retirar o fogão. Você está em dúvida e decide perguntar para o(a) seu(sua) vizinho(a), que trabalha em um banco, se ele(a) acha confiável e segura essa negociação.

Seu(sua) vizinho(a) acabou de lhe explicar a negociação que fez. Você sabe, por várias situações que já ocorreram no banco no qual trabalha, que pode se tratar de um golpe. Explique a ele(a) o porquê de haver o risco de ele(a) ficar sem receber o valor, caso entregue o fogão à pessoa, com base em uma das alternativas abaixo:

- O comprador pode ir ao banco e desfazer o depósito que já foi compensado, mesmo sem apresentar justificativa para o gerente.
- O comprador pode alegar que fez o depósito por engano, e o gerente do banco pode cancelar o depósito e retirar o dinheiro da conta do(a) seu vizinho(a).
- O comprador pode ter feito o depósito com o envelope vazio no caixa eletrônico, que gerou um comprovante provisório, e isso só será descoberto na segunda-feira, quando o funcionário do banco abrir o envelope para realizar o depósito na conta.

P6



R6



Precisando adquirir uma escova de dentes, você vai até a farmácia. Ao chegar lá, percebe que há vários cartazes anunciando uma vitamina que promete proteger contra todos os vírus. Como você já sabe, nenhuma vitamina é capaz de garantir a imunidade contra quaisquer vírus. Indignado(a) e preocupado(a) com a segurança das pessoas que poderiam acreditar nesses cartazes, ligue para o Procon de sua cidade e explique a situação, querendo de algum modo denunciar a farmácia.

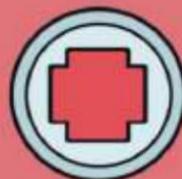
Você trabalha no Procon e atende à ligação de um (a) consumidor(a). Encene a resposta que julgar mais correta, informando se se trata de publicidade enganosa e/ou abusiva, escolhendo dentre as opções abaixo:

- a) Trata-se de propaganda abusiva apenas, pois está induzindo o consumidor a se comportar de forma prejudicial à sua segurança.
- b) Trata-se de propaganda enganosa e abusiva, pois contém informação que pode induzir em erro ao consumidor em relação às propriedades do produto, e também pode induzir a um comportamento prejudicial à sua saúde ou segurança.
- c) Trata-se de propaganda enganosa apenas, pois utiliza informação que pode induzir em erro ao consumidor, em relação à quantidade e ao preço do produto.

P1



R1



Ao realizar uma limpeza em seus armários, você encontrou vários medicamentos já vencidos, que não podem mais ser utilizados. No entanto, tem dúvidas se pode descartá-los no lixo comum ou até mesmo no lixo reciclável. Preocupado(a), entre em contato, por telefone, com a Secretaria de Meio Ambiente de seu município para saber o que fazer nessa situação.

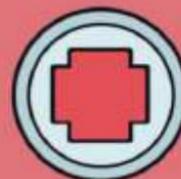
Você é funcionário da Secretaria de Meio Ambiente. Escolha dentre as opções abaixo a que julgar mais correta e informe à(o) cidadã(o) que há uma ferramenta para o desenvolvimento sustentável, que engloba ações para a coleta e a restituição dos resíduos sólidos aos fornecedores para reaproveitamento, ou outra destinação ambientalmente adequada. Explique para o(a) cidadão(ã) que essa ferramenta recebe o nome de:

- a) Logística ambiental, e os medicamentos poderão ser descartados como lixo reciclável.
- b) Descarte consciente, e os medicamentos deverão ser descartados como lixo reciclável, dentro de suas embalagens originais.
- c) Logística reversa, e os medicamentos deverão ser depositados no ponto de coleta em uma farmácia.

P2



R2



Você necessitou realizar um tratamento prescrito por seu médico. Para isso, adquiriu 1 caixa de medicamento anti-inflamatório em comprimidos, que deveriam ser tomados 1 vez ao dia, por 10 dias. Iniciou o tratamento no mesmo dia e saiu de férias, indo até a praia. No quarto dia de tratamento, ao retirar o comprimido da cartela, percebeu que este e os demais comprimidos da cartela estavam de uma cor diferente dos anteriores e completamente esfarelados. Para não interromper o tratamento, você foi à outra farmácia e adquiriu novamente o remédio para completar o tratamento. Agora que retornou de férias, vá até a farmácia e explique o que aconteceu para o(a) atendente para tentar receber de volta o valor pago pelo remédio.

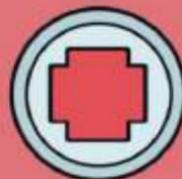
P3



No papel de atendente da farmácia, ouça a reclamação do(a) cliente e responda da forma que julgar mais adequada, dentre as opções abaixo:

- a) O(A) cliente só tem direito à substituição da medicação por outra idêntica, e não tem direito à devolução em dinheiro.
- b) O(A) cliente tem direito à substituição da medicação por outro produto (idêntico ou não), e também pode optar pela devolução do valor, desde que realize a reclamação dentro de 48h da compra.
- c) O(A) cliente tem direito à substituição da medicação por outra de mesma espécie em perfeitas condições de uso ou à restituição imediata da quantia paga.

R3



Em uma consulta com seu(sua) médico(a) clínico(a) geral, você comenta que sempre que vai à farmácia, um atendente lhe oferece um multivitamínico, que supostamente atenderia todas as necessidades nutricionais do seu organismo, melhorando a sua saúde. Pergunte ao(à) seu(sua) médico(a) se realmente é necessário e seguro tomar esse tipo de suplemento, que é ofertado indiscriminadamente pela indústria farmacêutica e vendido sem prescrição médica.

Seu(sua) paciente está perguntando sobre a suplementação com multivitamínicos. Responda, com base em uma das opções abaixo:

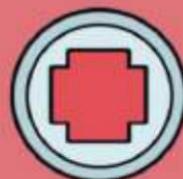
- a) Não é indicada para adultos saudáveis sem prescrição médica, podendo prejudicar a saúde. Há também um movimento das indústrias farmacêuticas no sentido de “produzir” doenças ou condições médicas que na realidade não existem, apenas para vender seus produtos.
- b) Pode ser feita para qualquer pessoa, pois vitaminas são naturais e não fazem mal à saúde. O movimento da indústria farmacêutica é positivo, pois previne doenças antes mesmo que elas apareçam.
- c) É indicada para adultos, mas não para crianças, pois elas têm necessidades nutricionais diferentes. A indústria farmacêutica deseja que as pessoas tenham saúde perfeita e não adoçam jamais.

P4



DIREITO
&
CONSUMO

R4



DIREITO
&
CONSUMO

Ao passar em frente à uma farmácia em seu bairro, você lembra que precisa comprar sabonetes. Você entra na farmácia e localiza uma marca especial, que é sua favorita. Só que os sabonetes dessa marca estão todos separados em pacotes (fardos) com 12 unidades, presos com uma fita adesiva bastante resistente na qual está escrito “Leve mais e pague menos”. Pergunte para o(a) atendente da farmácia se poderia levar apenas 04 unidades, já que 12 seria uma quantidade grande demais para o seu consumo.

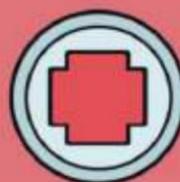
No papel de atendente da farmácia, responda para o(a) cliente, conforme julgar mais correto, elegendo uma das alternativas abaixo para fundamentar a sua resposta:

- a) Não é possível separar as unidades que estão no fardo, pois essas vieram assim de fábrica, e representam uma economia para os clientes.
- b) É possível separar as unidades, e vender apenas a quantidade solicitada pelo(a) cliente.
- c) É possível separar as unidades, e vender apenas a quantidade solicitada pelo cliente, desde que seja no mínimo a metade da quantidade total.

P5



R5



Em uma farmácia de seu bairro você encontra o medicamento de uso contínuo que você precisa usar sempre, em uma promoção com 50% de desconto. Mas você tem dinheiro em sua conta apenas para uma caixa de remédio (o que estava programado para gastar). Pergunte ao(à) atendente da farmácia se seria possível comprar mais de uma unidade e pagar com cartão de crédito, para não perder a promoção, e também pergunte se ele(a) acredita que valeria a pena fazer isso.

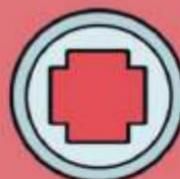
P6



Você é o(a) atendente da farmácia e acaba de ser perguntado sobre o uso do cartão de crédito pelo(a) seu(sua) cliente. Seja sincero e explique se a compra vale a pena ou não, utilizando uma das opções abaixo:

- a) A compra somente vai valer a pena se o(a) cliente tiver a certeza de que terá o valor para pagar a fatura completa do cartão de crédito na data de seu vencimento. Assim estará economizando no valor do remédio, sem se sobrecarregar com juros e taxas pelo não pagamento da fatura total.
- b) A compra no cartão de crédito vai valer a pena de qualquer jeito, pois o remédio está com 50% de desconto, o que faz com que possam ser compradas 2 unidades pelo preço de 1.
- c) A compra não vai valer a pena, pois sempre é melhor comprar apenas o que temos condições de pagar à vista e usar o cartão de crédito nunca é uma boa ideia.

R6



Você adquiriu uma televisão em uma Loja na cidade onde reside. No entanto, passados 14 meses, a televisão simplesmente parou de funcionar. Na embalagem e manual do televisor estava escrito que o período de garantia da Loja era de 12 meses. Vá até a Loja e explique a situação para o(a) vendedor(a), dizendo que gostaria de poder mandá-la para o conserto, sem custo, ou até mesmo trocar a televisão por outra que esteja funcionando.

Você é o(a) vendedor(a) da Loja e precisa verificar se o consumidor(a) tem direito à cobertura da garantia, respondendo ao cliente e escolhendo dentre as opções abaixo:

- a) O(A) consumidor(a) não tem direito à troca ou devolução, pois o período de garantia contratual é de apenas 12 meses.
- b) O(A) consumidor(a) não tem direito à troca ou devolução, pois o período de garantia legal é de apenas 3 meses.
- c) O(A) consumidor(a) tem direito à troca ou devolução, pois o período de garantia legal, seguida da contratual é de 15 meses.

P1



R1



Você precisa adquirir um sapato para trabalhar, pois o seu já está bastante deteriorado. Ao chegar na Loja, o vendedor apresenta diversos modelos confortáveis e bonitos. Ao verificar os preços, descobre que um dos modelos, embora não apresente diferenças notáveis em relação aos demais, está custando o triplo do preço, por se tratar da marca Pé-de-Anjo, muito valorizada no mercado. Encantada(o) pelo sapato, você se dirige ao caixa e entra na fila para realizar o pagamento. Enquanto aguarda, um(a) amigo(a) entra na fila logo atrás de você. Comente com ele(a) a diferença de preço que observou entre as marcas e peça-lhe que opine sobre a compra.

Você está em uma loja para pagar um carnê e o(a) seu(sua) amigo(a) lhe pede uma opinião sobre a compra de um sapato que custa 3 vezes mais do que outro, bem similar. Aconselhe-o(a) sobre a compra, escolhendo dentre as alternativas abaixo e explicando que essa aquisição pode ser considerada como:

- a) Consumo, que é a compra para a satisfação dos desejos, vontades e anseios, que vão além das necessidades.
- b) Consumismo, que é a compra para a satisfação das necessidades básicas apenas.
- c) Consumismo, pois embora seu(sua) amigo(a) realmente precisasse do par de sapatos, a opção pela compra de um sapato três vezes mais caro do que os demais, apenas por ser de marca e com características muito semelhantes, não se justifica.

P2



R2



Você recebeu um aviso por correios, de que uma Loja na qual comprou a prazo, iria inscrever o seu nome nos cadastros negativos de proteção ao crédito (SPC/SERASA), por você não ter pago a última prestação do carnê. Conferindo o carnê, você verifica que realmente se esqueceu de pagar a parcela, que venceu há dois meses. Como está sem tempo, aguarda mais alguns dias e vai até a Loja para efetuar o pagamento, recebendo a informação de que infelizmente seu nome já foi negativado. Ao realizar o pagamento em dinheiro, pergunte para o(a) gerente em quanto tempo o seu nome ficará “limpo” novamente.

P3



Você é o(a) gerente da Loja, e precisa responder para a(o) cliente em quanto tempo o nome dele(a) deverá ser retirado dos cadastros dos órgãos de proteção ao crédito. Dentre as opções abaixo, escolha a que julgar correta e responda para o(a) cliente:

- O prazo é de 10 dias úteis após o pagamento da dívida. Só poderá ser maior que isso se o pagamento for realizado por boleto ou cheque.
- O prazo é de 5 dias úteis após o pagamento da dívida. Só poderá ser maior que isso se o pagamento for realizado por boleto ou cheque.
- O prazo é de 15 dias úteis após o pagamento da dívida. Só poderá ser maior que isso se o pagamento for realizado por boleto ou cheque.

R3



Precisando de um aparelho de celular novo, você vai até uma Loja de sua cidade, para verificar quais são as condições para a compra. Chegando lá, verifica que o modelo que você quer está custando R\$ 1.000,00. Mas esse valor pode ser parcelado em 12 vezes, com parcelas de R\$ 150,00 no crediário da Loja. Você não tem o valor para pagar à vista, mas R\$ 150,00 cabem no seu orçamento mensal. Pergunte ao(a) vendedor(a) da loja qual o valor total dos juros que estão sendo cobrados no valor a prazo, e se essa compra a prazo seria uma boa decisão.

Você é vendedor(a) na Loja de celulares e o(a) seu(sua) cliente acaba de lhe fazer uma pergunta. Seja sincero e responda a ele(a), com base em uma das alternativas abaixo:

- a) O valor dos juros nessa compra é de R\$ 150,00 e representa 15% a mais do que o valor que seria pago à vista, ou seja, é um bom negócio.
- b) O valor dos juros nessa compra é de R\$ 500,00 e representa 50% a mais do que o valor que seria pago à vista, ou seja, não é um bom negócio.
- c) O valor dos juros nessa compra é de R\$ 300,00 e representa 30% a mais do que o valor que seria pago à vista, ou seja, não é um bom negócio.

R\$ 150,00



R\$ 500,00



Animados(as) com as ofertas da Black Friday, você e um(a) amigo(a) decidem ir até uma Loja para verificar se vale a pena o desconto oferecido, já que um(a) de vocês está precisando de um liquidificador e o(a) outro(a) precisa de um secador de cabelo. Porém, ao chegar à Loja e verificar os preços nas etiquetas, você repara que o liquidificador está sendo anunciado com 50% de desconto, mas o preço é exatamente o mesmo que você havia visto na vitrine na semana anterior. Avise o(a) seu (sua) amigo(a) e pergunte se ele sabe o que fazer nessa situação.

Seu(sua) amigo(a) acabou de lhe avisar sobre a tática utilizada pela Loja para iludir os(as) clientes. Como você já conhece o CDC, sabe que essa prática de aumentar o preço artificialmente, anunciando o produto como se estivesse com desconto, é considerada publicidade enganosa, e pode ser denunciada ao Procon. Inclusive, essa é uma das reclamações mais comuns durante a chamada Black Friday no Brasil. Explique para o(a) seu(sua) amigo(a) que essa prática é conhecida como:

- a) Maquiagem de preços.
- b) Duplicação de preços.
- c) Inflação de preços.

P5



R5



Você acaba de passar em frente a uma vitrine na qual, em um cartaz, se lê a frase “Fique na Moda! Novidades da estação! Somente hoje pela metade do preço! Últimas unidades!”. Você fica muito interessado(a) na promoção, e já está prestes a entrar na loja. Com você está um(a) amigo(a). Convide-o(a) para entrar na loja com você e aproveitar a promoção.

Seu(sua) amigo(a) lhe convida para entrar na Loja e aproveitar a promoção. Mas seu orçamento já está muito apertado esse mês. Explique a ele(a) que essa impressão de falta ou urgência que está expressa no cartaz, ao usar expressões como “últimas unidades” e “somente hoje”, é um:

- a) Recurso do marketing, para que o consumidor tenha pressa e não perca tempo, adquirindo o produto o quanto antes.
- b) Recurso da escrita, que deixa claro para os clientes que a promoção é somente para aquele dia.
- c) Recurso da administração de estoques, para que o empresário saiba que precisará renovar seus estoques em breve.

P6



R6



Depois de muito pesquisar sobre taxas e juros, você decide contratar um empréstimo no Banco em que recebe seu salário. Porém, no momento de assinar o contrato, o(a) gerente também lhe entrega uma apólice de seguro residencial para assinatura, dizendo que o empréstimo só será liberado se você contratar também o seguro. Isso não lhe parece certo, e você diz para o(a) gerente que vai se informar melhor a respeito disso. Saído do banco, entre em contato com o Procon de sua cidade e explique a situação para o(a) atendente.

Você é o(a) atendente do Procon. Explique para o consumidor(a) que essa prática por parte do Banco - que é considerada abusiva e pode gerar uma reclamação - é popularmente conhecida como:

- a) Venda conjunta, pois o consumidor adquire um conjunto de produtos.
- b) Venda dupla, pois obriga o consumidor a comprar uma dupla de produtos.
- c) Venda casada, pois o fornecimento do produto ou serviço está sendo condicionado a outro produto ou serviço.

P1



R1



Você precisa abrir uma conta corrente para receber o seu salário. Por isso, foi até o banco, onde o(a) gerente explicou quais documentos seriam necessários e também os detalhes para a movimentação da conta. O (A) gerente também lhe informa que a sua conta corrente terá um limite de crédito, conhecido como cheque especial. Peça ao(à) gerente que explique melhor sobre esse limite de crédito, pois não ficou claro para você.

Você é o(a) gerente do Banco, e precisa explicar ao(à) cliente sobre o conceito de crédito. Escolha, dentre as opções abaixo, a que achar mais adequada para que ele entenda bem do que se trata e explique:

- a) O crédito é um valor a que temos direito, como o cheque especial ou o empréstimo em folha, que pode ser utilizado como se fosse um dinheiro a mais para comprarmos itens necessários.
- b) O crédito é a mesma coisa que dívida pois, ao contratá-lo ou utilizá-lo, temos a incidência de juros e taxas que precisarão ser pagos, juntamente com o valor utilizado/contratado.
- c) O crédito pode ser usado para todos os gastos do dia-a-dia, já que é apenas um adiantamento de valor que será pago mais adiante, sem juros ou taxas.

P2



R2



Você abriu uma conta salário em um Banco, para que a empresa onde trabalha possa depositar o seu salário todos os meses. Na abertura da conta, foi informado que receberia um cartão de débito para poder sacar o dinheiro nos caixas eletrônicos, para facilitar a movimentação da conta. No entanto, 10 dias depois da abertura da conta, você recebe em casa um cartão múltiplo (de débito e de crédito), que você não havia solicitado. Além disso, no contrato que veio junto com o cartão, está escrito que você pagará uma taxa mensal de R\$ 10,00 para utilizar o cartão. Ligue para o Banco e explique a situação.

R\$



Você é o(a) gerente do Banco que recebe a ligação do consumidor. Dentre as opções abaixo, escolha a que achar mais adequada e responda para o(a) cliente:

- O(A) cliente tem direito de ter o cartão cancelado sem custo, e de receber um cartão de débito apenas, que foi o combinado.
- O(A) cliente não precisa desbloquear a função crédito do cartão, então ele não tem razão em reclamar, pois pode utilizar a função débito que também está no cartão.
- O(A) cliente tem direito de solicitar o cancelamento do cartão, mas sem ele não poderá movimentar a conta por meio dos caixas eletrônicos.

R\$



Você está no centro da cidade fazendo compras, quando começa a receber mensagens do aplicativo Whatsapp de um amigo, solicitando que você lhe empreste um valor com urgência, pois ele teve um imprevisto e precisa que você deposite o valor em uma conta bancária, e que será devolvido no dia seguinte. Você responde que vai depositar, mas para isso precisa ir ao banco, que fica perto de onde você está. Ao chegar no banco, você pede ajuda à um(a) atendente, pois não tem prática na realização desse depósito por meio do caixa eletrônico. Diga ao(à) atendente que você tem muita pressa para ajudar o seu amigo, que não sabe como fazer o depósito e que está bastante nervoso(a).

P4



Você trabalha no setor de autoatendimento e está atendendo uma pessoa que parece muito nervosa e com pressa para realizar um depósito. Após ouvir a história, lhe parece que poderia ser um golpe, e que na verdade a pessoa pedindo o dinheiro pode estar se fazendo passar pelo amigo do(a) cliente. Explique para o(a) cliente como ele(a) pode se certificar de que não é um golpe, utilizando uma das alternativas abaixo:

- O(A) cliente deve continuar trocando mensagens com o suposto amigo para ter certeza de que é ele, depois de efetuar o depósito.
- O(A) cliente deve ir imediatamente à delegacia para que lá verifiquem se isso é um golpe ou não.
- O(A) cliente deve entrar em contato com o amigo via telefone e confirmar se é ele mesmo quem está solicitando o valor, antes de efetuar o depósito.

R4



Você teve um imprevisto financeiro, pois precisou comprar remédio para um tratamento médico que foi bastante caro. Como não possuía reserva de dinheiro, precisou utilizar todo o limite do cheque especial vinculado à sua conta. O problema é que o gerente do Banco tem ligado várias vezes ao dia para o seu trabalho, inclusive deixando recados desagradáveis e expondo a sua situação de devedor inadimplente para seus colegas de trabalho. Sentindo-se envergonhado, vá até o Procon de sua cidade e pergunte o que pode ser feito a respeito.

R\$



Você trabalha no setor de atendimento do Procon e atende o(a) consumidor(a) que expõe uma situação de cobrança. Após ouvi-lo(a), oriente-o(a) da melhor forma, escolhendo a alternativa que julgar mais correta, dentre as opções abaixo:

- Esse tipo de cobrança está dentro da legalidade, já que o consumidor realmente está devendo o valor ao banco.
- Esse tipo de cobrança vexatória é proibida, pode ser considerada também crime, e o consumidor poderá fazer uma denúncia no Procon.
- Esse tipo de cobrança vexatória é proibida e o consumidor poderá denunciar no Procon.

R\$



Depois de ter utilizado todo o limite do cheque especial de sua conta corrente, e ainda ter contratado um empréstimo pessoal, você está tendo dificuldade para manter os seus pagamentos em dia, pois precisa pagar as suas contas básicas. Seu(sua) gerente de conta entra em contato com você, oferecendo um terceiro empréstimo, do tipo consignado, que será descontado do seu salário. Confuso(a) com essa oferta, pergunte para o(a) gerente se isso não vai fazer você ficar ainda mais endividado(a) do que já está.

Como gerente do banco, você deve explicar ao(à) cliente que no caso dele(a), esse novo empréstimo não vai levar a um superendividamento ainda maior, pois os juros do empréstimo consignado são mais baixos do que os demais empréstimos que o(a) cliente já tem. Explique o que ele(a) deve fazer com o valor que será contratado, para resolver o seu superendividamento, utilizando uma das opções abaixo:

- Todo o novo valor contratado deverá ser usado para quitar ou reduzir as parcelas dos outros dois empréstimos, que têm juros mais altos.
- Metade do novo valor contratado deverá ser usado para quitar ou reduzir as parcelas dos outros empréstimos, e a outra metade investida para gerar juros.
- Todo o novo valor contratado deverá ser investido em aplicações financeiras, para gerar juros.

P6



R6



Ao realizar uma compra no supermercado, você percebe que um produto está anunciado como se seu preço tivesse sido reduzido pela metade. Mas você também percebe que a quantidade do produto havia sido reduzida na nova embalagem, inclusive para menos da metade da embalagem anterior, retirando qualquer vantagem que poderia haver na compra que estava sendo anunciada. Confuso(a), você decide se informar no Procon de sua cidade.

Você, como agente do Procon, está atendendo o(a) consumidor(a) que relata uma situação de prática proibida, relacionada com o anúncio de um produto. Utilizando uma das alternativas abaixo, responda se a publicidade utilizada pode ser considerada enganosa e/ou abusiva:

- a) A publicidade é enganosa e abusiva, pois além de utilizar informação que pode induzir em erro ao consumidor em relação à quantidade e ao preço do produto, também está incitando a violência e explorando o medo do consumidor.
- b) A publicidade é enganosa, pois utiliza informação que pode induzir em erro ao consumidor, em relação à quantidade e ao preço do produto.
- c) A publicidade é abusiva, pois está induzindo o consumidor a se comportar de forma prejudicial à sua saúde ou segurança.

P1



R1



Nos últimos anos você têm reparado que muitos dos produtos nas prateleiras do supermercado e da farmácia apresentam a informação de que se tratam de produtos orgânicos, e/ou que suas embalagens são recicláveis ou até mesmo totalmente biodegradáveis. Esse assunto está sendo debatido durante uma aula em sua escola, e você decide questionar o(a) seu(sua) professor(a) sobre o assunto.

Você é o(a) professor(a), e deve explicar que essas mudanças se devem ao movimento ligado ao conceito de desenvolvimento sustentável, que é o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. Explique também, escolhendo dentre as opções abaixo, que segundo a Organização das Nações Unidas, o desenvolvimento sustentável tem como base os seguintes três pilares:

- a) O desenvolvimento econômico, o desenvolvimento social e a proteção ambiental.
- b) O desenvolvimento científico, o desenvolvimento social e a proteção ambiental.
- b) A proteção ambiental, o desenvolvimento tecnológico e o desenvolvimento social.

P2



R2



Você guardou todas as moedas que recebeu de troco em suas compras por 6 meses, e juntou o valor de R\$100,00, dividido da seguinte forma: 96 moedas de R\$ 0,25; 90 moedas de R\$ 0,10; 80 moedas de R\$ 0,05; 70 moedas de R\$ 0,50; e 28 moedas de R\$1,00. Já que estava precisando comprar alguns itens no supermercado, resolveu utilizar este dinheiro para fazer o pagamento. Mas ao chegar no caixa, o(a) funcionário(a) se recusou a receber, alegando que seriam muitas moedas para contar e que não poderia parar a fila para isso. Indignado(a) e considerando a situação injusta pois precisava dos itens e só havia levado as moedas para o pagamento, vá até o Procon e se informe sobre a situação.

R\$



Você trabalha no Procon e está atendendo o(a) consumidor(a). Explique a ele(a) se a prática do supermercado foi abusiva ou não, com base na alternativa que julgar mais adequada:

- A prática não foi abusiva, pois não é razoável esperar que o supermercado aceite tantas moedas para pagamento, atrasando o andamento da fila do caixa.
- A prática foi abusiva, pois o supermercado deve aceitar qualquer quantidade de moedas para pagamento, pois se trata de moeda corrente nacional.
- A prática foi abusiva, pois o supermercado deve aceitar pagamento em moedas, até 100 moedas de cada valor por compra.

R\$



Enquanto fazia compras em um supermercado, você encontra um conhecido de longa data, que lhe convida a participar de um programa de marketing de rede, que envolve a venda de produtos naturais. Seu amigo lhe explica que, quanto mais pessoas ingressarem no negócio com o seu convite, maiores serão os seus lucros. Você fica verdadeiramente encantado(a) com a proposta. Assim, diz a ele que vai conversar com o(a) seu(sua) gerente de conta sobre isso, já que é necessário um valor inicial para ingressar nesse programa, que você precisará retirar no banco. Assim que o seu conhecido se afasta, você liga para seu(sua) gerente. Conte a ele(a) sobre o novo negócio e pergunte quando poderá sacar o valor necessário para investir.

Seu(sua) cliente lhe liga para solicitar quando pode retirar o valor para investir em um novo negócio com urgência e você identifica que se trata de um programa de marketing multinível. Explique a ele(a), utilizando uma das opções abaixo, que esse tipo de negócio, que parece bom demais para ser verdade, se trata de um provável golpe, conhecido como:

- Pirâmide financeira, no qual os golpistas se disfarçam de empresas de venda direta de produtos ou serviços, utilizando estratégias como marketing de rede, para fazer com que mais pessoas participem.
- Triângulo financeiro, no qual os golpistas se disfarçam de empresas de empréstimos e o fazem convidar amigos para contratarem empréstimos.
- Círculo financeiro, no qual os golpistas se disfarçam de empresas colaborativas e lhe pedem para encontrar novos colaboradores.

P4



R4



Após concluir as suas compras no Supermercado, você resolveu tomar um café na lanchonete que funciona junto ao mercado. Ao fazer o pedido, recebeu uma comanda com o valor a ser pago na hora da saída. Enquanto lanchava, afastou-se da mesa por alguns minutos para conversar com um(a) amigo(a), que decidiu sentar-se com você. Quando retornaram à mesa, a sua comanda não estava mais lá. No caixa, você explica a situação para o(a) atendente, mas ele informa que você terá que pagar uma multa de R\$100,00 pela perda da comanda (informação que estava escrita na comanda perdida). Assustado(a), pergunte para o(a) seu(sua) amigo(a) se ele(a) sabe algo sobre isso.

R5



Você vê seu (sua) amigo (a) passando por essa situação difícil e, como tem conhecimento de alguns aspectos do Código de Defesa do Consumidor, responda para ele(a), com base em uma das alternativas abaixo:

- A lanchonete pode cobrar a multa pela perda, pois a informação estava escrita em letras garrafais na comanda, e é responsabilidade do(a) cliente guardá-la com cuidado.
- A lanchonete não pode cobrar a multa pela perda da comanda, pois a responsabilidade de controlar o consumo dos(as) clientes é da empresa.
- A lanchonete pode cobrar a multa pela perda, pois a informação estava escrita em letras garrafais na comanda, mas essa multa não pode ser mais do que 5 vezes o valor consumido.

R5



Na fila do supermercado, você observa que alguns clientes estão carregando sacolas diferentes, e não estão utilizando as sacolas plásticas oferecidas no caixa. Também repara que há um cartaz, próximo as sacolas, com os dizeres: "Sacolas plásticas: Reduzir. Reutilizar. Reciclar.". Curioso(a), ao passar as suas compras pelo caixa, pergunte ao(à) funcionário(a) o porquê disso.

Você é o(a) funcionário(a) do caixa do supermercado, e um(a) cliente está lhe perguntando o porquê de alguns outros clientes não estarem utilizando as sacolas de plástico comuns. Responda a ele(a), escolhendo uma das opções abaixo:

- a) O supermercado passou a cobrar pelas sacolas plásticas, para ampliar os lucros. Assim, quem não quiser pagar pelas sacolas, deve trazer as suas de casa.
- b) O supermercado não consegue mais fornecedor de sacolas plásticas e logo não mais as oferecerá para os clientes. E as pessoas já se acostumaram a trazer as próprias sacolas.
- c) O supermercado passou a incentivar o uso de sacolas retornáveis, ou ecobags, pois as plásticas têm um impacto ambiental imenso, já que não se deterioram com facilidade, poluindo o solo e acumulando-se nos oceanos, prejudicando a vida marinha.

P6



R6



Na última semana você percebeu que seu carro estava com um barulho diferente do normal. Preocupado(a), você o levou à uma oficina mecânica. O atendente solicitou que o veículo ficasse na oficina para avaliação e elaboração de um orçamento. O orçamento passado após a avaliação incluía uma peça nova e a mão de obra para trocá-la. Você aceitou o orçamento e autorizou a execução do serviço. Entretanto, ao retirar o veículo, foi informado(a) de que durante o conserto, havia sido necessário trocar mais uma peça, razão pela qual estavam lhe cobrando também esse serviço e material. Isso não lhe pareceu correto. Entre em contato com o Procon de sua cidade e se informe sobre a legalidade dessa prática da oficina mecânica.

P1



Como atendente do Procon, você imediatamente percebe que a prática da oficina é considerada abusiva. Assim, explique para o(a) consumidor(a) o porquê disso, utilizando a opção que julgar a mais adequada dentre as alternativas abaixo:

- a) A prática é abusiva, pois em toda a execução de serviços deve haver a prévia elaboração de orçamento, que deverá ser aceito pelo(a) contratante.
- b) A prática é abusiva, pois a peça e o serviço não eram necessários para o conserto do veículo.
- c) A prática é abusiva, pois o atendente não poderia ter solicitado que você deixasse o veículo para avaliação, já que precisava dele para trabalhar.

R1



Você precisa ir até o Posto de Gasolina para abastecer a sua motocicleta, e dá carona a um(a) amigo(a), que ia na mesma direção que você. Mas ao chegar lá, percebe que não tem dinheiro suficiente para pagar o valor do combustível. Você iniciou em um novo emprego há dois meses. Tinha intenção de guardar uma parte do seu salário, mas percebeu que, de pouco em pouco, acabou gastando todo o valor recebido em itens, na maioria das vezes, supérfluos. Exponha a situação ao(a) seu(sua) amigo(a), e peça se ele(a) pode lhe ajudar a pagar a gasolina, prometendo lhe dar carona no retorno para casa também.

P2



Seu(sua) amigo(a), lhe pede o favor e você aceita ajudá-lo(a). Porém, você sabe que para que isso não mais aconteça com ele(a), pode-se elaborar um Orçamento Doméstico e realizar um Planejamento Financeiro. Escolha dentre as alternativas abaixo, e explique a diferença entre os conceitos:

- Orçamento Doméstico lista a previsão de despesas e o valor que será recebido, e o Planejamento Financeiro também inclui projetos, sonhos e objetivos de curto, médio e longo prazo.
- Planejamento Financeiro é apenas a forma como se organizam os investimentos e os empréstimos de longo prazo, e Orçamento Doméstico é a previsão diária, com os custos das mercadorias a serem compradas.
- O Orçamento Doméstico só prevê os gastos relacionados com a casa, enquanto o Planejamento Financeiro prevê todos os tipos de gastos, inclusive com lazer.

R2



Aguardando enquanto é realizada a troca de óleo do veículo da sua empresa em um Posto de Gasolina, você decide ir até a loja de conveniência e comprar um lanche para a viagem, que custa R\$ 7,00. Ao tentar pagar com o cartão de débito, o(a) caixa lhe informa que o valor mínimo para a cobrança no cartão de débito ou de crédito é de R\$ 10,00, e que por isso não pode aceitar o pagamento em cartão. Infelizmente você não tem o valor em dinheiro para pagar pelo lanche, e retorna para o carro, onde está o(a) seu(sua) colega de trabalho, que ficou aguardando no veículo. Você desabafa com ele(a) sobre o que aconteceu. Em dúvida, pergunte para o(a) seu(sua) colega se ele(a) acha isso correto.

P3



Você acaba de ouvir o desabafo do(a) seu(sua) colega sobre o que ocorreu na loja de conveniência do Posto, e já teve um problema similar. Com base nas opções abaixo, escolha a alternativa que julgar mais adequada e responda à dúvida do(a) colega:

- O estabelecimento pode exigir um valor mínimo para o pagamento em cartão, pois se trata de um pequeno comércio, e nesse caso isso não é considerado como uma vantagem excessiva para o fornecedor.
- O estabelecimento pode exigir um valor mínimo para o pagamento em cartão, pois as taxas pagas para a cobrança são muito altas, e nesse caso isso não é considerado como uma vantagem excessiva para o fornecedor.
- O estabelecimento não pode exigir valor mínimo para o pagamento em cartão, pois isso é considerado como uma vantagem excessiva para o fornecedor.

R3



Após abastecer seu carro em um Posto de Gasolina, você precisa entrar na Loja de Conveniência para realizar o pagamento. No balcão do caixa, você percebe uma imensa variedade de doces, lanches e guloseimas. Mesmo não estando com fome, você acaba comprando 3 doces, que não estavam na sua programação de gastos para aquele dia. Pergunte ao(à) atendente do caixa, em tom de brincadeira, se é de propósito que eles fazem as pessoas entrarem na Loja de Conveniência para pagar pelo combustível, e deixam os doces bem visíveis sobre balcão.

O(A) seu(sua) cliente acaba de lhe perguntar, em tom de brincadeira, se a disposição das guloseimas no balcão do caixa é proposital. Responda sinceramente, com base em uma das alternativas abaixo, que se trata de:

- Mera coincidência, pois esses produtos poderiam estar em qualquer parte da Loja de Conveniência.
- Uma estratégia de marketing e vendas, destinada a estimular as compras por impulso, uma das “armadilhas de consumo”.
- Apenas uma questão de gosto e estética, pois é preferível ter esses itens próximos ao caixa, com fácil acesso.

P4



R4



Sua motocicleta estava apresentando falhas no sistema de injeção eletrônica, causando problemas no desempenho e no consumo de combustível, além de fazer com que saísse fumaça em excesso do escapamento. Para resolver isso, você a levou até uma Oficina Mecânica, que realizou o reparo e a troca das peças necessárias para o conserto. Passados apenas 46 dias, a motocicleta voltou a apresentar exatamente os mesmos problemas. Inconformado(a), vá até a oficina mecânica e converse com o(a) gerente sobre a garantia do serviço prestado, exigindo que este seja refeito.

Como gerente da Oficina Mecânica, explique para o(a) seu(sua) cliente o porquê de ele(a) ter ou não ter o direito à garantia do serviço nesse caso, escolhendo para embasar a sua resposta, uma das opções a seguir:

- a) O período de garantia para serviços duráveis é de 30 dias, por isso o(a) cliente não tem direito ao novo conserto.
- b) O período de garantia para serviços não duráveis é de 45 dias, por isso o(a) cliente não tem direito ao novo conserto.
- c) O período de garantia para serviços duráveis é de 90 dias, por isso o(a) cliente tem direito ao novo conserto.

P5



R5



No posto de gasolina onde você sempre abastece, o gerente lhe ofereceu a possibilidade de parcelar o valor do combustível em até 10 vezes sem juros no cartão. Achando isso uma ótima opção (pois não iria pagar juros), você aceitou, e acabou realizando todos os pagamentos de combustível dos últimos 5 meses desse modo. O problema é que agora você está com diversas parcelas fixas na fatura de seu cartão de crédito, que são cobradas todos os meses, comprometendo o seu orçamento familiar, e tornando impossível o pagamento. Ligue para a operadora do cartão de crédito e veja se há algo que possa ser feito para resolver o seu problema de inadimplência, já que o seu endividamento está acima das suas possibilidades.

P6



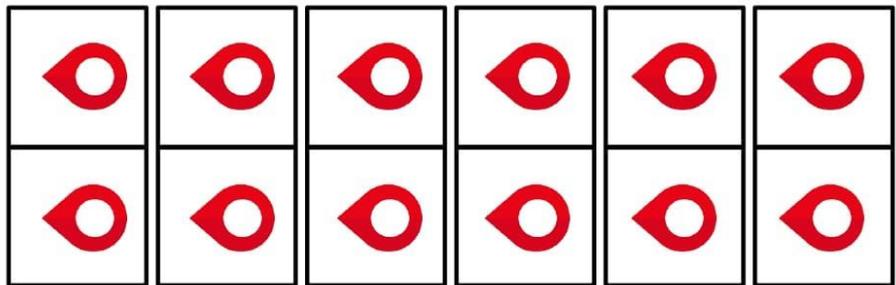
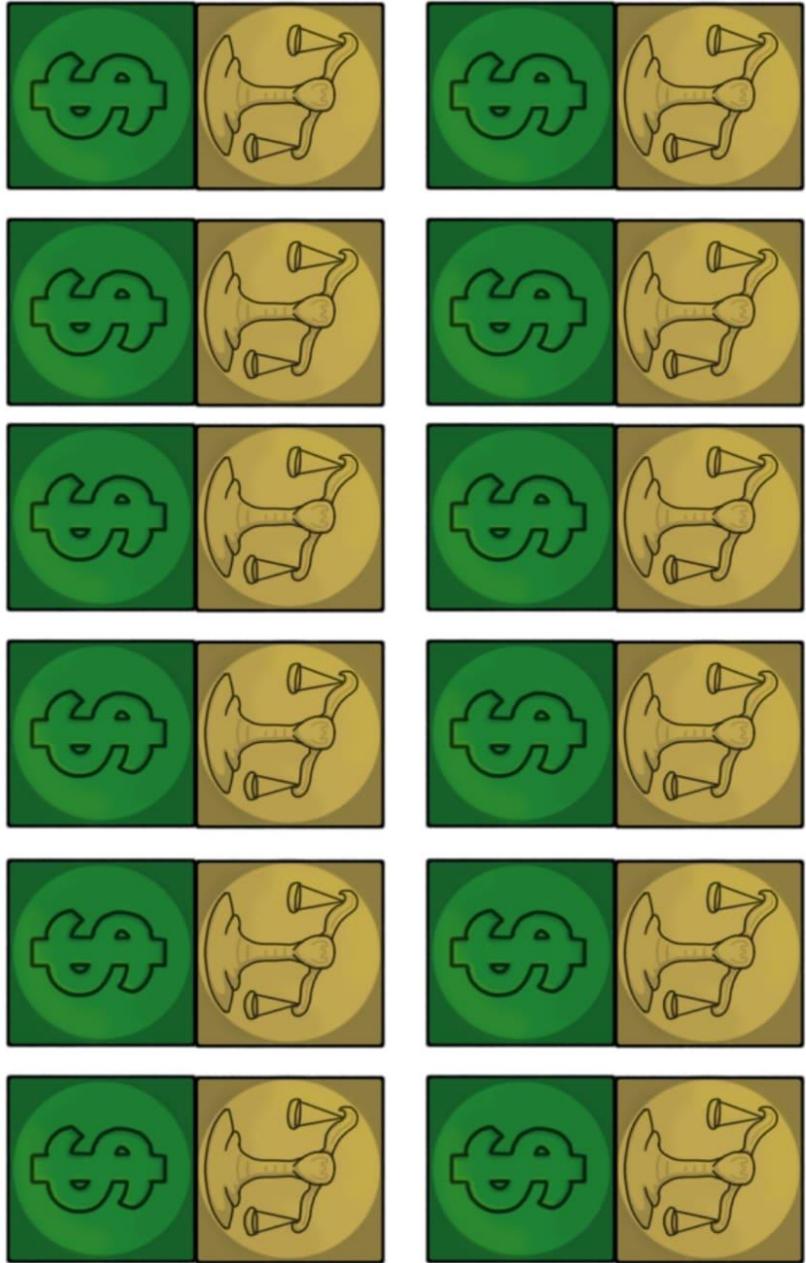
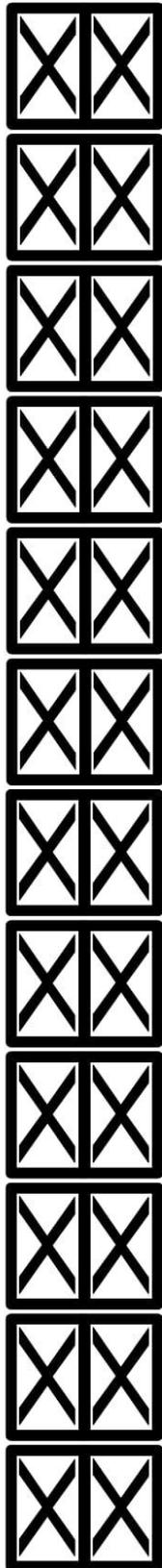
Você é atendente do Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) da operadora de cartão de crédito e está atendendo o(a) cliente. Responda o que poderá ser feito, para evitar que o(a) cliente fique ainda mais inadimplente, com base em uma das alternativas abaixo.

- É possível oferecer a ele(a) outro cartão de crédito, para que possa utilizar e pagar suas despesas sem se preocupar com o limite, já que o novo cartão possuirá um limite ainda maior que o anterior.
- É possível negociar uma redução das parcelas, com aumento de prazo. Assim, a operadora de Cartão de Crédito evita que o(a) seu(sua) cliente chegue ao ponto de ficar totalmente impossibilitado(a) de pagar.
- É possível oferecer a ele(a) um aumento do limite da fatura do cartão, o que permitirá que as suas próximas compras possam ser novamente parceladas.

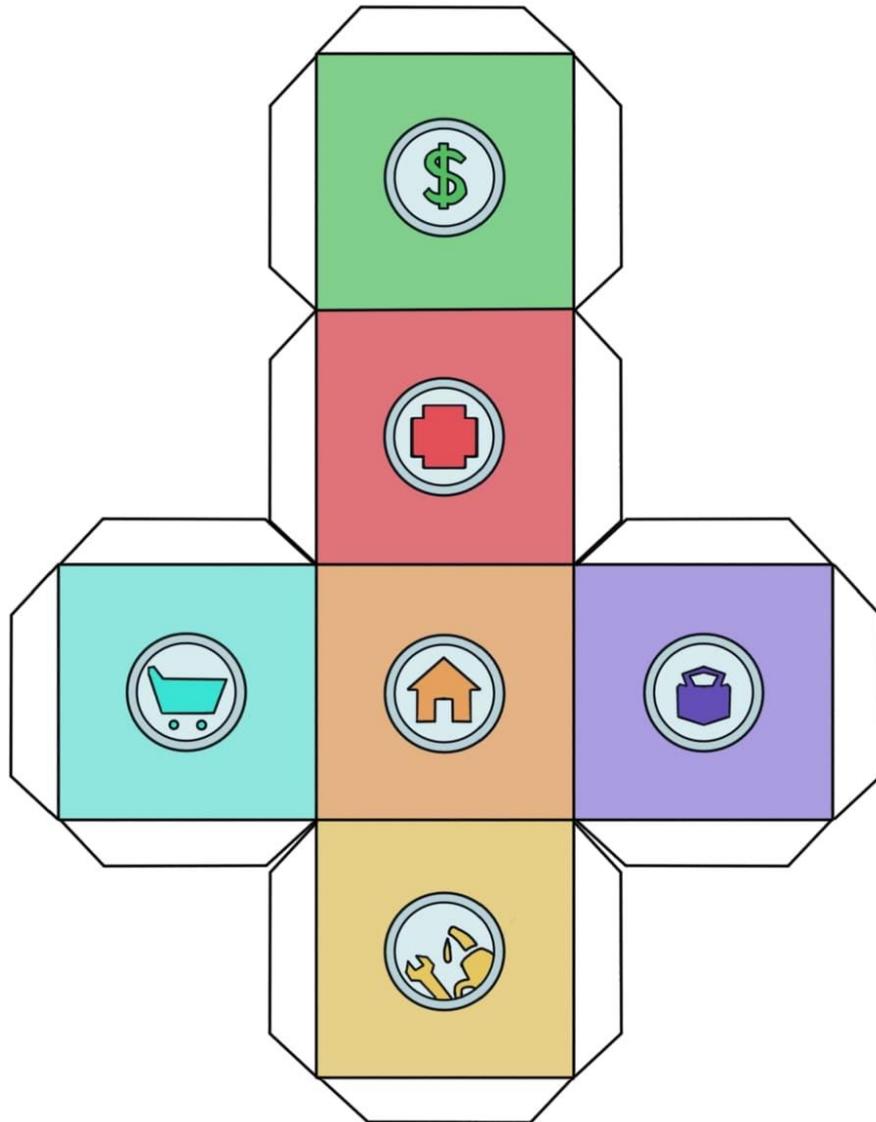
R6



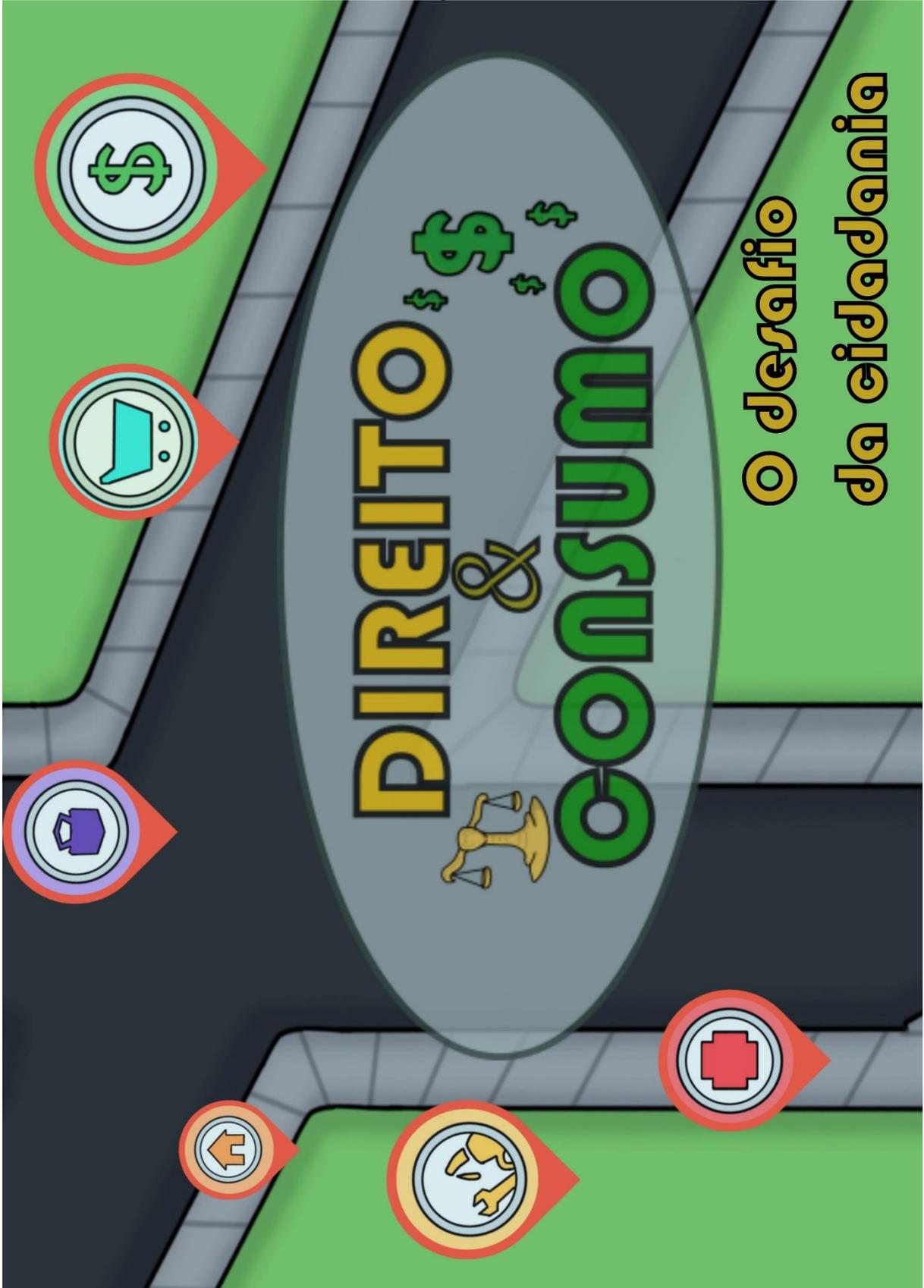
FICHAS



DADO



TAMPA DA CAIXA – OPCIONAL - *Template*



LATERAIS DA CAIXA- OPCIONAL - *Template*



APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
DO RIO GRANDE DO SUL – IFRS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA, PÓS-GRADUAÇÃO E INOVAÇÃO – PROPP
COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA – CEP**

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado (a) Senhor (a)

Você está sendo respeitosamente convidado (a) a participar do projeto de pesquisa intitulado: “O JOGO PEDAGÓGICO COMO FERRAMENTA PROMOTORA DO ENSINO EM DIREITO DO CONSUMIDOR E CONSUMO RESPONSÁVEL NO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO”, cujo principal objetivo é Investigar se o desenvolvimento e aplicação de um produto educacional do tipo jogo pedagógico pode promover o aprendizado da matéria relacionada ao Direito do Consumidor e Consumo Responsável, para os (as) estudantes do Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA. Este projeto está vinculado a Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica, do *Campus* Porto Alegre do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul.

A pesquisa será feita no *Campus* Porto Alegre do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, através de questionários, entrevistas e utilização do jogo pedagógico desenvolvido durante a pesquisa. As entrevistas e a utilização do jogo pedagógico poderão ser gravadas através da captação de áudio, após a sua autorização. Para a coleta de dados será utilizado/a roteiro de entrevista e questionários, além de gravador de áudio.

=====

Fui alertado (a) que este estudo apresenta *riscos mínimos*, isto é, restritos à possibilidade de haver algum desconforto ao refletir sobre minhas práticas e/ou conhecimentos ou cansaço ao responder às questões das entrevistas e/ou questionários. Nestes casos, para minimizar os riscos, me foi informado que a participação na pesquisa será voluntária e me será facultado não responder a quaisquer das perguntas/questionamentos, sem que eu seja constrangido de qualquer modo a fazê-lo, e sem que isso me cause qualquer tipo de prejuízo ou ônus. Há também o *risco mínimo* em relação à possibilidade de haver algum inconveniente gerado pelo tempo dispendido com a entrevista ou tempo utilizado para responder aos questionários. Tal risco será minimizado agendando-se previamente as datas e horários das entrevistas e aplicação dos questionários. Além disso, diante de qualquer tipo de questionamento ou dúvida poderei realizar o contato imediato com a

pesquisadora responsável pelo estudo que fornecerá os devidos esclarecimentos. Caso seja necessário, poderei ser encaminhado para atendimento psicológico na Clínica de Atendimento Psicológico da UFRGS, com endereço na Avenida Protásio Alves, 297 – Bairro Protásio Alves, na cidade de Porto Alegre – RS.

Foi destacado que a minha participação no estudo é de extrema importância, em razão de que se espera que este possa contribuir para o desenvolvimento de um produto educacional que atue como ferramenta promotora do processo de aprendizagem, com potencial de ser replicado em outras instituições de ensino. Especialmente pela relevância da temática, que possibilitará a aquisição de novos conhecimentos sobre “Direito do Consumidor” e “Consumo Responsável”, minha participação na pesquisa auxiliará o desenvolvimento do jogo pedagógico, voltado para uma formação integral, mais consciente e responsável, o que beneficia à coletividade como um todo.

Estou ciente e me foram assegurados os seguintes direitos:

- da liberdade de retirar o meu consentimento, a qualquer momento, e deixar de participar do estudo, sem que isso me traga prejuízo de qualquer ordem;
- da segurança de que não serei identificado (a) e que será mantido caráter confidencial das informações relacionadas à minha privacidade;
- de que serão mantidos todos os preceitos ético-legais durante e após o término da pesquisa, de acordo com a Resolução 466/2016 do Conselho Nacional de Saúde;
- do compromisso de ter acesso às informações em todas as etapas do estudo, bem como aos resultados, ainda que isso possa afetar meu interesse em continuar participando da pesquisa;
- de que não haverá nenhum tipo de despesa ou ônus financeiro, bem como não haverá nenhuma recompensa financeira relacionada à minha participação;
- de que não está previsto nenhum tipo de procedimento invasivo, coleta de material biológico, ou experimento com seres humanos;
- de não responder qualquer pergunta que julgar constrangedora ou inadequada.

=====

Eu _____, portador do documento de identidade nº _____, aceito participar da pesquisa intitulada: “O JOGO PEDAGÓGICO COMO FERRAMENTA PROMOTORA DO ENSINO EM DIREITO DO CONSUMIDOR E CONSUMO RESPONSÁVEL NO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO”. Fui informado (a) dos objetivos do presente estudo de maneira clara e detalhada, bem como sobre a metodologia que será adotada, sobre os riscos e benefícios envolvidos. Recebi uma cópia deste termo de consentimento e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Uso de imagem/gravação

Autorizo o uso do áudio de minha entrevista, para fins desta pesquisa, sendo seu uso restrito ao registro da entrevista, com posterior transcrição e análise dos dados para o desenvolvimento da pesquisa, considerando esse ser um trabalho acadêmico.

Local, ____ de _____ de _____.

Assinatura do (a) participante

Assinatura do (a) pesquisador(a)

Em caso de dúvidas com respeito aos aspectos éticos deste estudo, você poderá consultar:

CEP/IFRS

E-mail: cepesquisa@ifrs.edu.br

Endereço: Rua General Osório, 348, Centro, Bento Gonçalves, RS
CEP: 95.700-000

Telefone: (54) 3449-3340

Pesquisador(a) principal: ____ Flávia Cipriani ____

Telefone para contato: ____ (54) 99102-5379 ____

E-mail para contato: ____ flavia.cipriani@ifrs.edu.br ____

APÊNDICE C – ROTEIRO – ENTREVISTA COM OS(AS) DOCENTES
ROTEIRO PARA CONDUÇÃO DA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA –
DOCENTES

O roteiro preliminar de entrevista semiestruturada inicial para os(as) docentes tem por objetivos:

a) Identificar se e como são abordadas as temáticas “Direito do Consumidor” e “Consumo Responsável” na disciplina ministrada;

b) Identificar o potencial interesse, pelo(a) docente, da utilização de um jogo pedagógico com as temáticas “Direito do Consumidor” e “Consumo Responsável” na disciplina ministrada.

Questões do roteiro para entrevista semiestruturada inicial, a ser realizada com os(as) docentes das disciplinas, no início da pesquisa, com vistas ao desenvolvimento do produto educacional:

1. Gostaria que você informasse, com base na sua experiência, se há abordagem das temáticas Direito do Consumidor e/ou Consumo Responsável na disciplina ministrada.
 - 1.1. Caso a resposta seja afirmativa para a temática “Direito do Consumidor”, de que modo costuma ser a abordagem? Quais os conteúdos abordados? Há a utilização de algum autor em especial?
 - 1.2. Caso a resposta seja afirmativa para a temática “Consumo Responsável” de que modo costuma ser a abordagem? Quais os conteúdos abordados? Há a utilização de algum autor em especial?
 - 1.3. Caso a resposta seja negativa, para uma ou para as duas temáticas, de acordo com a sua experiência, entende que poderia haver pertinência na abordagem desses temas na disciplina?
2. Você já teve oportunidade de utilizar algum jogo pedagógico como ferramenta promotora do aprendizado de alguma temática, dentro do conteúdo da disciplina?

- 2.1. Caso a resposta seja afirmativa, poderia informar que tipo (s) de jogo(s) pedagógico(s) e se lembra qual o assunto trabalhado?
- 2.2. Caso a resposta seja afirmativa, poderia informar, caso se recorde, se houve um aproveitamento da turma em relação ao aprendizado do conteúdo?
3. Como educador, teria interesse na utilização de uma ferramenta promotora de ensino, do tipo jogo pedagógico, para a abordagem das temáticas “Direito do Consumidor” e “Consumo Responsável” na disciplina ministrada?
 - 3.1. Caso a resposta seja afirmativa, em sua opinião e com base na sua experiência, no que a utilização do jogo pedagógico poderia contribuir para o processo de aprendizagem?
 - 3.2. Caso a resposta seja negativa, em sua opinião e com base na sua experiência, por que razões não teria interesse na utilização do jogo pedagógico?
4. Gostaria de acrescentar mais algum comentário/opinião/sugestão?

_____, ____ de _____.

Local e data da realização da entrevista

APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO - CONHECIMENTOS PRÉVIOS

Questionário encaminhado por link do Google Forms

Pesquisa de Mestrado - O Jogo Pedagógico como ferramenta promotora do ensino em Direito do Consumidor e Consumo Responsável no Curso Técnico em Administração Integrado ao Ensino Médio

Prezado (a) Senhor (a)

Este questionário faz parte do trabalho de pesquisa que está sendo desenvolvido por mim, e que constituirá a dissertação do Curso de Pós-Graduação - Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica que frequento no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul - Campus Porto Alegre.

Você está sendo convidado a participar da pesquisa por ser aluno do Curso Técnico em Administração Integrado ao Ensino Médio, na modalidade PROEJA.

O questionário é ANÔNIMO, e o endereço de e-mail do respondente é coletado apenas para verificarmos se ninguém respondeu duas vezes o questionário por engano. As questões são de múltipla escolha, e possuem o intuito de verificar o conhecimento prévio em relação a conteúdos que serão abordados no jogo pedagógico que será desenvolvido.

Muito obrigada por sua contribuição.

Flávia Cipriani

***Obrigatório**

1. E-mail *

Você está sendo respeitosamente convidado (a) a participar do projeto de pesquisa intitulado: "O JOGO PEDAGÓGICO COMO FERRAMENTA PROMOTORA DO ENSINO EM DIREITO DO CONSUMIDOR E CONSUMO RESPONSÁVEL NO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO", cujo principal objetivo é Investigar se o desenvolvimento e aplicação de um produto educacional do tipo jogo pedagógico pode promover o aprendizado da matéria relacionada ao Direito do Consumidor e Consumo

TERMO DE
CONSENTIMENTO
LIVRE E
ESCLARECIDO

Responsável, para os (as) estudantes do Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA.

Este projeto está vinculado ao Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica, do Campus Porto Alegre do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul.

A pesquisa será feita no Campus Porto Alegre do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, através de questionários, entrevistas e utilização do jogo pedagógico desenvolvido durante a pesquisa. As entrevistas e a utilização do jogo pedagógico poderão ser gravadas através da captação de áudio, após a sua autorização. Para a coleta de dados será utilizado/a roteiro de entrevista e questionários, além de gravador de áudio.

=====

Fui alertado (a) que este estudo apresenta riscos mínimos, isto é, restritos à possibilidade de haver algum desconforto ao refletir sobre minhas práticas e/ou conhecimentos ou cansaço ao responder às questões das entrevistas e/ou questionários. Nestes casos, para minimizar os riscos, me foi informado que a participação na pesquisa será voluntária e me será facultado não responder a quaisquer das perguntas/questionamentos, sem que eu seja constrangido de qualquer modo a fazê-lo, e sem que isso me cause qualquer tipo de prejuízo ou ônus. Há também o risco mínimo em relação à possibilidade de haver algum inconveniente gerado pelo tempo dispendido com a entrevista ou tempo utilizado para responder aos questionários. Tal risco será minimizado agendando-se previamente as datas e horários das entrevistas e aplicação dos questionários.

Além disso, diante de qualquer tipo de questionamento ou dúvida poderei realizar o contato imediato com a pesquisadora responsável pelo estudo que fornecerá os devidos esclarecimentos. Caso seja necessário, poderei ser encaminhado para atendimento psicológico na Clínica de Atendimento Psicológico da UFRGS, com endereço na Avenida Protásio Alves, 297 – Bairro Protásio Alves, na cidade de Porto Alegre – RS.

Foi destacado que a minha participação no estudo é de extrema importância, em razão de que se espera que este possa contribuir para o desenvolvimento de um produto educacional que atue como ferramenta promotora do processo de aprendizagem, com potencial de ser replicado em outras instituições de ensino. Especialmente pela relevância da temática, que possibilitará a aquisição de novos conhecimentos sobre "Direito do Consumidor" e "Consumo Responsável", minha participação na pesquisa auxiliará o desenvolvimento do jogo pedagógico, voltado para uma formação integral, mais consciente e responsável, o que beneficia à coletividade como um todo.

Estou ciente e me foram assegurados os seguintes direitos:

- da liberdade de retirar o meu consentimento, a qualquer momento, e deixar de participar do estudo, sem que isso me traga prejuízo de qualquer ordem;
- da segurança de que não serei identificado (a) e que será mantido caráter confidencial das informações relacionadas à minha privacidade;
- de que serão mantidos todos os preceitos ético-legais durante e após o término da pesquisa, de acordo com a Resolução 466/2016 do Conselho Nacional de Saúde;
- do compromisso de ter acesso às informações em todas as etapas do estudo, bem como aos resultados, ainda que isso possa afetar meu interesse em continuar participando da pesquisa;
- de que não haverá nenhum tipo de despesa ou ônus financeiro, bem como não haverá nenhuma recompensa financeira relacionada à minha participação;
- de que não está previsto nenhum tipo de procedimento invasivo, coleta de material biológico, ou experimento com seres humanos;
- de não responder qualquer pergunta que julgar constrangedora ou

inadequada.

Em caso de dúvidas com respeito aos aspectos éticos deste estudo, você poderá consultar:

CEP/IFRS

E-mail: cepesquisa@ifrs.edu.br

Endereço: Rua General Osório, 348, Centro, Bento Gonçalves, RS, CEP: 95.700-086

Telefone: (54) 3449-3340

Pesquisador(a) principal: Flávia Cipriani

Telefone para contato: (54) 99102-5379

E-mail para contato: flavia.cipriani@ifrs.edu.br

2. TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO *

Marcar apenas uma oval.

1. Aceito participar da pesquisa descrita acima e declaro ter sido informado (a) dos objetivos do presente estudo de maneira clara e detalhada, bem como sobre a metodologia que será adotada, sobre os riscos e benefícios envolvidos.
2. Não aceito participar da pesquisa. *Pular para a seção 6 (Agradecimento)*

Dados Gerais

3. Qual semestre do Ensino Médio Integrado você está cursando? *

Marcar apenas uma oval.

- 1º semestre
- 2º semestre
- 3º semestre
- 4º semestre
- 5º semestre
- 6º semestre

4. Qual a sua idade? *

Tema: Direito

As principais regulamentações do Direito do Consumidor estão contidas no CDC- Código de Defesa do Consumidor.

do
Consumidor

Em relação aos direitos do consumidor, marque para cada questão abaixo a alternativa que julgar correta, de acordo com o seu entendimento:

5. 1. Ao efetuar uma compra em uma loja que vende produtos pela internet, João arrependeu-se assim que o produto chegou em sua casa. Nesse caso: *

Marcar apenas uma oval.

- a) No prazo de 10 dias, contados do recebimento da mercadoria, João poderá exercer o direito de arrependimento, devolvendo o produto e recebendo de volta o valor.
- b) No prazo de 30 dias, contados do recebimento da mercadoria, João poderá exercer o direito de arrependimento, devolvendo o produto e recebendo de volta o valor.
- c) No prazo de 7 dias, contados do recebimento da mercadoria, João poderá exercer o direito de arrependimento, devolvendo o produto e recebendo de volta o valor.

6. 2. Ana adquiriu uma televisão em uma loja física na cidade onde reside. No entanto, passados 14 meses, a televisão parou de funcionar. Ana poderá exercer o direito de cobertura do período de garantia? *

Marcar apenas uma oval.

- a) Não, pois o período de garantia contratual é de apenas 12 meses.
- b) Não, pois o período de garantia legal é de apenas 3 meses.
- c) Sim, pois o período de garantia legal, seguida da contratual é de 15 meses.

7. 3. Ao contratar um empréstimo no Banco Fortuna, Cláudio foi informado que precisava contratar um seguro de veículo ou residencial, para que o empréstimo fosse liberado. Essa prática abusiva é popularmente conhecida como: *

Marcar apenas uma oval.

- a) Venda conjunta.
- b) Venda dupla.
- c) Venda casada.

8. 4. No supermercado, Joana percebeu que um produto estava anunciado como se seu preço tivesse sido reduzido pela metade. Mas ela também verificou que a quantidade do produto havia sido reduzida na nova embalagem, inclusive para menos da metade da embalagem anterior, retirando qualquer vantagem que poderia haver na compra que estava sendo anunciada. Nesse caso, a publicidade utilizada pode ser considerada enganosa ou abusiva? *

Marcar apenas uma oval.

- a) Enganosa e abusiva, pois além de utilizar informação que pode induzir em erro ao consumidor em relação à quantidade e ao preço do produto, também está se aproveitando da deficiência de julgamento e experiência do adulto.
- b) Abusiva, pois está induzindo o consumidor a se comportar de forma prejudicial à sua saúde.
- c) Enganosa, pois utiliza informação que pode induzir em erro ao consumidor, em relação à quantidade e ao preço do produto.

9. 5. André, ao perceber que seu carro estava fazendo um barulho diferente do normal, levou-o à uma oficina mecânica. O atendente solicitou que o veículo ficasse na oficina para avaliação e elaboração de um orçamento. O orçamento passado após a avaliação incluía uma peça nova e a mão de obra para trocá-la. André aceitou o orçamento e autorizou a execução do serviço. Porém, ao retirar o veículo, foi informado de que durante o conserto, havia sido necessário trocar mais uma peça, razão pela qual estavam lhe cobrando também esse serviço e material. Nesse caso, a oficina utilizou uma prática: *

Marcar apenas uma oval.

- a) Abusiva, pois a peça e o serviço não eram necessários para o conserto do veículo.
- b) Abusiva, pois em toda a execução de serviços deve haver a prévia elaboração de orçamento, que deverá ser aceito pelo contratante.
- c) Abusiva, pois o atendente não poderia ter solicitado à André que deixasse o veículo para avaliação, já que André necessitava dele para trabalhar.

Tema:
Consumo
Responsável

O Consumo Responsável permite que as decisões de compra sejam tomadas de modo a manter o equilíbrio entre a satisfação das necessidades e as possibilidades financeiras. Também é um ato de cidadania, pois promove a utilização racional dos recursos naturais e artificiais.

Quanto ao Consumo Responsável, com base em seu entendimento, marque para cada questão abaixo a alternativa que julgar correta.

10. 6. Rita precisa adquirir um sapato para trabalhar, pois o seu já está bastante deteriorado. Ao chegar na Loja, o vendedor apresenta diversos modelos confortáveis e bonitos. Ao verificar os preços, Rita espanta-se ao descobrir que um dos modelos, embora não apresente diferenças notáveis em relação aos demais, está custando o triplo do preço, por se tratar da marca Pé-de-Anjo, muito valorizada no mercado. Ao optar pela compra do sapato de marca, a atitude de Rita poderá ser considerada como: *

Marcar apenas uma oval.

- a) Consumo, que é a compra para a satisfação dos desejos, vontades e anseios, que vão além das necessidades.
- b) Consumismo, que é a compra para a satisfação das necessidades básicas apenas.
- c) Consumismo, pois embora Rita realmente precisasse do par de sapatos, a opção pela compra de um sapato três vezes mais caro do que os demais, apenas por ser de marca e com características muito semelhantes, não se justifica.

11. 7. Raul comprou um celular há alguns anos e o aparelho está funcionando perfeitamente. Mas Raul tem recebido avisos de um aplicativo de troca de mensagens bastante popular, avisando que em breve, seu aparelho não poderá mais rodar esse aplicativo, pois a empresa fabricante não dará mais o suporte para aparelhos mais antigos. Isso acabará gerando uma necessidade de certa forma “fabricada” para que Raul adquira um novo aparelho, mesmo que o dele ainda esteja em condições de uso. Essa estratégia das empresas fabricantes, de criarem condições de uso específicas, ou por prazo limitado, fazendo com que o consumidor se veja obrigado a substituir o aparelho antes mesmo do fim de sua vida útil, é chamada de: *

Marcar apenas uma oval.

- a) Troca programada.
- b) Obsolescência programada.
- c) Substituição programada.

12. 8. Nos últimos anos Lúcia têm reparado que muitos dos produtos nas prateleiras do supermercado e da farmácia apresentam a informação de que se tratam de produtos orgânicos, e/ou que suas embalagens são recicláveis ou até mesmo totalmente biodegradáveis. Isso se deve ao movimento ligado ao conceito de desenvolvimento sustentável. Para a ONU (Organização das Nações Unidas), o desenvolvimento sustentável é “aquele que atende as necessidades atuais sem comprometer a habilidade das futuras gerações de atender suas próprias necessidades”. Na declaração de Joanesburgo, os três pilares considerados pela ONU como a base do desenvolvimento sustentável são: *

Marcar apenas uma oval.

- a) O desenvolvimento científico, o desenvolvimento social e a proteção ambiental.
- b) A proteção ambiental, o desenvolvimento tecnológico e o desenvolvimento social.
- c) O desenvolvimento econômico, o desenvolvimento social e a proteção ambiental.

13. 9. Carlos iniciou em seu primeiro emprego há dois meses. Tinha intenção de guardar uma parte do seu salário, mas percebeu que, de pouco em pouco, acabou gastando todo o valor recebido em itens, na maioria das vezes, supérfluos. Para Carlos, uma possível solução é a elaboração de um Orçamento Doméstico e também a realização de seu Planejamento Financeiro, que podem ser conceituados da seguinte forma: *

Marcar apenas uma oval.

- a) Enquanto o Orçamento Doméstico lista a previsão de despesas e o valor que será recebido, o Planejamento Financeiro também inclui projetos, sonhos e objetivos de curto, médio e longo prazo, que vão depender de uma boa administração do Orçamento.
- b) O Planejamento Financeiro é apenas a forma como se organizam os investimentos e os empréstimos de longo prazo, enquanto o Orçamento Doméstico é a previsão diária, que contém o levantamento dos custos das mercadorias que serão compradas em determinada residência.
- c) O Orçamento Doméstico só prevê os gastos relacionados com a casa, enquanto o Planejamento Financeiro prevê todos os tipos de gastos, inclusive com lazer.

14. 10. Luís precisou abrir uma conta corrente para receber o seu salário. No momento da abertura da conta, foi implantado um limite de crédito, também conhecido como cheque especial. Quanto ao conceito de crédito pode-se dizer que: *

Marcar apenas uma oval.

- a) O crédito é um valor a que temos direito, como o cheque especial ou o empréstimo em folha, que pode ser utilizado como se fosse um dinheiro a mais para comprarmos itens necessários.
- b) O crédito é a mesma coisa que dívida pois, ao contratá-lo ou utilizá-lo, temos a incidência de juros e taxas que precisarão ser pagos, juntamente com o valor utilizado/contratado.
- c) O crédito pode ser usado para todos os gastos do dia-a-dia, já que é apenas um adiantamento de valor que será pago mais adiante, sem juros ou taxas.

Pular para a seção 7 (Agradecimento)

Agradecimento

Você assinalou a opção: "Não aceito participar da pesquisa".

Muito obrigada pelo seu tempo e disponibilidade.

Em caso de dúvidas a respeito dos aspectos éticos deste estudo, você pode consultar:

CEP/IFRS
E-mail: cepesquisa@ifrs.edu.br
Endereço: Rua General Osório, 348, Centro, Bento Gonçalves, RS, CEP: 95.700-086
Telefone: (54) 3449-3340

Pesquisador(a) principal: Flávia Cipriani
Telefone para contato: (54) 99102-5379
E-mail para contato: flavia.cipriani@ifrs.edu.br

Agradecimento

Muito obrigada pelo seu tempo e disponibilidade em colaborar com a pesquisa.
Suas respostas são muito importantes para o estudo.

Em caso de dúvidas, faça contato.

Flávia Cipriani
Telefone para contato: (54) 99102-5379
E-mail para contato: flavia.cipriani@ifrs.edu.br

APÊNDICE E – QUESTIONÁRIO – AVALIAÇÃO DO P. E.

Questionário encaminhado por link do Google Forms:



Seção 1 de 11

Avaliação do Produto Educacional - Jogo Pedagógico "Direito e Consumo: o desafio da cidadania"

Prezado(a) Professor(a):

Este questionário constitui o instrumento de avaliação do produto educacional decorrente do trabalho de pesquisa que desenvolvo junto ao Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica no IERS - Campus Porto Alegre e tem por finalidade verificar a sua aplicabilidade imediata.

Você está sendo convidado a participar desta etapa da pesquisa por ser docente do IERS atuante em Curso Técnico integrado ao Ensino Médio, na Modalidade PROEJA.

O questionário é ANÔNIMO, e o endereço de e-mail do respondente é coletado apenas para verificarmos se ninguém respondeu duas vezes o questionário por engano.

Muito obrigada por sua contribuição.

Flávia Cipriani

E-mail *

E-mail válido

Este formulário está coletando e-mails. [Alterar configurações](#)

Após a seção 1 Continuar para a próxima seção

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



Você está sendo respeitosamente convidado (a) a participar do projeto de pesquisa intitulado: "O JOGO PEDAGÓGICO COMO FERRAMENTA PROMOTORA DO ENSINO EM DIREITO DO CONSUMIDOR E CONSUMO RESPONSÁVEL NO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO", cujo principal objetivo é Investigar se o desenvolvimento e aplicação de um produto educacional do tipo jogo pedagógico pode promover o aprendizado da matéria relacionada ao Direito do Consumidor e Consumo Responsável, para os (as) estudantes do Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA.

Este projeto está vinculado ao Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica, do Campus Porto Alegre do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul.

A pesquisa está sendo realizada no Campus Porto Alegre do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul por meio de revisão bibliográfica e documental e entrevistas semi-estruturadas e a partir dela foi desenvolvido o Produto Educacional (PE) denominado "Direito e Consumo: o desafio da cidadania". Neste momento você é convidado(a) a responder ao QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DO PRODUTO EDUCACIONAL.

O objetivo do produto educacional (PE) do tipo jogo pedagógico concreto, é constituir uma ferramenta que auxilie a promoção do aprendizado nas temáticas Direito do Consumidor e Consumo Responsável para os alunos do Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio, na modalidade PROEJA.

O PE também possui potencial de replicabilidade junto aos demais cursos técnicos do IFRS integrados ao Ensino Médio, na modalidade PROEJA ou não, desde que possuam em sua Ementa conteúdos relativos ao Direito do Consumidor, Consumo Responsável/Consumismo e/ ou Educação Financeira.

=====

Fui alertado (a) que este estudo apresenta riscos mínimos, isto é, restritos à possibilidade de haver algum desconforto ao refletir sobre minhas práticas e/ou conhecimentos ou cansaço ao responder às questões das entrevistas e/ou questionários. Nestes casos, para minimizar os riscos, me foi informado que a participação na pesquisa será voluntária e me será facultado não responder a quaisquer das perguntas/questionamentos, sem que eu seja constrangido de qualquer modo a fazê-lo, e sem que isso me cause qualquer tipo de prejuízo ou ônus. Há também o risco mínimo em relação à possibilidade de haver algum inconveniente gerado pelo tempo despendido com a entrevista ou tempo utilizado para responder aos questionários. Tal risco será minimizado agendando-se previamente as datas e horários das entrevistas e aplicação dos questionários.

Além disso, diante de qualquer tipo de questionamento ou dúvida poderei realizar o contato imediato com a pesquisadora responsável pelo estudo que fornecerá os devidos esclarecimentos. Caso seja necessário, poderei ser encaminhado para atendimento psicológico na Clínica de Atendimento Psicológico da UFRGS, com endereço na Avenida Protásio Alves, 297 – Bairro Protásio Alves, na cidade de Porto Alegre – RS.

Foi destacado que a minha participação no estudo é de extrema importância, em razão de que se espera que este possa contribuir para o desenvolvimento de um produto educacional que atue como ferramenta promotora do processo de aprendizagem, com potencial de ser replicado em outras instituições de ensino. Especialmente pela relevância da temática, que possibilitará a aquisição de novos conhecimentos sobre "Direito do Consumidor" e "Consumo Responsável", minha participação na pesquisa auxiliará o desenvolvimento do jogo pedagógico, voltado para uma formação integral, mais consciente e responsável, o que beneficia à coletividade como um todo.

Estou ciente e me foram assegurados os seguintes direitos:

- da liberdade de retirar o meu consentimento, a qualquer momento, e deixar de participar do estudo, sem que isso me traga prejuízo de qualquer ordem;
- da segurança de que não serei identificado (a) e que será mantido caráter confidencial das informações relacionadas à minha privacidade;
- de que serão mantidos todos os preceitos ético-legais durante e após o término da pesquisa, de acordo com a Resolução 466/2016 do Conselho Nacional de Saúde;
- do compromisso de ter acesso às informações em todas as etapas do estudo, bem como aos resultados, ainda que isso possa afetar meu interesse em continuar participando da pesquisa;
- de que não haverá nenhum tipo de despesa ou ônus financeiro, bem como não haverá nenhuma recompensa financeira relacionada à minha participação;
- de que não está previsto nenhum tipo de procedimento invasivo, coleta de material biológico, ou experimento com seres humanos;
- de não responder qualquer pergunta que julgar constrangedora ou inadequada.

Em caso de dúvidas com respeito aos aspectos éticos deste estudo, você poderá consultar:

CEP/IFRS

E-mail: cepesquisa@ifrs.edu.br

Endereço: Rua General Osório, 348, Centro, Bento Gonçalves, RS, CEP: 95.700-086

Telefone: (54) 3449-3340

Pesquisador(a) principal: Flávia Cipriani

Telefone para contato: (54) 99102-5379

E-mail para contato: flavia.cipriani@ifrs.edu.br

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO *

1. Aceito participar da pesquisa descrita acima e declaro ter sido informado (a) dos objetivos do presente ...
2. Não aceito participar da pesquisa.

Após a seção 2 Continuar para a próxima seção ▼

Seção 3 de 11

Dados Gerais



Descrição (opcional)

Qual a unidade organizacional (Campus) do IFRS a qual você pertence? *

Texto de resposta curta

.....

Qual o Curso Técnico integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA em que você atua como docente? *

Texto de resposta curta

Qual(is) a(s) disciplina(s) ministrada(s) por você junto ao Curso Técnico integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA? *

Texto de resposta curta

Qual a sua idade? *

- 18 a 25 anos
- 26 a 30 anos
- 31 a 35 anos
- 36 a 40 anos
- 41 a 45 anos
- 46 a 50 anos
- 51 a 55 anos
- 56 a 60 anos
- acima de 60 anos

...

Qual o seu tempo de atuação no IFRS? *

- 1 a 4 anos
- 5 a 9 anos
- 10 anos ou mais

Qual o seu maior nível de titulação acadêmica? *

- Graduação
- Especialização
- Mestrado
- Doutorado
- Pós-doutorado

Após a seção 3 Continuar para a próxima seção

Seção 4 de 11

Questionário de avaliação



Orientações

Por gentileza, responda às questões a seguir, utilizando as seguintes opções:

Sim - Em caso de resposta afirmativa

Não - Em caso de resposta negativa

Parcialmente - Em caso de resposta parcialmente afirmativa

Após a seção 4 Continuar para a próxima seção

Seção 5 de 11

Estética e organização do produto educacional



Descrição (opcional)

1. De modo geral, quanto à apresentação gráfica e o formato, o jogo pedagógico pode ser considerado adequado ao público-alvo? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

2. O visual do jogo pode ser considerado atrativo para o público-alvo? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

3. O tamanho do tabuleiro está adequado? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

4. As imagens contidas no tabuleiro estão adequadas e bem proporcionadas? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

5. As cores, o tamanho e o design das Cartas-Desafio "P" e "R" estão adequados? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

...

6. Os demais elementos do jogo (dado, fichas ponto e fichas X) possuem cores, tamanhos e design adequados? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

Caso deseje, registre aqui quaisquer observações, críticas ou comentários sobre esta seção (Estética e organização do produto educacional):

Texto de resposta longa

Após a seção 5 Continuar para a próxima seção

Seção 6 de 11

Estilo de escrita apresentado no produto educacional

Descrição (opcional)

7. A linguagem do produto educacional está adequada ao público alvo e ao nível de ensino a que se destina? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

8. A linguagem do produto educacional respeita a diversidade? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

9. Os textos apresentados nas cartas-desafio de perguntas e respostas foram escritos em linguagem clara, facilitando a compreensão das problemáticas, de modo a permitir a representação pelos participantes do jogo? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

10. O Livro de Regras foi escrito em linguagem clara, facilitando a compreensão das regras do jogo? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

11. O Manual de Apoio e Soluções é coeso e foi escrito em linguagem clara, facilitando a identificação das respostas aos desafios e permitindo a compreensão dos temas abordados, bem como a consulta às referências? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

Caso deseje, registre aqui quaisquer observações, críticas ou comentários sobre esta seção (Estilo de escrita apresentado no produto educacional):

Texto de resposta longa

Após a seção 6 Continuar para a próxima seção

Seção 7 de 11

Conteúdo do produto educacional



Descrição (opcional)

12. Quanto à(s) disciplina(s) que você ministra, o conteúdo do jogo está adequado ao público alvo? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

13. Quanto à coerência, os desafios das cartas do jogo apresentam problematização adequada, relacionada às temáticas propostas? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

14. Quanto ao referencial teórico/bibliografia apresentado no “Manual de Apoio e Soluções”, este se apresenta adequado à proposta, ao tema e ao conteúdo no nível de escolarização a que se destina? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

15. Quanto à interdisciplinaridade, o jogo apresenta a possibilidade de se trabalharem os conteúdos das duas temáticas (Direito do Consumidor e Consumo Responsável) conjuntamente de modo satisfatório? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

Caso deseje, registre aqui quaisquer observações, críticas ou comentários sobre esta seção (Conteúdo do produto educacional):

Texto de resposta longa



Aplicabilidade e relevância pedagógica do produto educacional



Em sua opinião, o jogo:

16. Apresenta características de jogabilidade relativamente simples e propicia a imersão proposta? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

17. Apresenta desafios compatíveis com a realidade do público-alvo, de modo a promover uma aprendizagem significativa? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

18. Estimula a representação de papéis por meio dos desafios propostos, buscando o engajamento dos jogadores? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

19. Apresenta potencialidade de cooperação e estímulo ao diálogo e a motivação entre os participantes? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

20. Apresenta potencial de promover a criticidade e a mudança de atitude nos participantes, em relação às temáticas abordadas? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

21. Permite adaptabilidade e variações na aplicação? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

22. Apresenta potencial como ferramenta auxiliar para a promoção do ensino das temáticas propostas? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

Caso deseje, registre aqui quaisquer observações, críticas ou comentários sobre esta seção (Aplicabilidade e relevância pedagógica do produto educacional):

Texto de resposta longa



Seção 9 de 11

Observações, percepções e sugestões



Descrição (opcional)

Registre neste espaço, caso julgue necessário, quaisquer observações, percepções e sugestões de melhoria para o jogo pedagógico.

Texto de resposta longa

Após a seção 9 Ir para a seção 11 (Agradecimento)

Seção 10 de 11

Agradecimento



Você assinalou a opção: "Não aceito participar da pesquisa".

Muito obrigada pelo seu tempo e disponibilidade.

Em caso de dúvidas a respeito dos aspectos éticos deste estudo, você pode consultar:

CEP/IFRS

E-mail: cepesquisa@ifrs.edu.br

Endereço: Rua General Osório, 348, Centro, Bento Gonçalves, RS, CEP: 95.700-086

Telefone: (54) 3449-3340

Pesquisador(a) principal: Flávia Cipriani

Telefone para contato: (54) 99102-5379

E-mail para contato: flavia.cipriani@ifrs.edu.br

Após a seção 10 Continuar para a próxima seção

Seção 11 de 11

Agradecimento



Muito obrigada pelo seu tempo e disponibilidade em colaborar com a pesquisa. Suas respostas são muito importantes para o estudo.

Em caso de dúvidas, faça contato.

Flávia Cipriani

Telefone para contato: (54) 99102-5379

E-mail para contato: flavia.cipriani@ifrs.edu.br

APÊNDICE F – ARTIGO

DIREITO DO CONSUMIDOR E CONSUMISMO: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA NA ÁREA DE ENSINO

RESUMO

O presente artigo tem como principal objetivo mapear o conhecimento já elaborado quanto à produção acadêmica e científica relacionada ao ensino do Direito do Consumidor e do Consumismo. Trata-se de uma revisão sistemática a partir do estado da arte que utilizou a base de dados do Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES. Primeiramente, descreveu-se o percurso metodológico para a seleção dos estudos que constituíram a amostragem final, atendendo aos critérios de inclusão. Depois disso, para facilitar a análise e discussão dos resultados, realizou-se a categorização dos temas pesquisados em três eixos, com os temas mais focalizados para: o Direito do Consumidor; o Consumo/Consumismo; e a Educação Financeira. Foram analisadas as abordagens metodológicas predominantes e os autores mencionados mais frequentemente nos estudos, além de terem sido apontados os objetivos e os resultados das pesquisas. Por fim, concluiu-se que é bastante escassa a produção científica em relação ao ensino de Direito do Consumidor, e que a sua abordagem de maneira integrada com os temas Consumismo e Educação Financeira pode ser uma estratégia válida para que o ensino da temática se aproxime da realidade dos estudantes, materializando-se em ações concretas e promovendo a cidadania por meio da efetivação dos direitos dos consumidores.

Palavras-chave: Direito do Consumidor. Consumismo. Educação Financeira. Ensino.

CONSUMER LAW AND CONSUMERISM: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW ON THE FIELD OF TEACHING

ABSTRACT

The main objective of this paper is to map out the knowledge already developed concerning academic and scientific production related to the teaching of Consumer Law and Consumerism. This is a systematic review based on the state of the art that used the database from the CAPES Thesis and Dissertations Catalog. First, the methodological path for selecting the studies that constituted the final sample was described, meeting the inclusion criteria. After that, in order to facilitate the analysis and discussion of the results, the topics surveyed were categorized into three axes, of the themes more focused on: Consumer Law; Consumption / Consumerism; and Financial Education. The predominant methodological approaches and the authors most frequently mentioned in the studies were analyzed, in addition to having the objectives and results of the research been pointed out. Finally, it was concluded that the scientific production concerning the teaching of Consumer Law is quite scarce, and that its approach in an integrated way with the themes of Consumerism and Financial Education may prove to be a valid strategy for the teaching of the theme to get closer to the students' reality, materializing in concrete actions and promoting citizenship through the realization of consumer rights.

Keywords: Consumer Law. Consumerism. Financial Education. Teaching.

INTRODUÇÃO

No Brasil, as primeiras menções a uma regulamentação formal das relações de consumo foram incluídas em alguns dispositivos na Constituição de 1988, e sua regulamentação efetiva só se deu a partir da Lei 8.078 – o Código de Defesa do Consumidor (CDC), de 1990. Muito embora esses direitos estejam constituídos e regulamentados pela lei, na prática se observa constantemente a violação de tais direitos. Isso se deve em boa parte ao profundo desconhecimento dos próprios consumidores, seus beneficiários potenciais, o que contribui ainda mais para que esse desequilíbrio nas relações de consumo se perpetue.

Soma-se a esse desequilíbrio a realidade da “Sociedade de Consumidores” em que vivemos que estimula um comportamento consumista. O que se observa, em termos de comportamento, é que o Consumismo é bastante presente nos hábitos dos consumidores, que agem por impulso na busca do sentimento de pertencimento que a mera inclusão na categoria de consumidor proporciona.

A mídia tem um papel importante nesse cenário, pois ao transmitir apelos comerciais intensos por meio de propagandas, favorece e incentiva essa noção de que somos o que consumimos. Ademais, muitas vezes se observa que os próprios veículos de comunicação chancelam e legitimam práticas comerciais abusivas. Uma das maneiras de promover uma consciência de consumo é a apropriação, por parte dos consumidores, de noções de planejamento e educação financeira, de modo a melhor gerir o orçamento familiar e não superestimar a real capacidade de compra.

Desenvolver a habilidade de gerenciar o orçamento e as finanças familiares pode prevenir diversas situações indesejáveis, em especial o superendividamento, em uma realidade econômica na qual os créditos muitas vezes são facilitados ao extremo, justamente para conduzir a esse endividamento.

Tendo como motivação a problemática apresentada, surgiu o interesse de pesquisar sobre a efetividade de se desenvolver um jogo pedagógico que trabalhasse conceitos relacionados às temáticas Direito do Consumidor e Consumismo, promovendo o aprendizado desses temas de maneira que se vinculassem à realidade dos estudantes, porém de forma lúdica e dinâmica.

A abordagem dessas temáticas de modo transdisciplinar e interdisciplinar através de um jogo pedagógico privilegia a integração dos saberes, considerando o ser humano como um todo, um indivíduo capaz de articular diversas áreas do conhecimento. Sobre transdisciplinaridade afirmam Skrsypcsak e Franzen (2019, p. 95):

A metodologia transdisciplinar colabora na promoção da alteridade e do respeito ao pensamento do outro. Constitui-se num princípio epistemológico com base no sujeito visto como um ser humano integral e integrado numa dinâmica complexa. [...]

No tocante à interdisciplinaridade, Vieira e Rocha (2018) utilizam-se da teoria de Freire (2015) para asseverar que o conhecimento passa pela intercomunicação e não pela mera transferência de conhecimentos. Assim, a viabilidade do aprendizado interdisciplinar depende da intercomunicação e também da inter-relação existente entre as disciplinas, os sujeitos e o mundo em constante mudança.

Esse estudo faz parte do Programa de Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica – ProfEPT, realizado junto ao Câmpus Porto Alegre do IFRS, e está sendo desenvolvido com alunos do Ensino Médio integrado ao Curso Técnico em Administração, mais especificamente na Educação de Jovens e Adultos.

Para subsidiar de forma mais completa a pesquisa, percebeu-se a necessidade de realizar a investigação da produção acadêmica e científica relacionada a essas áreas de conhecimento, constituindo-se assim, um recorte da pesquisa de Mestrado mencionada, pois o desenvolvimento de um jogo pedagógico com as temáticas Direito do Consumidor e Consumismo teria o condão de prover uma experiência de aprendizado concreta, com aplicações e implicações práticas na vida dos estudantes.

Diante do exposto, pela relevância das temáticas e sua potencial capacidade de provocar reflexões no campo estudado, o presente artigo tem por objeto conhecer a produção do conhecimento já elaborado quanto à produção acadêmica e científica relacionada ao ensino do Direito do Consumidor e Consumismo, com especial atenção às metodologias de pesquisa utilizadas, principais teóricos, objetivos e resultados.

REFERENCIAL TEÓRICO

O Direito do Consumidor como ferramenta de defesa frente aos abusos existentes nas relações consumeristas foi o resultado de uma evolução que ocorreu ao longo do tempo. Desde os primórdios se verificaram traços desse direito, podendo ser mencionado o próprio Código de Hamurabi como exemplo, pois este trazia alguns dispositivos que regulavam o comércio.

No Brasil, a industrialização crescente entre as décadas de 60 e 70, acompanhada de crises econômicas, e a conseqüente impossibilidade de acesso pela população, inclusive a bens de necessidade primária, fez com que muitos movimentos sociais se organizassem na busca dos direitos dos consumidores. Como resultado, registrou-se na década de 70 o surgimento dos

primeiros órgãos de defesa do consumidor. Já a década de 80 foi marcada pelos inúmeros movimentos consumeristas e pelas intensas discussões quanto à inclusão do Direito do Consumidor na Constituição Federal que estava em processo de elaboração.

Assim, a Constituição Federal de 1988, em seu artigo 5º, inciso XXXII prevê que “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”. (BRASIL, 1988, não paginado). Também na Carta Magna, o Inciso V do artigo n. 170 inclui o direito do consumidor como um dos princípios que devem ser observados para a manutenção da ordem econômica (BRASIL, 1988, não paginado).

Mas a concretização do instrumento jurídico para a proteção do consumidor, que é a parte vulnerável na relação de consumo, se deu efetivamente com o Código de Defesa do Consumidor (CDC), a Lei nº 8.078/90, que objetiva o reequilíbrio da relação jurídica entre fornecedor e consumidor, invariavelmente desigual. (BRASIL, 1990).

A regulamentação das relações de consumo é, desse modo, a razão de ser do CDC. Importante ressaltar que, para Bauman (2011), o consumo está intrinsecamente ligado à própria vida, tratando-se de uma necessidade. Todo o ser humano é considerado consumidor enquanto viver, e a própria definição de consumo está intrinsecamente ligada aos verbos “usar”, “comer”, “ingerir”, “gastar” e etc. (BAUMAN, 2011).

Já o consumismo, ou a “a tendência a situar a preocupação com o consumo no centro de todos os demais focos de interesse e quase sempre como aquilo que distingue o foco último desses interesses” (BAUMAN, 2011, p.69), é definido como um produto social, que extrapola em muito o mero consumo, pois não está mais ligado apenas à simples sobrevivência, mas centrado na tarefa de transformar os seres humanos em consumidores pura e simplesmente, rebaixando os demais aspectos a um plano inferior.

Uma das formas de se combater a tendência ao consumismo e suas consequências surge por meio da educação financeira que, segundo a OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico), é definida como:

[...] o processo pelo qual consumidores/investidores financeiros aprimoram sua compreensão sobre produtos, conceitos e riscos financeiros e, por meio de informação, instrução e/ou aconselhamento objetivo, desenvolvem as habilidades e a confiança para se tornarem mais conscientes de riscos e oportunidades financeiras, a fazer escolhas informadas, a saber onde buscar ajuda, e a tomar outras medidas efetivas para melhorar seu bem estar financeiro. (OCDE, 2005, não paginado).

Portanto, pode-se afirmar que a educação financeira representa uma ferramenta de suma importância no contexto das relações de consumo, visto que permite a identificação de riscos

financeiros e de relações de consumo em desequilíbrio, possibilitando ao cidadão a busca pela defesa de seus direitos como consumidor.

METODOLOGIA

Trata-se de um estudo do tipo revisão sistemática, que se mostra adequada ao objetivo dessa pesquisa, por revelar-se capaz de promover o acesso aos principais resultados das produções acadêmicas e científicas realizadas, disponíveis em bases de dados, sistematizando as informações, de modo a traçar um panorama geral dos achados. Além disso, possibilita a identificação dos aspectos quantitativos e qualitativos dos estudos, permitindo uma análise das principais abordagens realizadas pelos autores, bem como das conclusões apresentadas.

A base de dados investigada foi o Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES, por meio do website <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>. Para essa análise, foi considerada apenas a produção acadêmica de 2014 a 2018, ou seja, dos cinco anos anteriores à época da pesquisa, realizada em 2019, que contivesse em seu *corpus* de estudo temas que abordassem o Direito do Consumidor, o Consumismo/Consumo e a Educação Financeira, com ênfase nas produções das áreas de Ensino e/ou Educação.

Foi realizada uma busca sistemática no período compreendido entre os meses de janeiro e julho de 2019, utilizando, de modo individualizado, os seguintes descritores: “Direito do Consumidor”, “Consumismo”, “Consumo” e “Educação Financeira”. Esses descritores foram utilizados em separado, pois o interesse de investigação era proporcionar uma maior individualização dos trabalhos, de modo a identificar toda e qualquer produção científica e acadêmica que tivesse o ensino dessas temáticas como objeto. Em vista disso, serão informados em separado também, os resultados de cada uma das pesquisas com os descritores citados, realizadas na base de dados de teses e dissertações da CAPES.

Com o descritor “Direito do Consumidor”, sem a utilização de qualquer filtro, a pesquisa resultou em 449 materiais localizados. Refinando a pesquisa com a restrição do período de 2014 a 2018, foram localizados 146 resultados. De modo a promover a redução do número de resultados localizados e possibilitar uma análise mais atenta, pensou-se em utilizar o filtro por Área de Concentração, com a marcação das opções que contivessem “Educação” e “Ensino” no título da área de concentração, em razão de que o objeto de estudo pretende investigar a perspectiva do ensino dessas temáticas.

No entanto, para esse descritor, não havia nenhuma opção de Área de Conhecimento que contivesse “Educação” ou “Ensino” em seu título, o que gerou a necessidade de leitura dos

títulos das dissertações e teses, para a seleção dos que melhor se adequassem ao estudo, especialmente para nortear a abordagem das questões mais relevantes e recorrentes relacionadas ao Direito do Consumidor. Com a leitura dos títulos, foi possível selecionar 68 trabalhos. Por fim, com a leitura dos resumos e a identificação dos trabalhos que possuíam a divulgação autorizada no banco de dados da CAPES, chegou-se ao número final de 30 trabalhos.

Ressalta-se que essa mesma metodologia de pesquisa na base de dados foi utilizada para os demais termos descritores. Para o descritor “Consumismo”, que teve um resultado inicial total de 535 pesquisas, obteve-se uma redução para 269 resultados com a delimitação do período de 2014 a 2018. E refinando com a marcação das opções que contivessem “Educação” ou “Ensino” no título da Área de Conhecimento, obteve-se a diminuição para 49 resultados. A partir da leitura dos títulos das teses e dissertações, foi possível reduzir para 19 trabalhos, obtendo-se, após a análise dos resumos, o número final de 12 pesquisas.

No entanto, identificou-se que a utilização dos descritores acima, com a filtragem por área de conhecimento, poderia ser insuficiente para buscar-se todo o arcabouço de produção científica pertinente à temática do consumismo, visto que, muitas vezes ocorre a utilização do termo “Consumo” em seu lugar. Dessa forma, promoveu-se a pesquisa desse termo como descritor, obtendo-se a princípio um resultado total bastante robusto de 56.363 trabalhos. Após a limitação do período para os anos de 2014 a 2018, restaram 23.012 pesquisas. Com a seleção do filtro por Área de Conhecimento das opções que contivessem “Educação” e “Ensino”, chegou-se a 166 trabalhos. A partir da leitura atenta dos títulos destes, reduziu-se seu número para 53 resultados. E ainda, com a análise dos resumos das teses e dissertações, chegou-se ao número de 31 pesquisas para esse descritor.

Além disso, como é costumeiro que nos estudos relacionados às temáticas consumismo e consumo sejam abordados também aspectos relativos à educação financeira, e com a intenção de tornar a busca o mais abrangente possível para o atingimento dos objetivos desse estudo, optou-se por realizar a pesquisa na base de dados da CAPES utilizando-se igualmente “Educação Financeira” como termo descritor. Os resultados iniciais apontaram um total de 266 trabalhos que, após a limitação do período para 2014 a 2018, reduziram-se a 230. Finalmente, com a aplicação do filtro por Área de Conhecimento, e a seleção dos títulos que contivessem “Educação” ou “Ensino”, obtiveram-se 93 resultados. Após a leitura dos títulos de maneira individualizada, obteve-se a redução para 57 estudos e a leitura de seus resumos oportunizou a diminuição para 27 trabalhos.

No total geral, somando-se os resultados obtidos individualmente para cada um dos descritores utilizados – “Direito do Consumidor”, “Consumismo”, “Consumo” e “Educação

Financeira” -, foram destacados 100 trabalhos para uma leitura mais aprofundada, que levasse à seleção definitiva do corpus para essa revisão de literatura.

Em síntese, a análise empreendida, durante todo o processo de seleção dos estudos e para todos os descritores, foram utilizados como critérios de inclusão, os seguintes: a abordagem das temáticas sob a ótica necessária para o estudo; os estudos compreendidos no período dos 5 anos anteriores à pesquisa, ou seja, de 2014 a 2018; e estudos que estivessem acessíveis, em sua íntegra, no banco de dados pesquisado, o que possibilitaria uma análise em profundidade de seu conteúdo.

De modo geral, para todos os descritores e durante todo o processo de seleção dos trabalhos, os critérios utilizados para a exclusão foram: a não abordagem das temáticas sob a ótica necessária para o estudo e os estudos desenvolvidos em período de tempo anterior ao intervalo dos 5 anos anteriores à pesquisa (2014 a 2018). Em relação aos descritores para os quais foi possível selecionar as Áreas de Conhecimento vinculadas ao Ensino e/ou Educação, ou seja: “Consumismo”, “Consumo” e “Educação Financeira”, durante todo o processo de seleção das pesquisas, foram utilizados também como critérios de exclusão: pesquisas que não fossem direcionadas ao Ensino Médio; estudos com foco muito amplo e não tão ligado às temáticas principais dessa investigação; trabalhos que constituíssem análises puramente teóricas, sem envolver aspectos pedagógicos.

Após a leitura detalhada, com base nos critérios de inclusão e exclusão descritos e com foco nos objetivos e resultados das pesquisas, chegou-se ao número final de 14 trabalhos selecionados, 2 teses e 12 dissertações, considerados principais para atender os objetivos dessa investigação. Ressalta-se que alguns dos trabalhos selecionados apareceram nos resultados obtidos pela pesquisa em mais de um descritor, informação que será detalhada no Quadro 1, e seus dados serão analisados no item Categorização dos Estudos deste artigo.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para que fosse possível a visualização dos 14 trabalhos selecionados de forma mais clara, esses foram dispostos no Quadro 1. Ainda, foram numerados em ordem cronológica de acordo com a data de sua defesa, para facilitar a sua menção quando da análise dos dados. Destarte, o Quadro 1 contém as seguintes informações: Autor/ano; tipo de estudo (T: tese ou D: dissertação); descritor(es); os (as) principais teóricos (as) que deram suporte às pesquisas e os conceitos a estes vinculados.

Quadro 1 - Estudos selecionados para a pesquisa

Autor(a)/Ano	Tipo de Estudo	Descritor Ou Descritores	Principais teóricos/conceitos vinculados
1. AMORIM, 2014	D	EF	D´AMBROSIO, Ubiratan – o ensino integrando a teoria à prática FREIRE, Paulo – a dialogicidade e a integração teoria/prática para uma pedagogia emancipadora SKOVSMOSE, Ole – a integração entre a educação matemática e a educação crítica para a cidadania
2. ALBUQUERQUE, 2015	D	DC	BAUDRILLARD, Jean – a mercadoria como signo na Sociedade de Consumo BAUMAN, Zygmunt – a relevância central do consumo e o fim da cidadania CANCLINI, Nestor G. – a relação entre a cidadania e o consumo RIOS, Josué – a construção e o avanço do movimento consumerista no Brasil
3. CARVALHO, 2015	Tese	DC	BAUDRILLARD, Jean – o conceito de mercadoria-signo BAUMAN, Zygmunt – a Sociedade de Consumidores na Modernidade Líquida LIPOVETSKI, Gilles – o consumo como forma de compensação; o hiperconsumo e o superendividamento FOXALL, Gordon Robert – modelo na perspectiva comportamental para análise do comportamento do consumidor
4. BATISTA, 2015	D	DC	BAUMAN, Zygmunt – o desempenho consumista como fator de inclusão ou exclusão da sociedade LIPOVETSKI, Gilles – a moda em uma sociedade centrada na expansão das necessidades SARLET, Ingo Wolfgang – o mínimo existencial para a garantia da dignidade humana
5. GOMES, 2015	D	DC	MARX, Carl – a mercadoria como satisfação das necessidades de substância e das necessidades de elementos de luxo SARLET, Ingo Wolfgang – o efeito vertical dos direitos fundamentais no âmbito do Direito Privado WEBER, Max – a industrialização e o consumo
6. FERNANDES, 2016	D	CSMI	BAUMAN, Zygmunt – o consumo como atividade banal e o consumismo como atributo da sociedade FREIRE, Paulo – a importância do diálogo na verdadeira educação SAVIANI, Demerval – o conceito de politecnia SKOVSMOSE, Ole – a educação matemática crítica integrada ao cotidiano
7. CARQUI, 2016	D	DC	BAUMAN, Zygmunt – o crédito como forma de perpetuação da cultura consumista DUQUE, Marcelo Schenk – direitos fundamentais e suas repercussões no direito do consumidor MORIN, Edgar – a diferença entre informação e conhecimento

8. WADA, 2017	T	DC	MÜLLER, Friedrich – A Teoria Estruturante do Direito na concretização das normas jurídicas BENJAMIN, Antônio Herman – Práticas abusivas e o Código de Defesa do Consumidor MARQUES, Claudia Lima – disposições relativas a contratos no Código de Defesa do Consumidor
9. ZDRADEK, 2017	D	CONS	BAUMAN, Zygmunt – a comodificação do indivíduo e a dependência do crédito FISCHER, Rosa Maria Bueno – a mídia como dispositivo pedagógico FOUCAULT, Michel – os sistemas de educação como maneira política de manter ou modificar a apropriação dos discursos
10. VILLA, 2017	D	EF	AUSUBEL, David – Teoria da Aprendizagem Significativa MOREIRA, Marco Antônio – condições para que a aprendizagem significativa ocorra
11. MASSANTE, 2017	D	CONS EF	BAUMAN, Zygmunt – o marketing como incentivador do consumismo na sociedade de consumidores LINS, Romulo Campos – Modelo dos Campos Semânticos para a leitura da produção de significados
12. SANTOS, 2017	D	EF	BAUMAN, Zygmunt – o consumismo, a sociedade de consumo e a modernidade líquida LINS, Romulo Campos – o Modelo dos Campos Semânticos para a análise das produções de significados dos sujeitos da pesquisa SILVA, Amarildo Melchiades da; POWELL, Arthur Belford – a importância de educar financeiramente a população
13. SILVA, V. H. B. C., 2017	D	CONS CSMI EF	BAUMAN, Zygmunt – o consumismo atrelado à vida líquida LINS, Romulo Campos – o Modelo dos Campos Semânticos para a criação de um espaço comunicativo em sala de aula SILVA, Amarildo Melchiades da; POWELL, Arthur Belford – o papel da educação financeira dos estudantes na tomada de decisões financeiras
14. SILVA, A. J. , 2018	D	EF	D´AMBROSIO, Ubiratan – o ensino da matemática integrado à realidade do indivíduo FREIRE, Paulo – o Educador Democrático no reforço à capacidade de pensar e agir e a dialogicidade da educação SKOVSMOSE, Ole – a função social da Educação Matemática Crítica

Fonte: As autoras (2019)

Legenda 1: D= Dissertação T=Tese.

Legenda 2: CONS= Consumo CSMI= Consumismo DC = Direito do Consumidor EF = Educação Financeira

Categorização dos estudos

A análise da distribuição dos trabalhos selecionados por descritor revelou que a maioria desses, 6 estudos, foi localizada com o descritor “Direito do Consumidor”, que não apresentou resultados em comum com as pesquisas dos demais termos. Porém, de modo diverso, nos 8 estudos restantes, para os descritores “Consumismo/Consumo” e “Educação Financeira” houve uma sobreposição de resultados, já que alguns dos trabalhos surgiram como resposta à pesquisa em mais de um dos descritores. Assim, o estudo 11 (MASSANTE, 2017) despontou nas pesquisas pelos descritores “Consumo” e “Educação Financeira”; enquanto que o estudo 13 (SILVA, 2017) apareceu como resultado nas pesquisas pelos descritores “Consumo”, “Consumismo” e “Educação Financeira”.

De todo modo, após essas considerações preliminares, e para que fosse possibilitada a categorização e análise dos trabalhos selecionados, optou-se pela separação das categorias por descritor principal, alocando-se os estudos com sobreposição de resultados no descritor que melhor se conjugasse com o cerne da referida pesquisa. Com base nisso, ambos os trabalhos (11 e 13) foram alocados no descritor “Consumo”.

Após isso, retomou-se a análise da distribuição dos trabalhos selecionados por descritor principal que já havia revelado que 6 estudos – a maioria – tinha sido localizada com o descritor principal “Direito do Consumidor”. Em relação aos demais descritores, após a eleição do descritor principal para os trabalhos com sobreposição de resultados, verificou-se que “Consumismo/Consumo” e “Educação Financeira” foram os localizadores de 4 estudos cada um.

A partir dessa divisão por descritores, obtivemos as três categorias que serão analisadas em itens específicos na sequência deste trabalho: a) Temas mais focalizados para o Direito do Consumidor (6 estudos); b) Temas mais focalizados em relação ao Consumismo/Consumo (4 estudos); e c) Temas mais focalizados para a Educação Financeira (4 estudos).

Em relação à categoria “a” - dos temas mais focalizados para o Direito do Consumidor - analisando-se os títulos dos trabalhos aliados à sistematização dos dados, foi possível promover a categorização dos temas abordados em 2 eixos: a.1) Instrumentos de Defesa do Consumidor (3 estudos); e a.2) O Direito do Consumidor com ênfase no Consumo Consciente (3 estudos).

Quanto aos temas mais focalizados em relação ao Consumo/Consumismo – categoria “b” -, foi possível vislumbrar dois enfoques: b.1) Ferramentas para lidar com o Consumismo (3 estudos); e b.2) Análise sobre o Consumo (1 estudo).

E por fim, no que concerne à categoria “c” – dos temas mais focalizados para a Educação Financeira -, a totalidade das pesquisas (4 estudos) selecionados se voltou para o

desenvolvimento de atividades práticas, com intervenção pedagógica, não tendo sido necessário, pois, a subdivisão dessa categoria em eixos.

Principais teóricos e conceitos vinculados

Quanto às bases teóricas realizou-se, também no Quadro 1, o levantamento dos principais autores utilizados em cada um dos 14 trabalhos e dos conceitos principais apresentados pelos pesquisadores em suas teses e dissertações, que se relacionassem com o objeto de investigação deste trabalho. No entanto, foram considerados na análise detalhada dos conceitos apresentados, apenas os teóricos que foram mencionados em ao menos 3 dos estudos selecionados.

Nesse sentido, verificou-se que o autor que compôs o corpo teórico da maioria dos trabalhos foi o sociólogo polonês Zygmunt Bauman, tendo sido citado em 9 dos 14 trabalhos (estudos 2, 3, 4, 6, 7, 9, 11, 12 e 13). Já o educador brasileiro Paulo Freire apareceu como teórico em 3 estudos (1, 6 e 14). Do mesmo modo, o professor doutor dinamarquês Ole Skovsmose foi mencionado em 3 estudos (1, 6 e 14). E o professor doutor brasileiro Romulo Campos Lins constou também em 3 das pesquisas (11, 12 e 13).

O foco dos trabalhos que tomaram por base a obra de Zygmunt Bauman foi, em sua maior parte, a abordagem de temas relacionados ao consumismo, o consumo e à modernidade líquida como se vê no estudo 12 (SANTOS, 2017). Presente no estudo 13, a ideia de atrelamento do consumismo à vida líquida (SILVA, 2017), e a exposição da situação da sociedade de consumidores na modernidade líquida está presente no estudo 3 (CARVALHO, 2015).

Por outro ângulo, e ainda com base nas teorias do sociólogo polonês, o caráter excludente ou incluyente do consumo como caracterizador de cidadania e de pertencimento à sociedade fica evidenciado nos estudos 2 (ALBUQUERQUE, 2015), 4 (BATISTA, 2015), 6 (FERNANDES, 2016). E por fim, aspectos como o marketing de incentivo ao consumismo, a comodificação do indivíduo e a dependência do crédito de modo a perpetuar uma cultura consumista são abordados nos estudos 7, (CARQUI, 2016), 9 (ZRADREK, 2017) e 11 (MASSANTE, 2017).

Em relação à obra do educador Paulo Freire, verificou-se que os pesquisadores se voltaram primordialmente à questão da dialogicidade na educação, sendo que o estudo 1 abordou a dialogicidade e a integração da teoria com a prática objetivando uma pedagogia emancipadora (AMORIM, 2014); o estudo 6 focou na importância do diálogo para a promoção da verdadeira educação (FERNANDES, 2016); e o estudo 14 trouxe a figura do Educador

Democrático como forma de reforçar as capacidades de pensar e agir dos estudantes, tendo tratado também da dialogicidade da educação (SILVA, 2018).

As pesquisas que utilizaram os conceitos de Ole Skovsmose voltaram sua atenção para a matemática crítica, sendo que o estudo 1 tratou da integração entre a educação matemática e a educação crítica para a cidadania (AMORIM, 2014); o estudo 6 focou na integração ao cotidiano da educação matemática crítica (FERNANDES, 2016); e o estudo 14 abordou mais especificamente a função social da Educação Matemática Crítica (SILVA, 2018).

Todos os trabalhos que utilizaram Romulo Campos Lins como embasamento teórico se detiveram ao conceito do Modelo dos Campos Semânticos (MCS). Tanto na utilização do modelo para a leitura de produção de significados, apresentada nos estudos 11 (MASSANTE, 2017) e 12 (SANTOS, 2017), quanto na aplicação do MCS para a criação de um espaço comunicativo em sala de aula, de acordo com o estudo 13 (SILVA, 2017).

Abordagem metodológica, objetivos e principais achados por categoria

Para facilitar a análise das informações relativas às abordagens metodológicas, aos objetivos de cada um dos estudos e também seus principais achados, sistematizou-se no Quadro 2 a seguir, o conjunto de dados obtidos com a leitura das produções acadêmicas que constituíram a amostra final dessa pesquisa, com foco nos objetivos das investigações e seus principais achados e contribuições. Foi mantida a mesma sequência numérica do Quadro 1 anterior, para as necessárias menções aos estudos.

Quadro 2 – Abordagem metodológica, objetivos e principais resultados

Título/Autor(a)/ Descritor Principal	Objetivo (s)	Abordagem metodológica: procedimento e natureza	Resultados/Conclusões
1. Educação Matemática Financeira por meio de Sequências Didáticas: Estudo de Caso sobre duas Aplicações Cotidianas (AMORIM, 2014) / “educação financeira”	Construir, aplicar e validar duas Sequências Didáticas com temas da Educação Financeira e avaliar a postura dos alunos diante de questões que envolvem situações reais relacionadas às finanças.	Pesquisa-ação qualitativa	Os alunos conseguiram apreender e aplicar, os conceitos propostos por meio das Sequências Didáticas desenvolvidas, tendo sido consideradas de fácil aplicação e adaptáveis à realidade de diversos públicos, tais como o ensino regular e a EJA (carentes de materiais específicos para sua modalidade).

2. Reclame Aqui: a Sociedade de Consumo e o Direito do Consumidor como instrumento de mobilização social no século XXI (ALBUQUERQUE, 2015) / “direito do consumidor”	Investigar o movimento em defesa do consumidor presente na plataforma colaborativa do site Reclame Aqui.	Estudo de caso qualitativo	A plataforma colaborativa Reclame Aqui confirma a função do Direito como força motriz da construção do ciberespaço como ambiente de defesa do consumidor, dá força organizacional e voz para seus usuários, exercendo um papel fundamental para o movimento em defesa do consumidor no século XXI.
3. Consumo e (Super) Endividamento: Vulnerabilidade e Escolhas Intertemporais (CARVALHO, 2015) / “direito do consumidor”	Analisar o endividamento do indivíduo e suas decisões econômicas que envolvem recompensas atrasadas, relacionando-os com os seus níveis.	Estudo de caso qualitativo e quantitativo	O processo de endividamento e superendividamento evolui até gerar o colapso econômico. Fundamental, pois, a abordagem e análise da Economia Comportamental do Direito, cujas conclusões levam ao avanço do fundamento da vulnerabilidade e da proteção do consumidor superendividado.
4. A Efetivação das Normas de Consumo como Fator de Proteção Social (BATISTA, 2015) / “direito do consumidor”	Analisar e demonstrar a possibilidade da proteção social do consumidor vulnerável, por meio da efetivação das normas de consumo.	Pesquisa bibliográfica e documental qualitativa	A devida aplicação e efetivação das normas jurídicas regulamentadoras da relação de consumo é essencial para a proteção social do consumidor vulnerável, e o principal desafio para sua concretização é a conscientização de consumidores e fornecedores para o equilíbrio das relações entre estes.
5. A Defesa Administrativa do Consumidor: Um Caminhar no Espaço Físico e Virtual (GOMES, 2015) / “direito do consumidor”	Analisar o modo como a Administração Pública hodiernamente efetiva o direito fundamental de defesa do consumidor.	Pesquisa bibliográfica e documental qualitativa	A Administração Pública, seja representada pelas Agências Reguladoras, pelo Procon ou pelo Sistema Nacional de Defesa do Consumidor realiza diversas atividades de defesa ao vulnerável no plano físico. Mas é urgente a necessidade de ações protetivas no espaço digital, com o atendimento das necessidades do mercado e o alcance à totalidade dos consumidores.
6. Educação Matemática Financeira: Uma Abordagem Socioeconômica no 2º ano do Ensino Médio Politécnico (FERNANDES, 2016) / “consumismo”	Investigar se o ensino da Matemática Financeira, contextualizado à vida dos alunos, contribui de forma satisfatória para a aprendizagem e formação crítica deste.	Estudo de caso qualitativo	Não é possível afirmar que todos os alunos, a partir da pesquisa, tornaram-se cidadãos contrários à sociedade de consumidores, porém certamente o trabalho em sala de aula lhes possibilitou conhecer o funcionamento das transações econômicas e alertá-los da existência de uma política capitalista que tem por objetivo massificar a sociedade por meio do consumo e da insaciabilidade.
7. Princípio do Crédito Responsável: Evitabilidade do Superendividamento e Promoção da Pessoa Humana na Sociedade de Consumo (CARQUI, 2016) / “direito do consumidor”	Apresentar a necessidade de uma nova concepção tridimensional do crédito, necessária à proteção dos consumidores inseridos na etapa de radicalização da sociedade de consumo.	Pesquisa bibliográfica qualitativa	A necessidade de se imprimir padrões de eticidade e de alteridade nas relações de consumo consubstancia a possibilidade de um princípio que valore relações de crédito, impondo responsabilidades e critérios de solidariedade na relação contratante X contratado. A construção de um direito emancipatório depende da concretização desses valores pelo princípio do crédito responsável.

8. A proteção do consumidor contra as práticas comerciais abusivas no código de defesa do consumidor: novo ensaio para sistematização e aplicação do direito do consumidor (WADA, 2017) / “direito do consumidor”	Sistematizar a proteção do consumidor contra as práticas comerciais abusivas e apresentar uma proposta de aplicação que assegure o desenvolvimento e a efetiva defesa dos consumidores.	Pesquisa bibliográfica e documental qualitativa	A aplicação da sistematização do regime de proteção do consumidor contra as práticas comerciais abusivas propicia uma nova abordagem para o direito do consumidor, objetivando fortalecer a segurança jurídica, e promover a proteção dos consumidores.
9. Olha o meu post! Juventudes em tempos líquidos: um estudo sobre consumo e artefatos culturais das mídias digitais (ZDRADEK, 2017) / “consumo”	Compreender como o consumo, por meio de diversos artefatos culturais, educa e produz as juventudes em tempos líquidos.	Estudo de caso qualitativo	Os lugares convencionados de comunicação em rede sugerem que a organização dos corpos jovens em convenções digitais trabalham enquanto produtivas máquinas de ver-se, comunicar-se, expressar-se e adotar ou rechaçar estilos e modos de ser que lhe tragam a satisfação dos desejos e das necessidades priorizados a partir da lógica do consumo.
10. Educação financeira no ensino médio: uma análise a partir da aprendizagem significativa de David Ausubel (VILLA, 2017) / “educação financeira”	Apresentar uma sequência didática na área de educação financeira para o ensino médio, aliando os conteúdos teóricos de matemática aos aplicados na educação financeira.	Estudo de caso qualitativo	O desenvolvimento da sequência didática alcançou os objetivos propostos, pois os estudantes demonstraram a compreensão genuína dos conceitos estudados, identificando-os, diferenciando-os e transferindo-os a novos contextos.
11. Educação Financeira Escolar: as armadilhas presentes na mídia induzindo o consumismo (MASSANTE, 2017) / “consumo”	Elaborar um produto educacional constituído por um conjunto de tarefas para estudantes do 2º ano do Ensino Médio, com foco na discussão sobre as armadilhas da mídia que estimula o consumismo desenfreado.	Estudo de caso qualitativo	Além de se mostrarem bons leitores, os sujeitos de pesquisa identificaram as mensagens subliminares e se posicionaram criticamente sobre elas. Além disso, as tarefas despertaram a atenção dos estudantes para as questões de influenciam o consumismo.
12. Educação Financeira e Educação Matemática: Inflação de Preço no Ensino Médio (SANTOS, 2017) / “educação financeira”	Pesquisar acerca do ensino do tema inflação de preços para estudantes do Ensino Médio em salas de aula de Matemática, subsidiando o desenvolvimento de tarefas e ações propositivas para o trabalho docente.	Estudo de caso qualitativo	Os estudantes efetivamente discutiram as questões propostas, o que garantiu o atingimento de seu objetivo, que era estimular a produção de significado sobre inflação e desvalorização do dinheiro para os estudantes.
13. Educação Financeira Escolar: os riscos e as armadilhas presentes no comércio, na sociedade de consumidores (SILVA, V. H. B. C., 2017) / “consumo”	Desenvolver um conjunto de tarefas para a sala de aula do Ensino Médio com a finalidade de ensinar sobre os riscos e as armadilhas presentes no comércio.	Estudo de caso qualitativo	O conjunto de tarefas desenvolvido se mostrou adequado para promover o interesse e o despertar das alunas para as armadilhas presentes no comércio.

14. Percepção da Criticidade Financeira de Alunos do Ensino Médio sob a ótica da Educação Matemática (SILVA, A. J., 2018) / “educação financeira”	Desenvolver e estimular em um grupo de alunos do Ensino Médio, a participação crítica e social em questões financeiras.	Estudo de caso qualitativo	Observou-se postura mais crítica, consciente e reflexiva dos alunos quanto à economia e finanças após a realização das atividades, com maior perspicácia na análise das propagandas e o desenvolvimento de competências econômicas a partir da pesquisa de produtos da cesta básica.
---	---	----------------------------	--

Fonte: As autoras (2019).

Abordagem metodológica: procedimento e natureza

Mediante a análise dos dados destacados relativos aos 14 estudos selecionados por meio da revisão sistemática realizada na base de dados contida no Catálogo de Teses e Dissertações da Capes, é possível verificar que, quanto ao paradigma metodológico dos estudos, 13 desses apresentaram abordagem de natureza qualitativa e apenas 1 teve abordagens de natureza qualitativa e quantitativa. A maioria das pesquisas selecionadas, 9 estudos, utilizou o procedimento de *Estudo de Caso* (estudos 2, 3, 6, 9, 10, 11, 12, 13 e 14). Houve a conjugação dos procedimentos *Pesquisa Bibliográfica e Pesquisa Documental* em 3 estudos (estudos 4, 5 e 8). Também foram utilizados, individualmente, os procedimentos *Pesquisa Bibliográfica* (estudo 7) e *Pesquisa Ação* (estudo 1).

Objetivos e resultados: principais achados por categoria

Os dados relativos aos objetivos e resultados foram analisados mais detalhadamente, tomando-se por base os elementos contidos no Quadro 2, além do conteúdo presente na integralidade dos estudos selecionados, e à luz da mesma categorização que foi apresentada no item “*Categorização dos estudos*”. Nesse passo, seguem as análises realizadas a partir da sistematização dos dados e das temáticas, divididas por categorias e subdivididas em eixos, enfatizando os objetivos e os principais resultados de cada um dos estudos.

a) Temas mais focalizados em Direito do Consumidor (estudos 2, 3, 4, 5, 7 e 8)

Nessa categoria, percebeu-se que alguns estudos estavam mais voltados para o fortalecimento dos instrumentos de defesa do consumidor (estudos 2, 5 e 8), enquanto que os demais deram ênfase às temáticas de crédito e endividamento (estudos 3, 4 e 7) e a sua interrelação com o Direito do Consumidor.

a.1) Instrumentos de defesa do consumidor (estudos 2, 5 e 8)

A investigação do movimento em defesa do consumidor presente na plataforma Reclame Aqui foi o objeto do estudo 2 (ALBUQUERQUE, 2015), e seus principais achados foram que a plataforma colaborativa Reclame Aqui exerce papel fundamental para o movimento em defesa do consumidor no século XXI, confirmando a função do Direito como impulsionador da construção desse espaço de defesa no ciberespaço.

O estudo 5 (GOMES, 2015), objetivou a análise do modo como se efetiva, pela Administração Pública, o direito fundamental de defesa do consumidor. Como resultados, verificou-se que, muito embora a Administração Pública realize, no plano físico, várias atividades de defesa dos vulneráveis - por meio de Agências Reguladoras, Procon ou Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – é necessária a adoção de medidas para a proteção nos espaços digitais, acompanhando a evolução, com a concretização dos direitos fundamentais desses vulneráveis e o equilíbrio no mercado econômico.

Já o estudo 8 (WADA, 2017), encarregou-se da sistematização da proteção do consumidor contra práticas comerciais abusivas e apresentou proposta de aplicação para assegurar o desenvolvimento e a efetiva defesa dos consumidores. Como resultado, concluiu-se que a sistematização do regime de proteção do consumidor contra as práticas comerciais abusivas é possível e necessária, e que a elaboração de programa normativo permite uma nova abordagem para o direito do consumidor.

a.2) O Direito do Consumidor com ênfase no Consumo Consciente (estudos 3, 4 e 7)

O objetivo principal do estudo 3 (CARVALHO, 2015), foi a análise do indivíduo e suas decisões econômicas a partir da economia comportamental. Os resultados da pesquisa identificam a existência de um processo de endividamento e superendividamento no qual o indivíduo se insere, influenciado pelo seu meio. Tudo isso para sentir-se pertencente a uma nova sociedade que busca o luxo e o superluxo, culminando em um colapso econômico. Identificou-se também a necessidade de uma abordagem do Direito que seja econômica e comportamental, sendo também necessária a revisão das normas consumeristas brasileiras, no sentido de atender a essa nova realidade e promover a proteção ao consumidor superendividado.

Realizou-se no estudo 4 (BATISTA, 2015) a análise e a demonstração da possibilidade da proteção social do consumidor vulnerável por meio da efetivação das normas consumeristas,

ênfatizando os efeitos socioeconômicos da sociedade de consumo. A pesquisa concluiu que a efetivação das normas que regulamentam a relação de consumo é essencial para a proteção do consumidor vulnerável. Além disso, identificou-se que o principal desafio na defesa do consumidor é a conscientização desse quanto à real necessidade de aquisição de produtos e serviços, além da distribuição correta das obrigações entre fornecedor e consumidor.

O estudo 7 (CARQUI, 2016), por sua vez, dedicou-se a apresentar a necessidade de uma nova concepção do crédito, tridimensional: como direito do consumidor, como dever do fornecedor e também como princípio jurídico capaz de promover a tutela da dignidade da pessoa humana. Conclui que a construção de um direito emancipatório depende da concretização da valorização das relações de crédito - com a imposição de responsabilidade e critérios de solidariedade na relação entre contratante e contratado – pelo princípio do crédito responsável.

b) Temas mais focalizados em relação ao Consumo/Consumismo (estudos 6, 9, 11 e 13)

Nos estudos alocados nessa categoria, percebeu-se que a maioria destes se preocupou em munir os estudantes de ferramentas de conscientização quanto ao consumismo e o consumo consciente (estudos 6, 11 e 13), enquanto que um deles tratou da análise do consumo (estudo 9).

b.1) Ferramentas para lidar com o Consumismo (estudos 6, 11 e 13)

O estudo 6 (FERNANDES, 2016) teve por objeto a investigação quanto a possibilidade de ser satisfatória a contribuição do ensino da Matemática Financeira contextualizado à vida dos alunos para a sua aprendizagem e formação crítica. Os resultados apresentados demonstraram que houve uma notória facilidade de interpretação das questões identificada na avaliação final da disciplina de matemática, tendo o diálogo entre alunos e professor operado como cognitivo, validando o conhecimento. Embora não tenha sido possível aferir se a totalidade de alunos assumiu uma postura contrária à sociedade de consumidores, ao menos lhes foi possibilitado conhecer conceitos de transações econômicas, e alertá-los da existência de uma política capitalista que tem por objetivo massificar a sociedade por meio do consumo e da insaciabilidade.

O escopo do estudo 11 (MASSANTE, 2017) foi a elaboração de um produto educacional constituído por um conjunto de tarefas para estudantes do Ensino Médio, com foco na discussão

sobre as armadilhas da mídia que estimula o consumismo desenfreado. As conclusões do estudo demonstraram que a inserção de textos para estímulo da leitura e interpretação superou as expectativas, revelando bons leitores capazes de identificar e questionar as mensagens subliminares e assumir uma postura crítica em relação a essas armadilhas de consumo.

Já o estudo 13 (SILVA, V. H. B. C., 2017) objetivou o desenvolvimento de um conjunto de tarefas para o Ensino Médio para ensinar sobre os riscos e as armadilhas presentes no comércio e que buscam estimular o consumo, com ciladas intencionadas aos consumidores. A conclusão foi de que o conjunto de tarefas se mostrou adequado aos propósitos da pesquisadora, pois as alunas se mostraram interessadas e também despertas para as armadilhas, tendo sido inclusive surpreendidas por algumas delas.

b.2) Análise sobre o consumo (estudo 9)

O estudo 9 (ZDRADEK, 2017) buscou compreender como o consumo, por meio de diversos artefatos culturais educa e produz as juventudes em tempos líquidos. Os resultados revelaram que os lugares convencionados de comunicação em rede sugerem que a organização dos corpos jovens em convenções digitais trabalha enquanto produtivas máquinas de ver-se, comunicar-se, expressar-se e adotar ou rechaçar estilos e modos de ser que lhe tragam a satisfação dos desejos e das necessidades priorizados a partir da lógica do consumo.

Temas mais focalizados para a Educação Financeira (estudos 1, 10, 12, 14).

Nos estudos categorizados nesse eixo, identificou-se a preocupação com o enfoque pedagógico da educação financeira, com ênfase nos conteúdos curriculares que com ela pudessem ser relacionados, mais especificamente a Matemática e a Matemática Financeira.

O estudo 1 (AMORIM, 2014) construiu, realizou e aplicou duas Sequências Didáticas com temas da Educação Financeira, além de ter avaliado a postura dos alunos diante de questões que envolviam situações reais relacionadas às finanças. Seus resultados demonstraram que houve sucesso na apreensão e aplicação, pelos alunos, dos conceitos propostos por meio das Sequências Didáticas desenvolvidas. Quanto à avaliação das Sequências Didáticas, foram consideradas de fácil aplicação e adaptáveis à realidade de diversos públicos, tais como o ensino regular e a EJA, modalidades que apresentam carência de materiais específicos.

O estudo 10 (VILLA, 2017) se ocupou de apresentar uma sequência didática na área de educação financeira para o ensino médio, aliando os conteúdos teóricos de matemática aos

aplicados na educação financeira. Visou também contribuir para o desenvolvimento de atitudes críticas, reflexivas e autônomas dos estudantes para o bom uso do sistema financeiro e a tomada de decisões conscientes acerca de suas práticas financeiras. Como resultados, os estudantes demonstraram compreensão dos conceitos estudados e o desenvolvimento de habilidades como a capacidade de contribuir para a economia familiar por intermédio do consumo consciente. Além disso, a sequência didática auxiliou no desenvolvimento de ferramentas para o aperfeiçoamento da gestão das finanças pessoais, que, dentre outras habilidades, os ensinou a evitar situações de endividamento e os ajudou a reduzir a possibilidade de caírem em fraudes.

A pesquisa acerca do ensino do tema inflação de preços em salas de aula de Matemática para estudantes do ensino Médio foi o objeto do estudo 12 (SANTOS, 2017), com o desenvolvimento de tarefas para que o tema pudesse ser trabalhado. As conclusões da pesquisa apontam para o atingimento dos objetivos, com a efetiva discussão e produção de significados sobre inflação e desvalorização do dinheiro. No entanto, foram identificadas algumas dificuldades para o desenvolvimento das tarefas, superadas pela própria ordem de apresentação dessas, o que foi considerado um obstáculo epistemológico pelo pesquisador.

Por sua vez, o desenvolvimento e o estímulo à participação crítica e social de alunos do Ensino Médio em questões financeiras constituiu o objetivo do estudo 14 (SILVA, A. J., 2018), objetivou. Como resultado, verificou-se a adoção pelos estudantes de uma postura mais crítica, consciente e reflexiva quanto à economia e às finanças. Ademais, uma maior perspicácia na análise de propagandas foi identificada, além do desenvolvimento de competências econômicas e de senso de responsabilidade e compromisso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo do tipo revisão sistemática apresentado, realizado a partir da base de dados do Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES, possibilitou o mapeamento do conhecimento acadêmico já elaborado nos campos do Direito do Consumidor, Consumismo e Educação Financeira, com ênfase no ensino dessas temáticas.

Foram analisadas produções acadêmicas do tipo dissertação e tese, sendo que a amostra final considerada contou com um número de 14 trabalhos de pesquisa, dentre esses: 02 teses de doutorado e 12 dissertações de mestrado.

Em relação à abordagem metodológica, verificou-se que a abordagem qualitativa esteve presente na maioria dos estudos e o procedimento de preferência foi o estudo de caso

na maior parte dos trabalhos. Quanto ao referencial teórico, identificou-se a predominância dos conceitos apresentados pelo sociólogo polonês Zygmunt Bauman, tendo constado na maioria dos estudos selecionados. Outros autores mencionados com certa frequência nos estudos foram o educador brasileiro Paulo Freire, o professor doutor dinamarquês Ole Skovsmose e o professor doutor brasileiro Romulo Campos Lins.

Cada uma das dissertações e teses foi exaustivamente examinada, tendo sido possível traçar um panorama a partir dessa análise mais detalhada. A seleção e revisão das temáticas permitiu categorizar os 14 estudos em 3 categorias: Temas mais focalizados para o Direito do Consumidor (6 estudos), Temas mais focalizados em relação ao Consumo/Consumismo (4 estudos); e Temas mais focalizados para a Educação Financeira (4 estudos).

A compreensão integrada dos objetivos de pesquisa e a posterior análise foram possibilitadas pela subdivisão em eixos para as duas primeiras categorias, não tendo sido necessária essa divisão para a terceira categoria, por essa agregar apenas estudos com temáticas afins. A subdivisão em eixos, agrupando os trabalhos por similaridade de conteúdo favoreceu a descrição dos resultados, pois alguns destes, embora provenientes de trabalhos de pesquisa distintos, são aspectos diferenciados de um mesmo tema central.

Na categoria dos temas mais focalizados para o Direito do Consumidor, evidencia-se a carência de pesquisas com foco no ensino do Direito do Consumidor. Conforme mencionado no percurso metodológico, em relação ao descritor “direito do consumidor”, isso foi demonstrado até mesmo pela ausência das opções por área de conhecimento, voltadas ao ensino ou educação na base de dados quando pesquisado o referido descritor.

Além disso, o que se observou na análise dos estudos dessa primeira categoria foi que esses não apresentaram nenhum dos outros descritores utilizados nessa pesquisa, demonstrando a ausência de iniciativas de se trabalhar o assunto de modo integrado aos temas Consumismo/Consumo ou Educação Financeira.

Quanto ao conteúdo presente nessa categoria, se observou uma divisão equânime entre os eixos: metade dos trabalhos (4 estudos) se voltaram para os instrumentos de defesa do consumidor e a outra metade (4 estudos) para as temáticas de crédito e endividamento. Isso demonstra que o Direito do Consumidor tem sido objeto de estudos com horizontes ampliados, e não apenas tendo por base a legislação pura e simplesmente, mas em um contexto que também leva em consideração os contextos sociais e econômicos, em conjunto com as problemáticas que se apresentam.

Destaca-se que, diferentemente dos resultados obtidos com o descritor “direito do consumidor” – da primeira categoria -, que não apresentaram resultados em comum com os demais descritores, em relação à segunda e terceira categorias – dos descritores “consumismo/consumo” e “educação financeira” - houve uma sobreposição de resultados, já que algumas pesquisas constaram como resultado em mais de um dos demais descritores. Para categorizar os trabalhos, nesse caso optou-se por alocá-los na categoria que tivesse maior relação com a essência da pesquisa em questão.

Quando analisados os estudos da segunda categoria, que se dedicou aos temas mais focalizados para o Consumismo/Consumo, observou-se a predominância de temas ligados ao desenvolvimento de ferramentas para lidar com o Consumismo (3 estudos) e apenas 1 estudo se ocupou da análise sobre o consumo. Isso demonstra uma necessidade real de se promoverem ações que incentivem o desenvolvimento de uma consciência de consumo e de um olhar crítico em relação ao consumismo.

Já no tocante à terceira categoria, cujo cerne foi a abordagem dos temas mais focalizados em Educação Financeira, verificou-se uma uniformidade nos conteúdos, visto que todos os estudos se dedicaram ao desenvolvimento de tarefas para promover o ensino de educação financeira conjugado com outras disciplinas, como matemática e matemática financeira. Chama a atenção que, mesmo nesses estudos voltados à Educação Financeira, surgiram reflexões e discussões sobre o Consumismo/Consumo, pois o planejamento financeiro e a adoção de uma postura crítica são igualmente parte da equação quando se estuda um cenário de endividamento, por exemplo.

Pelo exposto, após a análise dos trabalhos de pesquisa que compuseram a amostra estudada, conclui-se que, ao mesmo tempo em que há escassez de pesquisas voltadas ao ensino do Direito do Consumidor, ainda a total ausência de integração dessa temática com o ensino das temáticas Consumismo/Consumo e Educação Financeira.

Evidencia-se, pois, a relevância da proposta da pesquisa de Mestrado cujo recorte aqui se apresenta, de se desenvolver um produto educacional que auxilie a promover o aprendizado dos temas Direito do Consumidor e Consumismo/Consumo de maneira interdisciplinar, incluindo também a Educação Financeira como tema transversal. Sem perder de vista a relevância de se trabalharem esses temas de modo aderente à realidade dos estudantes, para que o aprendizado seja traduzido em uma real capacidade de agir na realidade, promovendo a cidadania.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Julliane Santos Lopes de. *Reclame Aqui: A Sociedade de Consumo e o Direito do Consumidor como Instrumento de Mobilização Social no Século XXI*. 2015. 143 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia e Direito) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ. Disponível em:

https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=3461033. Acesso em: 23 jan. 2019.

AMORIM, Michelle Ribeiro. *Educação Matemática Financeira por meio de Sequências Didáticas: Estudo de Caso sobre duas Aplicações Cotidianas*. 2014. 156 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Educação em Ciências e Matemática) - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Espírito Santo. Vitória, ES. Disponível em:

https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=1310169. Acesso em: 16 abr. 2019.

BATISTA, Daniela Ferreira Dias. *A Efetivação das Normas de Consumo como Fator de Proteção Social*. 2015. 106 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Fundação de Ensino "Eurípides Soares Da Rocha". Marília, SP. Disponível em:

https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=2820694. Acesso em: 04 fev. 2019.

BAUMAN, Zigmunt. *44 cartas do mundo líquido moderno*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. [livro eletrônico]. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788537807705/>. Acesso em: 18 fev. 2019.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil, de 05 de outubro de 1988*. In: SENADO FEDERAL. Brasília, 1988. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 07 mai. 2019.

BRASIL. *Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990*. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. In: SENADO FEDERAL. Legislação Republicana Brasileira. Brasília, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 06 fev. 2019.

CAPES. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. *Catálogo de Teses e Dissertações*. Disponível em:

<https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>. Acesso em: 22 jan. 2019.

CARQUI, Vagner Bruno Caparelli. *Princípio do Crédito Responsável: Evitabilidade do Superendividamento e Promoção da Pessoa Humana na Sociedade de Consumo*. 2016. 220 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Federal De Uberlândia. Uberlândia, MG. Disponível em:

https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=4851426. Acesso em: 10 fev. 2019.

CARVALHO, Diogenes Faria de. *Consumo e (Super) Endividamento: Vulnerabilidade e Escolhas Intertemporais*. 2015. 126 f. Tese (Doutorado em Psicologia) - Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, GO. Disponível em:

https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=3334228. Acesso em: 02 fev. 2019.

FERNANDES, Pamela Franco. *Educação Matemática Financeira: Uma Abordagem Socioeconômica no 2º Ano do Ensino Médio Politécnico*. 2016. 80 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Ensino de Ciências e Matemática) - Universidade Franciscana. Santa Maria, RS. Disponível em:

https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=3048433. Acesso em: 15 abr. 2019.

GOMES, Ana Paula Maria Araujo. *A Defesa Administrativa do Consumidor: Um Caminhar no Espaço Físico e Virtual*. 2015. 126 f. Dissertação (Mestrado em Direito Constitucional) - Universidade de Fortaleza. Fortaleza, CE. Disponível em:

https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=2763443. Acesso em: 04 fev. 2019.

MASSANTE, Katyane Anastacia Samoglia Costa Capichoni. *Educação Financeira Escolar: As Armadilhas Presentes na Mídia Induzindo o Consumismo*. 2017. 111 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Educação Matemática) - Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, MG. Disponível em:

https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=5215431. Acesso em: 14 mar. 2019.

ORGANIZAÇÃO DE COOPERAÇÃO E DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO – OCDE. Centro OCDE/CVM de Educação e Alfabetização Financeira para a América Latina e o Caribe. *Recomendação sobre os Princípios e as Boas Práticas de Educação e Conscientização Financeira*. OCDE, 2005. Disponível em:

<https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/%5BPT%5D%20Recomenda%C3%A7%C3%A3o%20Princ%C3%ADpios%20de%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Financeira%202005%20.pdf>. Acesso em: 05 fev. 2019.

SANTOS, Leandro Goncalves dos. *Educação Financeira e Educação Matemática: Inflação de Preço no Ensino Médio*. 2017. 110 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Educação Matemática) - Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, MG. Disponível em:

https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=6116603. Acesso em: 14 abr. 2019.

SILVA, Anderson Jose. *Percepção da Criticidade Financeira de Alunos do Ensino Médio sob a Ótica da Educação Matemática*. 2018. 109 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Educação Em Ciências E Matemática) - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Espírito Santo. Vila Velha – ES. Disponível em:

https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=6379332. Acesso em: 14 abr. 2019.

SILVA, Vivian Helena Brion da Costa. *Educação Financeira Escolar: os Riscos e as Armadilhas Presentes no Comércio, na Sociedade de Consumidores*. 2017. 168 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Educação Matemática) - Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, MG. Disponível em:

https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=5216302. Acesso em: 12 abr. 2019.

SKRSYPCSAK, Daniel; FRANZEN, Douglas Orestes. Educação em valores morais numa perspectiva transdisciplinar. *Revista Contexto & Educação*, [S. l.], v. 34, n. 109, p. 90–103, 2019. DOI: 10.21527/2179-1309.2019.109.90-103. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/contextoeducacao/article/view/7782>. Acesso em: 15 fev. 2020.

VIEIRA, Maria Clarisse; ROCHA, Cristiano Cesário. Concepções pedagógicas de professores/as da educação de jovens e adultos sobre a interdisciplinaridade. *Revista Contexto & Educação*, [S. l.], v. 33, n. 106, p. 41–55, 2018. DOI: 10.21527/2179-1309.2018.106.41-55. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/contextoeducacao/article/view/7754>. Acesso em: 15 fev. 2020.

VILLA, Laercio. *Educação financeira no Ensino Médio: uma análise a partir da Aprendizagem Significativa de David Ausubel*. 2017. 62 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Ensino de Ciências e Matemática) - Fundação Universidade De Passo Fundo. Passo Fundo, RS. Disponível em: https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=5276198. Acesso em: 16 abr. 2019.

WADA, Ricardo Morishita. *A proteção do consumidor contra as práticas comerciais abusivas no código de defesa do consumidor: novo ensaio para sistematização e aplicação do direito do consumidor*. 2017. 232 f. Tese (Doutorado em Direito) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, SP. Disponível em: https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=5619840. Acesso em: 15 fev. 2019.

ZDRADEK, Ana Carolina Sampaio. *Olha o meu Post! Juventudes em Tempos Líquidos: Um Estudo sobre Consumo e Artefatos Culturais das Mídias Digitais*. 2017. 185 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Federal Do Rio Grande. Rio Grande, RS. Disponível em: https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=5002840 Acesso em: 10 mar. 2019.

APÊNDICE G – ARTIGO

JOGO PEDAGÓGICO PARA O ENSINO DE DIREITO DO CONSUMIDOR E CONSUMO RESPONSÁVEL: UMA ANÁLISE DE CONTEÚDO DE ENTREVISTAS DE PROFESSORES DO ENSINO MÉDIO TÉCNICO NA MODALIDADE PROEJA

Resumo

O presente trabalho constitui um recorte de pesquisa vinculada ao Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica – ProfEPT, do Campus Porto Alegre do IFRS, cujo tema central é verificar se o desenvolvimento de um produto educacional do tipo jogo pedagógico concreto pode atuar como ferramenta promotora de aprendizagem nas temáticas “Direito do Consumidor” e “Consumo Responsável”. Este artigo objetiva apresentar os resultados da análise de conteúdo de entrevistas realizadas com o intuito de identificar se e como são abordadas as temáticas “Direito do Consumidor” e “Consumo Responsável” nas disciplinas ministradas pelos professores entrevistados e também verificar o potencial interesse da utilização de um jogo pedagógico para o ensino dessas temáticas. Assim, através de pesquisa exploratória qualitativa, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com seis professores de disciplinas diversas, atuantes no Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade PROEJA do *Campus* Porto Alegre do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul. As entrevistas foram gravadas e transcritas. Para a análise das narrativas foi utilizada a metodologia de Análise de Conteúdo. Os resultados obtidos permitiram a observação de que há escassa abordagem da temática “Direito do Consumidor” nas disciplinas, enquanto que a temática do “Consumo Responsável” é abordada com maior frequência, mesmo que de modo transversal. Ainda, a maioria dos docentes manifestou interesse na utilização de um jogo pedagógico que possa promover o aprendizado das temáticas “Direito do Consumidor” e “Consumo Responsável” nas disciplinas ministradas.

Palavras-chave: Direito do Consumidor. Consumo Responsável. Jogo Pedagógico. PROEJA. ProfEPT.

Introdução

Este trabalho constitui um recorte da Pesquisa de Mestrado cujo tema central é investigar, através de um estudo de caso, se o desenvolvimento de um jogo pedagógico do tipo concreto pode auxiliar no processo de ensino e aprendizagem das temáticas Direito do Consumidor e Consumo Responsável pelos alunos do Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade Proeja, no *Campus* Porto Alegre do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul.

Muito embora o artigo 208 da Constituição Federal garanta o direito à educação (BRASIL, 1988), a EJA - Educação de Jovens e Adultos - encontra inúmeras dificuldades para se concretizar efetivamente no Brasil. De acordo com Machado (2016), apesar de o texto constitucional assegurar a Educação como direito de todos, na prática o que se presencia é o preconceito com as populações menos favorecidas (pobres, negras, camponesas e periféricas). Além disso, predomina a concepção do ensino “aligeirado” para a EJA, com vistas a uma mera certificação, sem a valorização do caráter emancipatório da educação conforme definido por Freire (1994).

No entanto, mais especificamente no Ensino Médio, vislumbra-se a possibilidade de uma formação mais completa, com vistas à cidadania, baseada na integração da educação profissional ao ensino médio – os cursos técnicos integrados. A própria LDB - Lei de Diretrizes

e Bases da Educação Nacional prevê, no § 3º do art. 37 que a educação de jovens e adultos deve articular-se, preferencialmente, com a educação profissional. (BRASIL, 1996).

O documento base do Proeja também afirma que os cursos técnicos integrados teriam o condão de prover uma educação básica concreta, vinculada a uma educação profissional com vistas à formação integral do estudante, para promover uma compreensão ampliada de mundo que se estende para todos os campos da realidade, refletindo-se em uma verdadeira integração social. Formam-se assim, cidadãos-profissionais com a capacidade de compreensão de múltiplas dimensões da realidade em que se inserem (social, econômica, política, cultural e do mundo-do-trabalho), capazes também de atuar sobre a realidade, transformando-a. (BRASIL, 2007).

Portanto, ao se desenvolver um jogo pedagógico que possa promover a reflexão sobre temas relevantes como o Consumo Responsável e o Consumismo junto às turmas do Proeja, propõe-se também uma conscientização quanto à exacerbada cultura de consumo, imposta muitas vezes via campanhas publicitárias agressivas veiculadas pelos meios de comunicação de massa.

Esse tipo de publicidade visa promover a economia consumista que, segundo Bauman (2007), alimenta-se do movimento das mercadorias, com a mudança de mãos do dinheiro e o consequente descarte de alguns produtos de consumo. Nesse tipo de economia os produtos primeiramente aparecem (são inventados, descobertos por acaso ou planejados), para somente depois encontrarem a sua aplicação.

Para além da conscientização quanto ao Consumo Responsável, e como o jogo pedagógico pretende abordar também o Direito do Consumidor, sua aplicação poderá munir os estudantes com ferramentas para a defesa de seus direitos. Nesse sentido, a proposta se harmoniza com a Educação Profissional e Tecnológica, na qual as estratégias de práticas pedagógicas devem contemplar propostas curriculares que tenham como referência a sua utilidade social, na perspectiva integrada proposta por Araújo e Frigotto (2015).

Sob o mesmo ângulo, a importância de uma educação problematizadora, baseada na ação-reflexão, e no conceito de que o homem se constrói através da dialogicidade e do trabalho também é enfatizada por Freire (1994). Na educação problematizadora, na qual existe dialogicidade, o educador-educando preocupa-se com o conteúdo, de modo que este esteja de tal modo inserto na realidade do educando, que este seja incentivado a participar de uma maneira ativa.

Diante do exposto, o presente artigo tem por objetivo analisar o conteúdo das respostas obtidas nas entrevistas com os (as) docentes, para identificar: a) se há e como se dá a abordagem dos temas Direito do Consumidor e Consumo Responsável nas disciplinas do Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade Proeja; b) as experiências anteriores dos docentes com jogos pedagógicos ou ferramentas lúdicas; c) se há interesse por parte dos professores na utilização de um jogo pedagógico para a abordagem desses temas. Espera-se que as respostas obtidas possibilitem o planejamento adequado e a delimitação dos conteúdos que estarão presentes no jogo pedagógico que será desenvolvido.

Materiais e Métodos

Este estudo de caráter exploratório por meio de abordagem qualitativa buscou pesquisar se e como são abordadas as temáticas “Direito do Consumidor” e “Consumo Responsável” nas disciplinas ministradas pelos professores entrevistados, e também investigar o potencial interesse da utilização de um jogo pedagógico para o ensino dessas temáticas.

Para isso, realizaram-se entrevistas semiestruturadas com seis docentes do Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio junto ao Campus Porto Alegre do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul.

Marconi e Lakatos (2017) conceituam entrevista como um diálogo face a face,

executado de acordo com uma metodologia, e que permite que o entrevistador obtenha as informações verbais necessárias. No mesmo sentido, Gil (2002) define entrevista como a técnica que prevê o envolvimento de duas pessoas: uma formulando as questões e a outra respondendo, ambas em uma situação presencial.

Como critério de inclusão, foram convidados a participar deste estudo os docentes do Curso Técnico em Administração cujas disciplinas ministradas pudessem ter correlação com os tópicos ligados ao Direito do Consumidor e/ou ao Consumo Responsável. Antes da realização das entrevistas foi entregue o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido para ciência e assinatura e cada um dos participantes e, caso algum deles tivesse se recusado a ler ou assinar o Termo, isso seria considerado critério de exclusão.

As entrevistas semiestruturadas para a coleta de dados foram realizadas entre os meses de outubro e dezembro de 2019, de modo individual, em sala exclusivamente destinada para essa finalidade, em datas e horários combinados previamente com os docentes que aceitaram participar da pesquisa. Para o registro das entrevistas, que tiveram uma duração média de 15 minutos, foi utilizado gravador de voz e a condução se deu a partir de questões pré-estabelecidas que constavam de roteiro prévio de entrevista.

A análise dos dados produzidos por meio das entrevistas foi realizada através da utilização da técnica de análise de conteúdo, que é definida por Moraes (1999) como uma metodologia de pesquisa utilizada para a descrição e interpretação de documentos e textos e que, por conduzir descrições sistemáticas, tanto qualitativas quanto quantitativas, auxilia na reinterpretação das mensagens e na compreensão dos significados de modo mais abrangente que uma simples leitura.

A análise de conteúdo, de acordo com Moraes (1999), segmenta-se em cinco fases: a) Preparação das informações; b) Unitarização ou transformação do conteúdo em unidades; c) Categorização ou classificação das unidades em categorias; d) Descrição; e) Interpretação.

Desse modo, após a obtenção dos dados e a exploração do material, procedeu-se a preparação das informações coletadas nas entrevistas e sua unitarização. A partir disso foram definidas três categorias: “Abordagem de temas ligados ao Direito do Consumidor e/ou ao Consumo Responsável”, “Experiência na utilização de jogos pedagógicos (ou similares) para o aprendizado” e “Potencial interesse na utilização de jogo pedagógico com as temáticas Direito do Consumidor e Consumo Responsável”. Por fim, carregou-se a descrição e o tratamento dos dados com a interpretação dos achados.

Ressalta-se que a análise e interpretação dos dados obtidos nas entrevistas teve por objetivo investigar sobre a abordagem ou ausência de abordagem de temáticas ligadas ao Direito do Consumidor e/ou Consumo Responsável nas disciplinas ministradas pelos entrevistados, bem como obter relatos da vivência prévia destes com a utilização de ferramentas lúdicas como estímulo à aprendizagem e o seu eventual interesse na utilização de um jogo pedagógico como auxiliar ao processo de ensino e aprendizagem.

Resultados e Discussão

A amostra é composta de seis participantes, todos docentes, que lecionam disciplinas no Curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade Proeja. Para preservar a identidade dos participantes, esses foram caracterizados no estudo atribuindo-se letras do alfabeto na ordem de realização das entrevistas, ou seja, Professores (as) A, B, C, D, E e F.

No Quadro 1 estão dispostas de modo simplificado, para uma análise quantitativa inicial, as respostas obtidas por meio das entrevistas realizadas, sendo que cada uma das categorias será analisada qualitativamente de modo individual na sequência deste estudo.

Quadro 1 – Categorias da Análise de Conteúdo das Entrevistas

Categorias	1. Abordagem das temáticas Direito do Consumidor e/ou Consumo Responsável	2. Utilização prévia de jogo pedagógico (ou similar) como ferramenta para o aprendizado	3. Potencial interesse na utilização de uma ferramenta do tipo jogo pedagógico para o aprendizado das temáticas
Professor (a) A	Sim. De modo transversal.	Já utilizou.	Sim.
Professor(a) B	Sim. De modo transversal.	Já utilizou.	Sim.
Professor(a) C	Sim. De modo transversal.	Já utilizou.	Sim.
Professor(a) D	Sim. De modo transversal.	Já utilizou.	Sim.
Professor(a) E	Não.	Já utilizou.	Não.
Professor(a) F	Sim. De modo transversal.	Já utilizou.	Sim.

Fonte: As autoras (2020)

Com base nas respostas sumuladas no Quadro 1, evidencia-se que as temáticas propostas são pertinentes e têm aderência ao Curso Técnico de Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade Proeja, visto que apenas um dos seis docentes não identificou a abordagem das temáticas Direito do Consumidor e/ou Consumo Responsável nas disciplinas por ele ministradas. Todos os demais entrevistados foram capazes de identificar a presença de ao menos um destes temas, ainda que de modo transversal.

É também possível verificar que todos os professores, sem exceção, ao longo de sua trajetória docente, já haviam utilizado jogos pedagógicos ou alguma dinâmica lúdica no intuito de promover o aprendizado de seus estudantes, o que indica haver certa familiaridade com a utilização desse tipo de recurso.

Da mesma forma, a maioria dos entrevistados manifestou interesse em utilizar um jogo pedagógico com as temáticas propostas nas disciplinas ministradas, com exceção de um dos professores, o que reforça a importância de se produzir este tipo de material, pela sua abrangência e aplicabilidade.

Passaremos agora à análise de conteúdo detalhada de cada uma das categorias e também dos aspectos que foram levantadas no decorrer das entrevistas semiestruturadas, exemplificados nas falas dos professores entrevistados.

Abordagem de temas ligados ao Direito do Consumidor e/ou Consumo

Responsável/Consumismo

O que se observou com a análise do conteúdo das entrevistas foi que a maioria dos professores informou que há abordagem de temas relacionados a ao menos um dos tópicos - Direito do Consumidor e/ou Consumo Responsável - nas suas disciplinas, ainda que muitas vezes de modo transversal, não direto. A exceção foi o (a) Professor(a) E, que afirmou não haver essa abordagem: *“Não há abordagem porque a ementa da disciplina é Administração Financeira voltada então pra empresa. Então é sobre o enfoque da empresa.”*

Merece destaque o fato de que as temáticas relacionadas ao Consumo Responsável/Consumismo apareceram com mais frequência, conforme se verifica na fala do(a) Professor(a) A: *“[...] da maneira com que a sociedade, que a política econômica se estrutura, ela depende das pessoas consumam... pra gerar emprego, gerar crescimento, uma série de outras coisas. Então isso aí aparece de novo [...]”* e também do(a) Professor(a) F:

[...] já por muitos semestres foi a temática de Sociologia, Sociedade e meio Ambiente, onde a gente especificamente trabalha com Consumo, Consumismo, obsolescência programada, propaganda, muito ligada à questão da venda, Vida pra Consumo.

De fato, a atual sociedade de consumidores se caracteriza por representar uma reconstrução das relações humanas, agora baseadas em interações que espelham as relações entre os consumidores e os objetos de consumo. O constante fluxo de novas necessidades exige novas mercadorias, que também exigem novas necessidades e desejos, no que se constitui na era de “obsolescência embutida” dos bens oferecidos no mercado. (BAUMAN, 2007).

A dinâmica entre consumo e cidadania na modernidade líquida fica evidente também no relato do(a) Professor(a) D:

E principalmente essa... pelo menos eu trabalhei, o recorte que eu fiz era pensar, por exemplo, a ideia de cidadania ligada com a ideia de consumo. Na medida em que, por exemplo, hoje nessa perspectiva do consumismo, você se torna cidadão na medida em que você é um potencial consumidor.

A teoria de Bauman (2007) corrobora a fala do(a) Professor(a) D, ao afirmar que a condição de cidadão, de sujeito, se encontra atrelada ao valor do indivíduo enquanto mercadoria e que a principal característica da sociedade de consumidores é justamente a transformação dos consumidores em mercadorias.

Noutro aspecto, apenas o(a) Professor(a) C informou haver alguma abordagem de temáticas relacionadas ao Direito do Consumidor em sua disciplina, como a identificação de taxas abusivas de juros, por exemplo, declarando:

[...] é que os alunos começam a verificar nos financiamentos as taxas que eles pagam, os valores de juros nos exemplos nas situações que eu trago e ficam de certa forma apavorados, porque eles não têm essa noção. [...] Eles não percebem. E então no momento que eles param, calculam, mesmo que sejam situações matemáticas ali [...] quando eles vão fazer um financiamento eles têm ali, taxa de adesão ao crédito, seguro, enfim... então a coisa é muito pior.

O fato de o tema Direito do Consumidor não aparecer com frequência nas disciplinas dos professores entrevistados reforça a necessidade de se trabalhar esse assunto, pois a

perspectiva da EPT propõe uma educação voltada para a o desenvolvimento do olhar crítico sobre a realidade, promovendo a emancipação dos sujeitos com vistas à transformação social.(ARAÚJO; FRIGOTTO, 2015). E a identificação de abusos nas relações de consumo, como a taxa de juros abusiva por exemplo, com a subsequente possibilidade de reivindicação dos direitos enquanto consumidor, representam aspectos do exercício da cidadania e da modificação da realidade.

Experiência na utilização de jogos pedagógicos (ou similares) para o aprendizado

Ao serem indagados quanto à utilização prévia de jogos pedagógicos ou dinâmicas lúdicas em sala de aula, todos os professores entrevistados relataram já ter utilizado algum desses recursos ao longo de sua trajetória docente, não necessariamente de modo exclusivo no IFRS ou com as turmas do Proeja, tendo sido citadas também utilizações em outras instituições de ensino.

Inclusive foram mencionadas algumas utilizações de jogos com assuntos relevantes relacionados à economia, que pode ser considerada um tema transversal aos temas pesquisados. O(A) Professor(a) A apresentou a fala *"eu já usei algumas vezes há algum tempo atrás. Uns jogos de política econômica que tinham na internet"* enquanto que o(a) Professor(a) E relatou: *"Mas lá na minha vida já, como docente em outras instituições eu já usei, de instrumento de jogo e que a temática era ensinar eles a poupar pra investir."*

Sobre a reação dos alunos quando da utilização de jogos pedagógicos ou práticas similares, se vislumbra que esta costuma ser bastante positiva, fazendo com que o(a) professor(a) se sinta estimulado a utilizar esse tipo de jogo ou dinâmica como auxiliar ao aprendizado. Isso se verifica nas afirmativas do(a) Professor(a) C que enfatizou: *"Mas é uma coisa diferente. Então assim, o envolvimento das pessoas é muito interessante [...] A motivação é algo, assim."*. Já o(a) Professor(a) A disse: *"Sim, eu achei que foi válido, tanto que eu repeti [...]"*.

A recepção positiva dos estudantes aos jogos e atividades lúdicas está intrinsicamente ligada às características próprias dos jogos. De acordo com Huizinga (2000) os jogos apresentam algumas características que os definem: possuem limitação temporal; promovem um afastamento da realidade e tem como finalidade a sua própria realização. Se caracterizam também pela agradabilidade da atividade realizada, promotora de um estado de relaxamento das tensões do dia-a-dia; além disso, o jogo representa a liberdade - posto que só se encaixa na definição de jogo se for livre, de participação voluntária. (HUIZINGA, 2000).

Sob outro aspecto, o jogo pedagógico atua como um poderoso agente promotor da interação social entre os participantes, decorrentes da interatividade que lhe é característica. E o aprendizado, para Vygotsky (Moreira, 1999), não ocorre de forma isolada, devendo ser compreendido no contexto social e cultural em que estiver inserido. Vygotsky tem como um dos pilares de sua teoria que os processos mentais superiores surgem justamente a partir das interações sociais.

Potencial interesse na utilização de jogo pedagógico com as temáticas Direito do Consumidor e Consumo Responsável

Em relação ao interesse dos docentes entrevistados na utilização do jogo pedagógico nas disciplinas ministradas, a maioria das respostas foi positiva. A única exceção foi o(a) Professor(a) E, que já havia comentado sobre a limitação da ementa da disciplina e sua inadequação às temáticas, reforçando essa particularidade na fala: *"Não, é isso, que foge completamente da Ementa."*

Os demais docentes, os quais manifestaram interesse na utilização do jogo, foram indagados sobre quais seriam as contribuições que um jogo pedagógico poderia agregar ao

aprendizado das temáticas propostas.

Nesse sentido, as respostas de alguns dos entrevistados apontam para o caráter lúdico da utilização desse tipo de recurso pedagógico, como o(a) Professor(a) A, que disse: "*A impressão que eu tenho, é que essas experiências lúdicas mudam um pouco a atenção dos alunos e acaba tendo um envolvimento diferente, assim.*"

A colocação do(a) Professor(a) F também destaca essa característica das atividades lúdicas:

Pra dar uma mexida, e acho que aprender de forma mais ou menos lúdica é sempre muito legal. É legal pra gente, que é adulto, que já estudou tanto, e que tá sempre aprendendo, se é bacana pra gente, por que não vai ser pra eles, no ensino básico, né? Então eu acho que pela ludicidade e eu acho que por dar uma outra dinâmica pra sala de aula.
[...]

Outro elemento destacado foi o estímulo ao aprendizado que a utilização de recursos diversificados proporciona, conforme apontou o(a) Professor(a) D:

[...] eu acho que essa questão do jogo pedagógico, eu acho que são importantes, na medida em que você também diversifica as possibilidades de ensino e de aprendizagem dos estudantes. E essa questão do lúdico sempre é interessante se trabalhar. No sentido de que ajuda nessa promoção da aprendizagem. E acho que sim, acho que é importante nesse sentido.

Na mesma perspectiva, Brougère (2002) afirma que o jogo se caracteriza pela sua riqueza potencial de conteúdos culturais e de processos de construção e transformação desses conteúdos, e não especificamente pela vocação particular para a educação. Mas a manipulação simbólica dos conteúdos, supostamente proporcionada pelo lazer que o jogo proporciona, pode ser acompanhada de aprendizagens, sejam elas não intencionais, intencionais, informais ou formais. O divertimento inerente ao jogo tem forte potencial educativo informal, que varia em intensidade de acordo com a experiência vivida no jogo por seus participantes, que é singular para cada um. (BROUGERE, 2002).

Além disso, foi ressaltada a importância da aderência da experiência de jogo com a realidade vivida pelos estudantes, e como isso pode se refletir em um aprendizado mais prático, conforme se verificou na fala do(a) Professor(a) B:

[...] eu acho que a principal sacada é talvez [...] simular situações reais, pra que eles consigam entender e saber os seus direitos e como agir, não simplesmente decorando o Código do Consumidor. Porque isso não vai acontecer, ninguém vai andar com o Código do Consumidor no bolso."

Nesse sentido, Freire (1992) afirma ser imprescindível que se valorize o "saber de experiência feito", ou os saberes do cotidiano, que devem servir como ponto de partida para a aquisição dos novos saberes, exatamente na perspectiva de que o aluno sempre possui uma bagagem, uma trajetória que deve ser respeitada e levada em consideração, especialmente para o desenvolvimento do olhar crítico sobre a realidade, ou a "leitura de mundo".

Antes do encerramento das entrevistas foi também solicitado aos docentes que tecessem comentários ou fornecessem sugestões para a pesquisadora, com destaque para alguns aspectos que foram registrados e que serão abordados na sequência.

Dentre essas sugestões e comentários, foi mencionada a importância de se trabalhar a

interdisciplinaridade por meio de um jogo pedagógico, e a dificuldade enfrentada pelos professores no Curso Técnico em Administração na modalidade Proeja de promover atividades interdisciplinares, visto que nem sempre as disciplinas com potencial para a integração são cursadas no mesmo semestre. Isso fica evidente na fala do(a) Professor(a) A:

[...] isso de trabalhar a interdisciplinaridade eu acho superimportante, ainda que talvez algumas vezes a gente fica limitado, e eu imagino que tu tenha visto isso, porque às vezes é um conteúdo de um semestre e tu vai fazer um trabalho, tem vários temas transversais pra trabalhar com o outro semestre.

Araújo e Frigotto (2015, p. 69) compreendem a interdisciplinaridade como: “[...] o princípio da máxima exploração das potencialidades de cada ciência, da compreensão dos seus limites, mas, acima de tudo, como o princípio da diversidade e da criatividade.” E, tal qual o(a) Professor(a) A, consideram a incumbência de se pensar estratégias de organização curricular e de ensino para a superação da visão fragmentária da realidade, como verdadeiro desafio a ser enfrentado, na construção de um projeto formativo norteado pela integração.

Outro elemento apontado foi o potencial conscientizador da ferramenta jogo pedagógico com essas temáticas, no sentido de despertar nos estudantes a atitude de se pensar sobre o ato de consumir, evidenciado pela fala do(a) Professor(a) E:

[...] penso que realmente é uma ferramenta interessante. Acho que é necessário se estudar um pouco mais esse perfil. E criar dentro da mentalidade desses alunos, né, essa consciência sobre o ato de consumir, né, que aquilo não pode acabar com a vida dele.

O(a) Professor(a) B também mencionou o aspecto de conscientização, com ênfase na capacidade de identificar as situações da realidade e de atuar na defesa de seus direitos, ao declarar:

[...]Acho que a coisa de reconhecer, é despertar nesse sentido, que isso se torne uma prática, né? E dentro das coisas mais variadas assim, não só com relação ao consumo de bens, mas de serviços também. Inclusive serviços públicos [...] saber que órgãos acessar, pra quem reclamar, onde ligar.

A importância de uma educação libertadora, que vá além da mera transferência de conhecimento é igualmente destacada por Freire (1994), que prevê a formação, para além dos conteúdos acadêmicos, de estudantes para o exercício da cidadania. E a cidadania se expressa através do senso crítico e da capacidade que os estudantes desenvolvem para atuar sobre a realidade os cerca, transformando-a.

Com efeito, a reflexão proposta pelo jogo pedagógico em relação aos conceitos de Consumo Responsável e Consumismo amplia a visão crítica de mundo, o que contribui para a formação integral do indivíduo, desenvolvendo a sua percepção de inúmeras questões inerentes aos temas, favorecendo o desenvolvimento de uma consciência e responsabilidade em relação ao consumo.

Considerações Finais

O presente estudo verificou, através de seus resultados, que as temáticas propostas Direito do Consumidor e Consumo Responsável possuem relevância e também apresentam

relação com disciplinas ministradas no Curso Técnico de Administração integrado ao Ensino Médio na modalidade Proeja.

Constatou-se, no entanto, com base nas entrevistas realizadas, que há escassa abordagem quanto ao Direito do Consumidor nas disciplinas dos docentes entrevistados, o que torna ainda mais significativo que o jogo pedagógico a ser desenvolvido trate desse tema. O Consumo Responsável, por outro lado, se apresenta com mais frequência, mesmo que de modo transversal, e costuma ser abordado nos tópicos relacionados ao consumismo, à sociedade de consumo e à educação financeira.

A prévia utilização de jogos pedagógicos ou de dinâmicas lúdicas como auxiliares ao aprendizado revelou-se uma unanimidade entre os docentes entrevistados, pois todos eles afirmaram já terem se utilizado de jogos ou recursos lúdicos para diversificar a metodologia de ensino. Inclusive, verificou-se que algumas das vivências prévias dos professores incluíram conteúdos que podem ser considerados transversais ou complementares aos temas desta pesquisa, a exemplo da educação financeira.

Demonstrando certa familiaridade com esse recurso pedagógico, a totalidade dos profissionais relatou situações nas quais os alunos receberam positivamente a ludicidade promovida pelo jogo ou dinâmica, o que inclusive motivou os professores a, em alguns casos, repetir a utilização do recurso.

A possibilidade de utilização de um jogo pedagógico concreto que abordasse as temáticas propostas nas disciplinas ministradas despertou o interesse da maioria dos professores entrevistados, com exceção de um deles, o que enfatiza a pertinência de se desenvolver este tipo de material, pelo seu potencial alcance e replicabilidade.

Os docentes que se mostraram interessados em utilizar o jogo pedagógico que será desenvolvido relataram como motivo de seu interesse pontos como: a ludicidade, o estímulo ao aprendizado pela diversificação do recurso pedagógico e a perspectiva de se criar paralelos entre as situações de jogo e a realidade.

Por fim, nos comentários e sugestões dos entrevistados para a pesquisadora, foram mencionados: a possibilidade enfrentamento à dificuldade de se trabalhar a interdisciplinaridade através da utilização do jogo e também o fato de este vir a ser um instrumento de conscientização em relação ao ato de consumir.

Referências

ARAÚJO, Ronaldo Marcos de Lima; FRIGOTTO, Gaudêncio. **Práticas Pedagógicas e Ensino Integrado**. Revista Educação em Questão, Natal, v. 52, n 38, p. 61-80, mai/ago. 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/educacaoemquestao/article/view/7956/5723> . Acesso em: 15 mai. 2020.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**, de 05 de outubro de 1988. In: SENADO FEDERAL. Brasília, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 12 mai. 2020.

BRASIL. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB)**. Lei ° 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília, 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm . Acesso em: 20 mai. 2020.

BRASIL. Ministério da Educação. **Proeja - Programa Nacional de Integração a Educação**

Profissional com a Educação Básica na modalidade de Educação de Jovens e Adultos. Documento Base. Brasília, 2007. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/setec/arquivos/pdf2/proeja_medio.pdf. Acesso em: 18 mai. 2020.

BROUGÈRE, Giles. **O Lúdico e a Educação: novas perspectivas.** Linhas Críticas, Brasília, v. 8, n. 14. 1an./jun. 2002. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/linhascriticas/article/view/2985/2686>. Acesso em 12 jun. 2020.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da esperança.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1994.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens.** 4ª ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2000.

MACHADO, Maria Margarida. **A educação de jovens e adultos após 20 vinte anos da Lei nº 9.394, de 1996.** Revista Retratos da Escola, Brasília, v. 10, n. 19, p. 429-451, jul./dez. 2016. Disponível em: <http://retratosdaescola.emnuvens.com.br/rde/article/view/687/706> . Acesso em: 10 mai. 2020.

MARCONI, Marina Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do Trabalho Científico.** 8. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2017.

MORAES, Roque. **Análise de conteúdo.** Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4125089/mod_resource/content/1/Roque-Moraes_Analise%20de%20conteudo-1999.pdf . Acesso em: 20 mai. 2020.

MOREIRA, Marco Antônio. **Teorias de Aprendizagem.** São Paulo: EPU, 1999.

ANEXO A – AUTORIZAÇÃO INSTITUCIONAL

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO GRANDE DO SUL – IFRS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA, PÓS-GRADUAÇÃO E INOVAÇÃO – PROPPI
COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA – CEP

AUTORIZAÇÃO INSTITUCIONAL

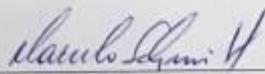
Eu, Marcelo Augusto Rauh Schmitt, responsável pelo *Campus* Porto Alegre do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, autorizo a realização da pesquisa intitulada "O JOGO DIDÁTICO COMO FERRAMENTA PROMOTORA DO ENSINO EM DIREITO DO CONSUMIDOR E CONSUMO RESPONSÁVEL NO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO", a ser conduzido pela pesquisadora abaixo relacionada. Fui informado pelo responsável do estudo sobre objetivos, metodologia, riscos e benefícios aos participantes da pesquisa, bem como das atividades que serão realizadas na instituição a qual represento.

Foi assegurado pelo pesquisador responsável que os dados coletados serão mantidos em absoluto sigilo de acordo com a Resolução do Conselho Nacional de Saúde nº 466/2012, que trata da Pesquisa envolvendo seres humanos e que serão utilizados tão somente para a realização deste estudo.

Esta instituição está ciente de suas co-responsabilidades como instituição co-participante do presente projeto de pesquisa e de seu compromisso no resguardo da segurança e bem-estar dos participantes de pesquisa, dispondo de infra-estrutura necessária para a garantia de tal segurança e bem-estar.

Serão disponibilizados, ao pesquisador, o espaço físico das dependências do *Campus*, e o acesso aos documentos necessários para a realização da pesquisa.

Porto Alegre, 20 de março de 19.



MARCELO AUGUSTO RAUH SCHMITT
 Diretor Geral
 IFRS - Campus Porto Alegre
 Portaria: 318/2010

Assinatura e carimbo do responsável institucional
 Diretor Geral

Em caso de dúvidas com respeito aos aspectos éticos deste estudo, consultar:

CEP/IFRS

E-mail: cepesquisa@ifrs.edu.br

Endereço: Rua General Osório, 348, Centro, Bento Gonçalves, RS, CEP: 95.700-000

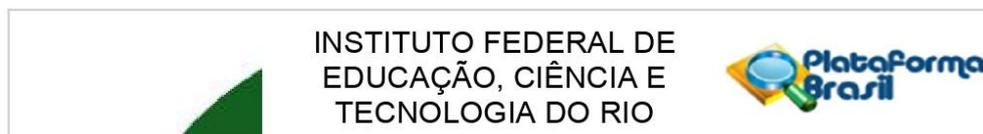
Telefone: (54) 3449-3340

Pesquisador(a) principal: Flávia Cipriani

Telefone para contato: (54)99102-5379

E-mail para contato: flavia.cipriani@ifrs.edu.br

ANEXO B – PARECER CONSUBSTANCIADO - APROVAÇÃO DO CEP/IFRS



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: O JOGO DIDÁTICO COMO FERRAMENTA PROMOTORA DO ENSINO EM DIREITO DO CONSUMIDOR E CONSUMO RESPONSÁVEL NO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO

Pesquisador: FLAVIA CIPRIANI

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 12185219.9.0000.8024

Instituição Proponente: INSTITUTO FEDERAL DE EDUCACAO, CIENCIA E TECNOLOGIA DO RIO

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 3.289.293

Apresentação do Projeto:

Desenvolvimento de produto educacional sobre direito do consumidor para ser aplicado a alunos de PROEJA.

Objetivo da Pesquisa:

A pesquisa tem por objetivo principal investigar se o desenvolvimento e a aplicação de um produto educacional do tipo jogo pedagógico podem contribuir para a promoção do aprendizado/entendimento de tópicos relacionados ao Direito do Consumidor e Consumo Responsável,

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Estão adequados, contudo se recomenda refletir sobre o risco de causar desconforto, nas entrevistas, ao confrontar os docentes com suas práticas e os alunos com seus conhecimentos sobre a questão objeto de estudo.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Pesquisa relevante e com riscos mínimos bem descritos.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Estão adequados.

Endereço: Rua General Osório, 348

Bairro: CENTRO

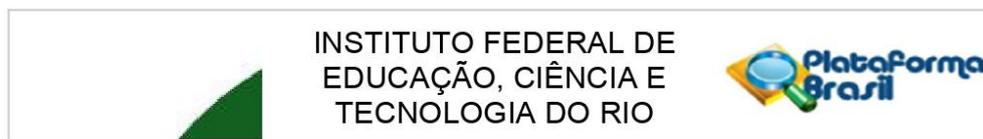
CEP: 95.700-086

UF: RS

Município: BENTO GONCALVES

Telefone: (54)3449-3340

E-mail: cepesquisa@ifrs.edu.br



Continuação do Parecer: 3.289.293

Recomendações:

Se sugere verificar a oportunidade de detalhar os riscos, por exemplo, no TCLE, incluindo que as perguntas poderão causar desconforto ao fazer que o entrevistado reflita sobre suas práticas e conhecimentos, que podem ser revelar insuficientes.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Não foram encontradas pendências.

Considerações Finais a critério do CEP:

Não foram observados óbices éticos.

O projeto está aprovado e, após a finalização da última etapa, conforme cronograma cadastrado na Plataforma Brasil, o pesquisador possui o prazo de 60 dias para envio do relatório final via Plataforma.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1317917.pdf	19/04/2019 18:34:23		Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	Termo_de_Consentimento_Livre_e_Esclarecido.pdf	19/04/2019 17:40:03	FLAVIA CIPRIANI	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_ProfEPT_Flavia_Cipriani.pdf	19/04/2019 17:32:15	FLAVIA CIPRIANI	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	Autorizacao_institucional.pdf	19/04/2019 17:29:34	FLAVIA CIPRIANI	Aceito
Folha de Rosto	Folha_de_Rosto.pdf	19/04/2019 17:27:53	FLAVIA CIPRIANI	Aceito

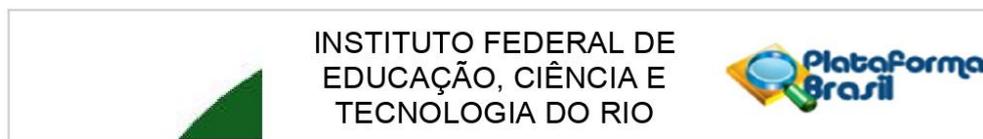
Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

Endereço: Rua General Osório, 348
Bairro: CENTRO **CEP:** 95.700-086
UF: RS **Município:** BENTO GONCALVES
Telefone: (54)3449-3340 **E-mail:** cepesquisa@ifrs.edu.br



Continuação do Parecer: 3.289.293

BENTO GONCALVES, 26 de Abril de 2019

Assinado por:
MARCELO MALLET SIQUEIRA CAMPOS
(Coordenador(a))

Endereço: Rua General Osório, 348
Bairro: CENTRO **CEP:** 95.700-086
UF: RS **Município:** BENTO GONCALVES
Telefone: (54)3449-3340 **E-mail:** cepsquisa@ifrs.edu.br