



Universidade de Brasília (UnB)

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas

(FACE)

Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais (CCA)

Curso de Graduação em Ciências Contábeis

BÁRBARA PEREIRA PINORI

EDUCAÇÃO FINANCEIRA E USO DE MÍDIAS SOCIAIS: UMA ANÁLISE
EXPLORATORIA.

Brasília - DF

2021

Professora Doutora Márcia Abrahão Moura
Reitora da Universidade de Brasília

Professor Doutor Enrique Huelva Unternbäumen
Vice-Reitor da Universidade de Brasília

Professor Doutor Sérgio Antônio Andrade de Freitas
Decano de Ensino de Graduação

Professor Doutor Eduardo Tadeu Vieira
**Diretor da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas
Públicas**

Professor Doutor Sérgio Ricardo Miranda Nazaré
Chefe do Departamento de Ciências Contábeis e Atuarias

Professor Doutor Alex Laquis Resende
Coordenador de Graduação do curso de Ciências Contábeis - Diurno

Professor Doutor José Lúcio Tozetti Fernandes
Coordenador de Graduação do curso de Ciências Contábeis - Noturno

BÁRBARA PEREIRA PINORI

**EDUCAÇÃO FINANCEIRA E USO DE MÍDIAS SOCIAIS: UMA ANÁLISE
EXPLORATORIA.**

Trabalho de Conclusão de Curso, Educação Financeira e uso de Mídias sociais: uma Análise exploratória, apresentado ao Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Linha de Pesquisa: Educação Financeira

Área: Finanças Pessoais

Orientador: Ludmila de Melo Souza.

Brasília - DF

2021

BÁRBARA PEREIRA PINORI

EDUCAÇÃO FINANCEIRA E USO DE MÍDIAS SOCIAIS: UMA ANÁLISE
EXPLORATORIA.

Trabalho de Conclusão de Curso, Educação financeira e Uso de Mídias sociais: uma análise Exploratória, apresentado ao Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, sob a orientação da Prof^a. Ludmila de Melo Souza

Aprovado em _____ de _____ de 2021.

Prof^a. Ludmila de Melo Souza

Orientadora

Prof. Dr. José Lúcio Tozetti Fernandes
Professor - Examinador

Brasília - DF, maio de 2021.

Dedico para pessoas que desejam sucesso financeiro. Também principalmente dedico aos meus pais - Eloah e Walter- que me apoiaram a fazer a Graduação Ciencia Contabeis.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que me acompanharam nessa trajetória da Graduação e me ajudaram a me torna a pessoa que sou hoje. Meus pais – Eloah e Walter- que me apoiaram a fazer o curso, minhas 4 irmãs – Ethel, Munique, Carol e Raquel- por ajudarem e alegrarem meus dias.

Também agradeço muito ao meu namorado, Pablo Teles, e aos meus amigos - Clara Sasse, Raissa do Valle, Gabryelle, Tayla, Francielle, Diego, Abel, Thayna, Marina e vários outros quais fiz amizades no tempo da graduação - que conviveram minhas loucuras e meus desespero a cada semestre, acompanhando minhas escolhas e me orientando nessa trajetória para me tornar uma pessoa mais dedicada, realista e profissional.

Também agradeço a minha orientadora Ludmila de Melo por ter me ajudado a realizar esse trabalho; e também agradeço a Equipe do Projeto Educa o Dinheiro que me ajudaram na construção de trabalho.

Por fim, agradeço a todos professores da UnB quais tive aula por eles me proporcionarem educação para minha graduação de Ciências Contábeis.

"Sua vida é o grande presente que você recebeu ao nascer, e só você pode lhe dar o devido valor, se você não amar sua vida como se deve, e não lhe preservar, acredite, ninguém vai fazê-lo por você."

(A vez da minha vida, Cecilia Ahern)

EDUCAÇÃO FINANCEIRA E USO DE MÍDIAS SOCIAIS: UMA ANÁLISE EXPLORATORIA

RESUMO

Este artigo propõe determinar se as pessoas buscam alfabetização financeira nas mídias sociais. Para alcançar esse objetivo, foi usado o método estático com coleta de dados através do questionário qual foi constituído por 31 perguntas, separado por 4 seções: 1) Perfil geral qual dentre as pergunta são a idade, gênero, escolaridade; 2) Perfil digital para saber se as pessoas possuem acesso à internet; 3) Perfil do consumidor para entender o que ele mais gastar; 4) Perfil do Investido e Conteúdos usados nas mídias sociais. Para coleta de dados foi divulgado nos grupos de faculdade, amigos e familiares de Whatsapp, quais eles ainda divulgaram para outras pessoas, também foi divulgado no Instagram no perfil da pesquisadora, no do Educa o Dinheiro e no Perfil Contabilidade em Geral, o qual é coadministrado pela orientadora. Além dessa divulgação, foi enviado para 1206 e-mail de alunos, professores e auxiliares administrativos do Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais. Foi obtido 261 respondentes. Assim, os dados obtidos do questionário ajudou saber o perfil geral da pessoa, se usa as mídias sociais para alfabetização financeira e qual conteúdo busca de finanças pessoais nas mídias sociais e quais são esses conteúdo.

Palavras-chave: alfabetização financeira; educação financeira; finanças pessoais; mídias sociais; redes sociais.

ABSTRACT

This article proposes to determine whether people seek financial literacy on social media. To achieve this objective, the static method with data collection through the questionnaire was used which consisted of 31 questions, separated by 4 sections: 1) General profile which among the questions are age, gender, education; 2) Digital profile to find out if people have access to the internet; 3) Consumer profile to understand what they spend the most; 4) Investee Profile and Content used in social media. For data collection, it was disclosed in the college groups, friends and family of Whatsapp, which they still disclosed to other people, it was also disclosed on Instagram in the researcher's profile, in Educa o Dinheiro and in the Accounting Profile in General, which is co-administered by the advisor. In addition to this disclosure, 1206 e-mails were sent to students, teachers and administrative assistants from the Department of Accounting and Actuarial Sciences. 261 respondents were obtained. Thus, the data obtained from the questionnaire helped to know the general profile of the person, whether to use social media for financial literacy and what content to search for personal finances on social media and what are these contents.

Keywords: financial literacy; financial education; personal finances; social media; social networks.

LISTA DE TABELA

TABELA 1: FAIXA ETÁRIA.....	20
TABELA 2: GÊNERO.....	21
TABELA 3: NÍVEL DE ESCOLARIDADE.....	21
TABELA 4: NÍVEL DE ESCOLARIDADE DA MÃE	22
TABELA 5: NÍVEL DE ESCOLARIDADE DO PAI.	23
TABELA 6: FREQUÊNCIA DE QUANTIDADE DE PROFISSÃO QUE A PESSOA POSSUI.....	24
TABELA 7: REGIÃO	24
TABELA 8: TIPO DE MORADIA	25
TABELA 9: SITUAÇÃO ECONÔMICA/ FINANCEIRA	25
TABELA 10: RENDA MENSAL	26
TABELA 11: AUXÍLIO EMERGENCIAL	26
TABELA 12: ACESSO À INTERNET.....	27
TABELA 13: PLANEJAMENTO FINANCEIRO	27
TABELA 14: AGRUPAMENTO DE RESPOSTAS DIFERENTES DE ORDEM DE 7 DESPESAS MAIS ONEROSAS	28
TABELA 15: QUANTIDADE DE RESPOSTAS DIFERENTES POR QUANTIDADE DE DESPESAS MAIS ONEROSAS ORDENADAS.....	29
TABELA 16: PERCENTUAL DAS ORDENADA DAS DESPESAS	30
TABELA 17: CARTÃO	30
TABELA 18: QUANTIDADE DE DIVIDAS.....	31
TABELA 19: TIPOS DE DIVIDAS QUE O RESPONDENTES POSSUEM.....	31
TABELA 20: DÍVIDAS	32
TABELA 21: PERFIL DO INVESTIDOR.....	33
TABELA 22: FASE FINANCEIRA	34
TABELA 23: NÍVEL DE CONHECIMENTO.....	35
TABELA 24: MEIOS PARA BUSCAR CONHECIMENTOS DE FINANÇAS PESSOAIS	35
TABELA 25: BUSCA MAIS INFORMAÇÕES NAS MÍDIAS SOCIAIS QUE EM OUTROS MEIOS	36
TABELA 26: QUANTAS RESPONDENTES BUSCAM OS CONTEÚDOS DE FINANÇAS	37
TABELA 27: FREQUÊNCIA DE BUSCA	38
TABELA 28: PERFIS OU DIGITAL INFLUENCER SEU O RESPONDENTE SEGUE OU PESQUISOU.....	38
TABELA 29: INFORMAÇÕES DOS <i>INFLUENCER</i> AJUDAM?	40

TABELA 30: TIPO DE INVESTIMENTOS CONHECIDOS.....	40
TABELA 31: ONDE O RESPONDENTE COSTUMA INVESTIR.....	41
TABELA 32: MUDANÇA FINANCEIRA NESSE TEMPO DE APRENDIZAGEM	42

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
2. REFERENCIAL.....	14
2.1 EDUCAÇÃO FINANCEIRA	14
2.2 CONTEXTUALIZANDO MÍDIAS SOCIAIS:	15
3. METODOLOGIA	17
3.1.1 CONSTRUÇÃO DO INSTRUMENTO.....	18
3.1.2 DIVULGAÇÃO DO INSTRUMENTO	19
3.2 ORGANIZAÇÃO DOS DADOS.....	20
4. ANÁLISE DE DADOS	20
4.1 ANÁLISE DESCRITIVA	20
4.1.1 PERFIL GERAL	20
4.1.2 PERFIL DIGITAL	27
4.1.3 PERFIL DO CONSUMIDOR	27
4.1.4 PERFIL DO INVESTIDOR E CONTEUDO DAS MÍDIAS SOCIAIS.....	33
5. CONCLUSÃO	42
REFERENCIAS.....	44
APÊNDICE A – FORMULÁRIO DO FORMS.....	47
APÊNDICE B – QUESTÃO 7 : RESPOSTAS COM 1 PROFISSÃO	58
APÊNDICE C – QUESTÃO 7 : RESPOSTAS COM 2 PROFISSÕES.....	60
APÊNDICE D – QUESTÃO 7 : RESPOSTAS COM 3 PROFISSÕES.....	61

1. INTRODUÇÃO

A alfabetização financeira é importante para o desenvolvimento de um país porque auxilia as pessoas a terem bons hábitos financeiros, conquistar melhores condições de vida e independência financeira, bem como pode contribuir para o desenvolvimento econômico do país. Conforme Modernell (2012), a educação financeira propicia a pessoa desfrutar a vida de forma mais segura e tranquila.

Por um outro lado, com o desenvolvimento da internet e as crescentes transformações digitais, cada vez mais as mídias sociais são utilizadas como fontes de informação. O Twitter é utilizado para buscar de notícias e compartilhar comentários; Youtube para ver vídeos para aprender, assistir conteúdos de entretenimento ou escutar música; Instagram para divulgar fotos e seguir contas para saber sobre a pessoa, projeto, loja, atuação da profissão; Facebook para entrar em grupos, assim pedir referencias e dicas, também para conversar com as pessoas; e entre outras. As mídias sociais atualmente são usadas para os mais diversos objetivos.

As mídias sociais podem ser definidas de acordo com Gottardo (2011, p.19) como “sites na internet construídos para permitir a criação colaborativa de conteúdo, a interação social e o compartilhamento de informações em diversos formatos”. E rede social “é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)” (RECUERO, 2009, p. 24). E elas estão disponíveis facilmente se a pessoa tem alguma ferramenta eletrônica como computador ou celular e internet.

Considerando a contextualização, o objetivo geral da pesquisa é verificar qual a associação entre o uso de mídias sociais e a alfabetização financeira. Dessa forma, os objetivos específicos são: a) verificar qual é o perfil das pessoas e quantos deles busca informações de alfabetização financeira em mídias sociais e b) verificar quais tópicos de educação financeira são mais procurados pelos respondentes.

Esse trabalho constituído por 5 partes :1) Introdução para instigar o objetivo dessa pesquisa, 2) Referencial para o embasamento dessa pesquisa; 3) Metodologia; 4) Analise de dados; 5) Conclusão do trabalho.

2. REFERENCIAL

O referencial é parte desse trabalho para fundamentar a importância da alfabetização financeira pelo meio mídias sócias. Dessa forma, é preciso fundamentar: Educação Financeira, Mídias sociais e a interseção dos dois temas.

2.1 EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Conforme o site do Banco Central, a definição de Educação Financeira:

“É o processo mediante o qual consumidores e investidores financeiros melhoram a sua compreensão sobre produtos, conceitos e riscos financeiros e, por meio de informação, instrução ou aconselhamento objetivo, desenvolvem as habilidades e a confiança necessárias para se tornarem mais cientes dos riscos e oportunidades financeiras, para fazer escolhas baseadas em informação, saber onde procurar ajuda e realizar outras ações efetivas que melhorem o seu bem-estar financeiro.” (Banco Central, Educação Financeira)

Ou seja, a pessoa terá conhecimento da realidade financeira dela e conhecimentos básicos para lidar com a realidade do país que vive. Isso que todos deveriam saber: aprender a lidar com o dinheiro que recebe, buscar novas fontes de renda caso o que recebe por mês não seja o suficiente para pagas as despesas indispensáveis como despesas de casa, saber usar matemática financeira de juros composto, entender o que é taxa SELIC, taxa CDI, saber o que é inflação, saber fazer escolhas tanto nos gastos ou despesas quanto nos investimentos correspondendo seus objetivos, entender que dinheiro não traz felicidade mas trará estabilidade a sua vida e permitirá itens e insumos.

Levando em consideração que é importante então a Educação financeira ela deveria ser aplicada no Sistema de Ensino. Contudo, no artigo de Savioa et al. (2007) eles abordam que não existia obrigatoriedade no sistema de ensino a educação financeira. Eles refutam que a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (no 9.384/96) tinham orientações tais como:

“No ensino de matemática, recomenda-se estimular: a capacidade de leitura e interpretação de textos com conteúdo econômico; a habilidade de análise e julgamento dos cálculos de juros nas vendas a prazo; a compreensão do relacionamento entre a matemática e os demais campos de conhecimento, como a economia; a utilização desta para promover ações de defesa dos direitos do consumidor (SAVIOA et al, 2007, p. 1134)

Contudo não havia uma demonstração do MEC na inserção da educação financeira no ensino (Savioa et al. 2007).

Com Decreto Federal 7.397/2010 qual foi renovado pelo Decreto Federal nº 10.393/20, nele fica instituído “nova Estratégia Nacional de Educação Financeira - ENEF, com a finalidade de promover a educação financeira, securitária, previdenciária e fiscal no País”(Brasil, 2020) , qual o objetivo é “contribuir para o fortalecimento da cidadania ao fornecer e apoiar ações que ajudem a população a tomar decisões financeiras mais autônomas e conscientes”.(ENEF, Quem somos). Os autores não presenciaram esse Decreto em seu artigo já que foi implementado em 2011 o ENEF e o artigo é de 2007. Mas é importante saber, pois já existia uma Lei de Diretrizes antes desse novo decreto, qual não foi o suficiente para ajudar na formação de ensino como esses autores demonstram.

De acordo com Lucchese (2019) às iniciativas de educação financeira em escolas públicas propostas pela ENEF em 2013 eram por volta de 30%, contudo em 2018 elas foram para 50%. O que já animador, “já que se trata do ensino básico aplicando conceitos de educação financeira. Além disso, metade das iniciativas mapeadas são da área de educação formal.” (LUCCHERSE,2019, p.15)

Conforme Lucchese (2019) além de existir as medidas de ações governamentais sobre Educação Financeira, também existe

“algumas pessoas contribuem para que este déficit diminua cada vez mais e de maneira barata ou até gratuita. O modelo utilizado por elas promete levar conhecimento financeiro de forma ágil, utilizando as mídias sociais. Neste cenário, vê-se uma grande influência de mídias do YouTube, pertencente a gigante da tecnologia Google.” (LUCCHERSE, 2019, p.15)

Ainda mais que hoje é comum das pessoas usarem a internet para buscar informações, como argumenta Lucchese (2019) é gratuito. E nesse meio de internet se é divulgado muitas informações de alfabetização financeira, meio como: sites de instituições como próprio Banco Central, Youtubes, Blogs e Instagram de *influencers*, e entre outras mídias sócias ou redes sociais, porque não usa-la?

2.2 CONTEXTUALIZANDO MÍDIAS SOCIAIS:

Durante as pesquisas sobre o tema Mídias Sócias palavras como: Web, novas mídias e redes sociais. Dessa para maior compreensão, é abordado esses temas.

Vale primeiro ressaltar o que é Web antes de compreender o que é as mídias sociais. Conforme nas definições descritas por Zenha (2017) Web é veio de World Wide Web, o famoso “www” que aparece no início do link de site, ele foi organizado por gerações quais até agora possuem 2.

O Web 1.0 é o estágio inicial dessa evolução qual a pessoa acessa e só poderiam ver o conteúdo da web, sendo mais expectador e menos interativo (WEB,2010, apud Zenha,2017, p.22)

Já o Web 2.0 Primeiro, de acordo com o site Brasil Escola, em 2003 Tim O´Reilly criou o termo WEB 2.0 qual seria uma nova internet com aproveitamento da inteligência coletiva, o Wikipédia é um dos exemplos mais claros dessa definição, já que ao os usuários podem entrar e agregar informações sobre conteúdo específico. Conforme Zenha (2017) o termo em 2004 foi formalizado por um grupo de pesquisadores para “designar uma segunda geração de comunidades e serviços, tem como conceito a WEB como plataforma, envolve wikis, aplicativos baseados em folksonomia, redes sociais e Tecnologia da Informação” (Zenha, 2017, p.22)

Simplificando, a Vandresenc (2011) ao definir essas gerações resume que “enquanto na Web 1.0, o usuário tinha uma atuação passiva, sendo apenas um expectador, na Web 2.0, ele passa a ser autor, pois interage de forma dinâmica: lê, modifica, cria e recria conteúdo” (VANDRESEN,2011, p.12659)

Já mídia social é novo termo que passou a ser usado em 2005 qual antes era chamado de mídias novas, e é confundido com rede sociais, de acordo com Jacoby e Chiarello (2016)

O artigo de Gallucci e Madeira (2009) apresenta as principais diferenças entre Mídias sociais e Mídias tradicionais, uma delas que vale ressaltar é as principais diferenças é que as mídias tradicionais: a empresa da mídia que controla o conteúdo e o meio não tem interação, já nas mídias sócias qualquer um pode produzir e divulgar o conteúdo e existe interação.

Nesse sentido as mídias sócias participam da ferramenta da geração da Web 2.0, já que é as webs são aonde as mídias sociais são transmitidas. E de acordo com esses conceitos elas interagem o conteúdo com os usuários da informação.

Confirmando sobre a diferenças de mídias sócias, Bastos et al. (2017) afirma que:

“O que difere as mídias sociais das outras tecnologias de informação é a possibilidade do usuário expor conteúdo de forma pública e com isso até criar

laço com outros usuários que tenham interesse em comum o que propicia a disseminação e o compartilhamento de conhecimento.”

Para melhor contextualização Bastos et al (2017) ao evidenciar os conceitos de mídias sócias e redes sociais, também apresentam o Quadro de Hakam et al. (2014) qual categoriza as mídias sociais.

Quadro 1: Categorias das Mídias Sociais:

Categorias	Funções-chave	Exemplos
Rede social	- Reunir os usuários com os outros. - Suportar a comunicação do usuário e a rede.	Facebook, LinkedIn.
Blogs	- Fornecer uma plataforma para um diário on-line e comentários. Suportar conhecimento de histórias e compartilhamento de conhecimento	Blogspot.com, Blog.com
Wi kis	- Copiar e editar conhecimento em um só lugar. - Habilitar a colaboração e compartilhamento de conhecimento.	Wikipedia
Comunicações de conteúdo	- Compartilhar conteúdos entre os membros, não há outros problemas. - Suportar o gerenciamento de conteúdo e compartilhamento de conhecimento.	Youtube, SlideShare
Marcação	- Categorizar e gerenciar conteúdo.	Delicious

Fonte: Hakam et al. (2014) apresentado por Bastos et al,2017.

Nota-se que conforme a Quadro 1 dentro de mídias sócias existem as Rede sociais, Blogs, Wikis, Comunicações de conteúdo e Marcações. Cada uma delas possui funções-chave, valendo ressaltar que Rede social é a união dos usuários para interação, conforme (Bastos et al. 2017).

Ressaltando para por Musso (2006, p.34, apud Zenha, 2017, p.24) a rede social é “uma das formas de representação dos relacionamentos afetivos, interações profissionais dos seres humanos entre si ou entre seus agrupamentos de interesses mútuos.”

3. METODOLOGIA

Para esse trabalho, dentre dos tipos de metodologia, é usado o método estático com coleta de dados através do questionário. O método estático por “fundamentar-se na aplicação da teoria estatística da probabilidade” Gil (2019, p. 17)

Questionário é um instrumento no qual está contido um elenco de perguntas organizadas, que devem ser respondidas por escrito pelo entrevistado, tendo como objetivo adquirir informações sobre o objeto em estudo.

3.1.1 CONSTRUÇÃO DO INSTRUMENTO

O objetivo geral da pesquisa é verificar qual a associação entre o uso de mídias sociais e a alfabetização financeira. A seguir, são apresentadas as etapas para realização da pesquisa, que teve como objeto a aplicação de um questionário virtual.

Para cumprir o objetivo proposto, foi desenvolvido um questionário que está disponível no Apêndice A. Este questionário foi dividido em quatro seções, quais sejam: (1) Perfil Geral; (2) Perfil Digital; (3) Perfil Consumidor e (4) Perfil Investidor.

O Perfil Geral tinha como objetivo captar informações relacionadas à idade, ao gênero, à escolaridade, à escolaridade dos pais, à profissão, à região, ao tipo de moradia, à situação financeira e econômica, ao salário e ao possível recebimento de auxílio emergencial. De uma maneira geral, o objetivo dessa seção era saber quem é essa pessoa sem identifica-la. É formado por 13 perguntas.

Em relação ao Perfil Digital, o objetivo era saber o relacionamento do respondente com a internet e o uso de mídias sociais.

Na seção referente a Perfil Consumidor, o objetivo era saber as características de consumo do respondente, isto é, se o sujeito faz planejamento dos seus gastos e conhece o que mais gasta, se possui cartões de débito ou crédito, dívida e/ou dívida em atraso. Construído por 5 perguntas.

As perguntas relacionadas ao Perfil do investidor têm como objetivo identificar se o respondente possuía investimentos, seu perfil de investimento e nível de conhecimento sobre o tema e quais são as fontes de informação e o tipo de conteúdo que procura. Nessa seção, buscou-se explorar se o respondente segue perfis de digital influencers que tratam da temática de educação financeira.

É importante salientar que, para a construção do questionário, as questões relacionadas ao perfil geral foram extraídas e adaptadas do questionário Sociocultural do CEBRASPE.

As questões 14,16 a 19 da seção do Perfil do Consumidos e 19,22, 23 e 27 a 29 da seção do Perfil do investidor foram baseadas no questionário de Lucchese (2019).

A questão 21 da seção Perfil do investidor foi baseada em um post do Instagram do perfil Papo de Riqueza, que tinha como objetivo identificar em qual fase de educação financeira o respondente estava.

Outras questões foram criadas por meio da colaboração dos membros do Educa o Dinheiro, um projeto de extensão universitária, vinculado à Universidade de Brasília, que tem como objetivo disseminar educação financeira em escolas públicas e privadas do DF e entorno.

Antes de ser aplicado, o questionário passou por um pré-teste. Novamente a equipe do Educa o Dinheiro contribuiu com essa etapa.

3.1.2 DIVULGAÇÃO DO INSTRUMENTO

Após a etapa de pré-teste, o questionário foi distribuído por meio de redes sociais tais como WhatsApp, Instagram e E-mail (por meio da plataforma MailChimp)¹.

Por meio do WhatsApp, o questionário foi enviado para os grupos da faculdade, de amigos e familiares com a possibilidade de encaminhamento e transmissão. No Instagram foi divulgado no perfil da pesquisadora, no do Educa o Dinheiro e no Perfil Contabilidade em Geral, o qual é coadministrado pela orientadora. No MailChimp, o questionário foi divulgado para a lista de e-mail dos alunos, professores e auxiliares administrativos do Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais.

Ao longo do semestre, foram enviadas três campanhas para uma lista de 1206 e-mails. O primeiro envio foi em 18 de março de 2021. O questionário foi enviado para 1206 e-mails. pois foi considerado a orientadora para confirmar o envio da campanha. Dos 1206 e-mails: 1 cancelou a assinatura na lista de e-mails e 5 e-mails foram devolvidos. De uma maneira geral, dos e-mails enviados, 44,21% foram abertos.

A segunda campanha foi realizada em 24 de março de 2021 para 1204 e-mails dos quais 34,83% foram enviados com sucesso e 3,83% dos destinatários acessaram o questionário por meio do link. Na terceira campanha realizada em 29 de março, 1,47% dos destinatários acessaram o link do questionário, sendo o último click dia 16 de abril.

¹ O MailChimp é um site que promove a divulgação da campanha criada por meio de uma lista de e-mails. Na campanha, pode-se colocar um link para a pessoa acessar diretamente. No caso da atual pesquisa, foi o questionário elaborado. Além da divulgação, o MailChimp é uma ferramenta de gestão do engajamento. É possível, por exemplo, obter os números relativos à abertura de e-mails, acesso ao link disponibilizado, etc.

Cabe destacar que foi inserido no questionário uma pergunta relativa aos quatro primeiros números do CPF, como controle, com objetivo de garantir caso uma mesma pessoa respondesse mais de uma vez ele fosse retirado da análise dos resultados.

Nesse sentido, foram obtidas 261 respostas ao questionário.

3.2 ORGANIZAÇÃO DOS DADOS

Após a coleta dos dados, foi necessário trabalhar a forma como os dados estavam tabulados de forma a extrair as informações dos dados obtidos. Além de trabalhar com a tabulação, foi necessário padronizar as respostas, pois foi observado que as perguntas cujas respostas poderiam ser escritas pelo respondente tinham variações por escrever com a primeira letra maiúscula ou minúscula, com acento ou sem acento, masculino ou no feminino, uso ou não de espaçamento, etc., fatores que fazem com que o Excel reconhecesse o mesmo conteúdo como conteúdo diferente. No Apêndice II foram evidenciados outros ajustes necessários para padronização e sumarização dos dados.

4. ANÁLISE DE DADOS

4.1 ANÁLISE DESCRITIVA

4.1.1 PERFIL GERAL

A seguir são apresentados a distribuição dos respondentes quanto a faixa de idade.

Tabela 1: Faixa etária.

Faixa etária	Quantidade de respostas	%
De 14 a 19.	21	8,05%
De 20 a 25.	116	44,44%
De 26 a 31.	40	15,33%
De 32 a 37	21	8,05%
De 38 a 43	11	4,21%
De 44 a 49	14	5,36%
Maior ou igual a 50	38	14,56%

Total **261** **100%**

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

Depreende-se da Tabela 1 que há participação considerável de pessoas com idade entre 20 e 25 anos na amostra, isto é, 44,44% do total dos respondentes. Assim como se buscou informações sobre a idade, também foi perguntado sobre o gênero, conforme evidencia a Tabela 2.

Tabela 2: Gênero

Gênero	Quantidade de respostas	%
Masculino	101	38,70%
Feminino	160	61,30%
Outros	0	0
Total	261	100%

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

Dos respondentes, 38,70% são do gênero masculino e 61,30% do feminino. Não houve participação de outros gêneros. Ao comparar com gêneros, o gênero feminino é que o mais participou dessa amostra, é 1,58 vez maior que o gênero masculino.

A tabela 3 demonstra a distribuição da amostra por grau de escolaridade.

Tabela 3: Nível de escolaridade

Própria Escolaridade	Quantidade de respostas	%
Primeiro grau incompleto	0	0,00%
Primeiro grau completo	3	1,15%
Segundo grau incompleto	4	1,53%
Segundo grau completo	16	6,13%
Graduação incompleta (graduando)	110	42,15%
Graduação incompleta (desistiu depois da metade da graduação)	1	0,38%
Graduação completa	55	21,07%
Pós graduação	60	22,99%

Mestrado	11	4,21%
Doutorado/PHD	1	0,38%
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

Maior parte dos respondentes ainda estão na graduação, o que corresponde 42,15% da amostra. Seguido por respondentes com graduação completa (21,07%) e 22,99% com pós-graduação.

Outra pergunta que foi considerada na pesquisa foi a escolaridade da mãe, que podem ser influencia na educação financeira de casa. A tabela 4 evidencia os resultados obtidos:

Tabela 4: Nível de escolaridade da Mãe

Própria Escolaridade	Quantidade de respostas	%
Analfabeta	5	1,92%
Primeiro grau incompleto	35	13,41%
Primeiro grau completo	22	8,43%
Segundo grau incompleto	11	4,21%
Segundo grau completo	69	26,44%
Graduação incompleta (graduando)	4	1,53%
Graduação incompleta (desistiu depois da metade da graduação)	5	1,92%
Graduação completa	71	27,20%
Pós graduação	32	12,26%
Mestrado	4	1,53%
Doutorado/PHD	1	0,38%
Não sei	2	0,77%
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

Conforme a amostra, a maior porcentagem foi que a mãe possuía graduação completa sendo 27,20% da amostra. Em seguida segundo grau completo com 26,44%, primeiro grau incompleto com 13,41%, e pós graduação com 12,26%.

Da mesma forma que se considerou a escolaridade da mãe, foi considerado a escolaridade do pai para o questionário.

Tabela 5: Nível de escolaridade do pai.

Própria Escolaridade	Quantidade de respostas	%
Analfabeta	2	0,77%
Primeiro grau incompleto	32	12,26%
Primeiro grau completo	20	7,66%
Segundo grau incompleto	11	4,21%
Segundo grau completo	74	28,35%
Graduação incompleta (graduando)	2	0,77%
Graduação incompleta (desistiu depois da metade da graduação)	13	4,98%
Graduação completa	55	21,07%
Pós graduação	28	10,73%
Mestrado	10	3,83%
Doutorado/PHD	5	1,92%
Não sei	9	3,45%
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Das 261 pessoas, 28,35% das pessoas possuem pai com segundo grau completo, sendo essa a maior porcentagem, a segunda 21,07% possuem pai com graduação completa e a terceira 12,26% primeiro grau incompleto.

Em seguida, foi perguntado a profissão da pessoa, como resposta foi colocado 16 profissões e mais a opção outros, na qual a pessoa poderia acrescentar mais alguma que não estava contemplada na listagem.

Nos Apêndices 3 está evidenciado as profissões dos respondentes. A tabela 6 é a contagem pela quantidade de profissões.

Tabela 6: Frequência de quantidade de profissão que a pessoa possui.

Respondentes	Frequência	%
Somente uma profissão	233	89,27%
Somente 2 profissões	25	9,58%
Somente 3 profissões	3	1,15%
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

De acordo com amostra, a 89,27% possuem 1 profissão, 9,58% possuem 2 profissões e 1,15% possuem 3 profissões. Conforme os apêndice a maioria é Estudante.

No apêndice B que são os respondentes de 1 profissão foi observado: 33,33% dos 261 respondentes são estudantes, 7,66% contadores e 7,28 % atuam na área de estética e de saúde, 6,13% no setor público e 4,21% administradores.

No apêndice C que possuem 2 profissões: 1,53% do total da são estudante e desempregado; o restante das pessoas que possuem 2 profissões é dispersado contendo 1 respondente em 13 conjuntos diferentes, o que representa 0,38% cada uma; e 2 respondentes em 4 conjuntos diferentes corresponde 0,77% de cada.

No apêndice D que possuem 3 profissões foi observado são 3 pessoas e 3 conjuntos de profissões diferente, mas existe uma interseção entre elas: 2 são contadores e os 3 são estudantes. A soma dos 3 representa 1,15% da amostra.

O questionário não possuía um público-alvo específico. A Tabela 7 evidencia a localização dos respondentes.

Tabela 7: Região

Região	Quantidade de respostas	%
Região Norte.	3	1,15%
Região Sul.	3	1,15%
Região Centro-Oeste.	235	90,04%
Região Sudeste.	12	4,60%
Região Nordeste.	8	3,07%
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

Da amostra, 90,04% das pessoas moram na Região Centro-Oeste. A pesquisa alcançou todas as regiões do país, no entanto, em virtude de a autora residir no Centro-

Oeste e a base de e-mails disparados contemplar pessoas do Distrito Federal, os respondentes estão concentrados no DF.

A tabela 8 evidencia a distribuição das respostas por tipo de moradia.

Tabela 8: Tipo de moradia

Tipo de moradia	Quantidade de respostas	%
Alugada.	63	24,14%
Cedida por necessidade.	11	4,21%
Herdada.	4	1,53%
Funcional.	5	1,92%
Própria, em aquisição.	50	19,16%
Própria, quitada.	128	49,04%
Total	261	24,14%

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Assim, a maior parte das pessoas da amostra com 49,04% possuem casa própria quitada, em seguida 24,14% vivem numa moradia alugada e 19,16% possuem casa própria em quitação.

A tabela 9 evidencia a situação econômico-financeira dos integrantes da família do respondente.

Tabela 9: Situação econômica/ financeira

Situação econômica/financeira	Quantidade de respostas	%
Sou independente, sem vínculo econômico com a família.	52	19,92%
A maioria dos membros da família não trabalha.	41	15,71%
Há igual número de membros da família trabalhadores e não trabalhadores.	48	18,39%

A maioria dos membros da família trabalha.	120	45,98%
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

Dos respondentes, 45,98% declararam que a maioria dos membros da família trabalha; 19,92% se declararam independentes e sem vínculo econômico com a família e 15,71% declarou que a maioria dos membros da família não trabalha.

A tabela 10 evidencia a distribuição de renda mensal dos respondentes.

Tabela 10: Renda mensal

Renda mensal	Quantidade de respostas	%
Até R\$ 250,00.	1	0,38%
De R\$ 250,01 até R\$ 500,00.	2	0,77%
De R\$ 500,01 até R\$ 750,00.	2	0,77%
De R\$ 750,01 até R\$ 1.500,00.	24	9,20%
De R\$ 1.500,01 até R\$ 2.500,00.	28	10,73%
De R\$ 2.500,01 até R\$ 3.500,00.	26	9,96%
De R\$ 3.500,01 até R\$ 5.000,00.	31	11,88%
De R\$ 5.000,01 até R\$ 10.000,00.	77	29,50%
Acima de R\$ 10.000,00	70	26,82%
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

Conforme a Tabela 10, 29,50% das pessoas que responderam o questionário recebem de R\$ 5.000,01 até R\$ 10.000,00; 26,82% acima de R\$ 10.000,00; 11,88% de R\$ 3.500,01 até R\$ 5.000,00. Ainda em relação a renda disponível para a família dos respondentes, o questionário abordou se entre os respondentes o recebimento de auxílio emergencial dado pelo Governo Federal em virtude da pandemia da COVID 19.

Tabela 11: Auxílio Emergencial

Você ou alguém de casa adquiriu o auxílio	Quantidade de respostas	%
Sim	56	21,46%

Não	205	78,54%
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

De acordo com as respostas, 21,46% responderam que sim, e 78,54% responderam que não receberam o auxílio emergencial.

4.1.2 PERFIL DIGITAL

Como o objetivo geral da pesquisa é verificar qual a associação entre o uso de mídias sociais e a alfabetização financeira, essencial para cumprir esse objetivo é identificar o perfil digital dos respondentes. As respostas obtidas estão evidenciadas na tabela 12.

Tabela 12: Acesso à internet

Acesso à internet	Quantidade de respostas	%
Sim	261	100%
Não	0	-
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

De acordo com a amostra todos possuem acesso à internet ou em casa ou do celular, então para essa amostra é possível usar as mídias sociais para se alfabetizar com conteúdos de finanças pessoais.

4.1.3 PERFIL DO CONSUMIDOR

A tabela 13 evidencia os resultados obtidos em relação a elaboração do Planejamento Financeiro.

Tabela 13: Planejamento Financeiro

Faz planejamento financeiro	Quantidade de respostas	%
Sim	178	68,20%
Não	83	31,80%
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

Conforme a amostra, 68,20% responderam que sim e 31,80% responderam que não. Os resultados revelaram então que mais de 50% das pessoas fazem um planejamento financeiro.

Na tabela 14 é apresentado o resultado obtido para a questão relativa a tipo de despesa. A ideia da questão é o que o respondente ordene dos gastos que mais impactam até aqueles que menos impactam seu orçamento.

As categorias e suas descrições são:

1. Despesa Doméstica (Alimentação diária -consumo em casa, ou para levar para escola, faculdade, trabalho-, Produtos de limpeza, Produtos de higiene);
2. Despesa com Saúde (Clínicas, Plano de saúde, Remédio...);
3. Despesa com Lazer (Alimentação especial, Comemorações com amigos, Viagens, Passeios, Uber ou outros transportes para saídas, Passagem de avião, Cinema, Serviço de streamings –Netflix, Prime Vídeo , Disney Plus- , TV a cabo, clubes, Presente para amigos e familiares, Ifood, Uber Eats);
4. Despesa com Financiamento ou empréstimo;
5. Despesa com Serviços de casa (Luz, Água, Internet, Condomínio, Aluguel);
6. Despesas Pessoais (Salão de beleza, Barbeiro, Clínicas de estética, Produtos para beleza, Academia, Alimentação especial para treino, Roupas pessoais, Acessórios pessoais...);
7. Despesa com Transporte, principalmente para ir a trabalho (Uber, Gasolina, Manutenção do transporte, Ônibus,);

A próxima tabela representará quantidade de respostas diferentes separados por quantidade de respondentes.

Tabela 14: Agrupamento de respostas diferentes de ordem de 7 despesas mais onerosas

Respondente dentro do grupo	Quantidade de respostas diferentes	Frequência de resposta
1	169	169
2	30	60
3	6	18

4	2	8
6	1	6
Total	208	261

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

De acordo com a amostra, tiveram 208 respostas diferentes. O objetivo dessa análise é observar se existe um padrão de respostas, o que pode se concluir que não, pois a quantidade de respostas diferentes é grande comparada com a quantidade total. Para melhor entendimento é como se em uma sala de aula houvesse 261 alunos e se deseja formar grupos de pessoas que contém a mesma resposta como essa questão 15 sobre ordenar as 7 despesas. Como a ordem importa, na amostra houveram 208 permutações diferente, ou seja, de acordo com a tabela seria assim, existem: 169 alunos que ficaram sozinhos, 60 alunos foram 30 duplas, 18 alunos foram trios, 8 alunos foram grupos com 4 pessoas e 6 alunos foram 1 grupo. Ou seja, não existe um padrão os respondentes são dispersos.

Como não existe um padrão que forme mais grupos do que pessoas isoladas, foi considerado saber se então há distinção se considerar 6 primeiras despesas mais onerosa e decrescendo até a primeira, assim descobrir, se ao retirar as menos onerosas vão existir mais grupos semelhantes.

Tabela 15: Quantidade de respostas diferentes por quantidade de despesas mais onerosas ordenadas.

As despesas mais onerosas:	Quantidade de grupos de resultado diferente
7	208
6	208
5	189
4	142
3	79
2	34
1	7

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

De acordo com a amostra, quando considera as 6 mais onerosas ainda permanece 208 respostas distintas, quando se considera as 2 primeiras mais onerosas os grupos diminuem para 34 respostas distintas.

A tabela 16 demonstra a porcentagem das respostas considerando cada uma das despesas seguindo a ordem de mais oneroso até o menos oneroso. O Objetivo dessa análise é saber o padrão de consumo dos respondentes, o que eles mais gastam?

Tabela 16: Percentual das ordenada das despesas

Ordem de despesa mais onerosa								
Despesa:	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	Total
Doméstica	54%	24%	10%	8%	5%	0%	0%	100%
Com Saúde	14%	20%	15%	14%	10%	14%	13%	100%
Com Lazer	11%	7%	18%	18%	21%	15%	8%	100%
Financiament o	8%	15%	18%	18%	18%	18%	4%	100%
Serviços	5%	7%	5%	3%	6%	16%	58%	100%
Pessoais	5%	15%	15%	18%	16%	20%	11%	100%
Transporte	3%	12%	19%	21%	24%	16%	5%	100%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

Conforme, a tabela 16 os respondentes ordenaram a Despesa Domestica como 1° mais gastam correspondendo 54% da amostra, essa despesa também foi considerada em 2° com 24%; a despesas com transporte está em 3° , 4° e 5° lugar, correspondendo a 19%, 21% e 24% respectivamente, em 6° com 20% as despesas Pessoais e em 7° a despesa com Serviço com 58%. Nota-se que ninguém marcou a Despesa Domestica como a 6° e 7° mais onerosa.

Na tabela 17 é apresentado o resultado obtido sobre a utilização de cartões de crédito e débito:

Tabela 17: Cartão

Cartão	Quantidade de respostas	Em porcentagem
Débito	38	14,56%
Crédito	9	3,45%
Débito e Crédito	209	80,08%
Não se aplica, não possui de cartão crédito e débito	5	1,92%

Total	261	100,00%
--------------	------------	----------------

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Conforme as respostas, 80,08% possuem cartão de crédito e de débito, 14,56% possuem somente de débito, 3,45% somente de crédito e 5% não possuem cartão de débito e crédito.

Próxima pergunta realizada foi a Questão 18, se o respondente ou sua família possui alguma dívida. Nessa questão a pessoa poderia marcar mais de uma opção, dessa forma, primeiro deve observar quantos tipos de dividas esses respondentes possuem.

Tabela 18: Quantidade de dividas

Quantidade de dividas (A)	Respondentes (B)	Quantidade de respostas (AxB)	%
Nenhuma	86	86*	33%
1	107	107	41%
2	49	98	19%
3	13	39	5%
4	4	16	2%
5	2	10	1%
Total	261	-	100%

Fonte: Elaborado pela autora, 2021. (*) foi considerado na multiplicação como 1, para saber quantidade de respostas.

Da amostra, foi observado que 33% não possuem nenhuma dívida, 41% possuem 1 tipo de dívida, 19% possuem 2 dividas; 5% possuem 3 dividas; 2% possuem 4 tipos de dividas e 1% possuem 5. A maioria ou não tem dívida ou tem pelo menos 1 dívida correspondendo 74%, não sendo comprometida com diversas dividas.

Sabendo da quantidade, falta observar quais são as dívidas que os respondentes possuem.

Tabela 19: Tipos de dividas que o respondentes possuem

Tipo de dividas	Quantidade de respostas	%
1. Banco: empréstimo e financiamento;	135	52%

2. Não se aplica, pois não possuo nenhuma dívida;	86	33%
3. Cartão em geral	42	16%
4. Governo: IR, INSS e outros;	39	15%
5. Parente e/ou amigos;	30	11%
6. Hospital ou clinica ou plano de saúde;	21	8%
7. Despesas mensais;	3	1%

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

De acordo com a amostra, os 261 respondentes, 52% possuem dívida com Banco, 33% não se aplica, pois não possui dívida; 16% possuem dívida com Cartão em geral, sendo esse último cartões de lojas e cartões de banco.

Após a análise da utilização de cartão de crédito ou débito foi questionado ao respondente se ele possui dívidas em atraso. O resultado está evidenciado na tabela 20.

Tabela 20: Dívidas

Dívidas	Quantidade de respostas	Em porcentagem
Sim	44	16,86%
Não	141	54,02%
Não se aplica, pois não possuo nenhuma dívida	76	29,12%
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Conforme das opções da questão anterior 54,02% marcaram que não possuem dívida em atraso, 16,86% marcaram possuem dívidas em atraso e 29,12% não se aplica. Esse resultado pode ser explicado pelo fato de a amostra ser composta por maioria de estudantes, que geralmente não tem acesso a grandes limites de crédito no mercado em virtude de ainda não ter renda declarada ou fixa.

4.1.4 PERFIL DO INVESTIDOR E CONTEUDO DAS MÍDIAS SOCIAIS.

Nesta seção, o objetivo é verificar o Perfil do Investidor e o uso de mídias sociais como fonte de informação para Educação Financeira. Dos respondentes, 60,15% investem e 39,85% não investem.

Para os investidores, foi perguntando qual perfil de investidores eles se consideram. Dentre as opções elencadas, tem-se: conservador, moderado, arrojado, agressivo e “não sei”, para aqueles que não sabiam se caracterizar. A tabela 21 demonstra os resultados encontrados:

Tabela 21: Perfil do investidor

Perfil do investidor	Quantidade de respostas	Em porcentagem
Conservador (Prefere que a maioria ou o total de seus investimentos seja de baixo risco, aceitando para isso um retorno menor.)	87	33,33%
Moderado (Aceita um pouco de risco nos investimentos, mas tem boa parte da carteira composta por produtos de baixo risco)	80	30,65%
Arrojado (Tem mais investimentos de alto risco do que de baixo risco, e aceita correr esse risco com o objetivo de possibilitar maior retorno.)	22	8,43%
Agressivo (Tem basicamente	7	2,68%

investimentos de alto risco.)		
Não sei	65	24,90%
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

A tabela 22 evidencia os resultados relativos a como o respondente considera sua vida financeira atualmente, ou seja, em que fase da vida financeira eles se encontra atualmente.

Tabela 22: Fase financeira

Fase financeira	Quantidade de respostas	Em porcentagem
Fase 1: Vida financeira desorganizada, com muitas dívidas	11	4,21%
Fase 2: Começando a organizar minha vida financeira, dívidas controladas.	94	36,02%
Fase 3: Despesa e dívida sob controle, construindo minha reserva de emergência.	102	39,08%
Fase 4: Investindo mensalmente em meus objetivos e construindo novas fontes de renda.	47	18,01%
Fase 5: Liberdade financeira, com diversas fontes de renda e vivendo de renda passiva.	7	2,68%
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

A maioria dos respondentes declaram estar nas fases 2 e 3 da vida financeira: ou seja, começando organizar a vida financeira ou conseguindo construir uma reserva de emergência.

Em relação ao nível de conhecimento em Finanças Pessoais, quase 70% consideram que possuem conhecimento fraco ou razoável sobre o tema conforme a tabela 23.

Tabela 23: Nível de conhecimento

Nível de conhecimento	Quantidade de respostas	Em porcentagem
Péssimo	8	3,07%
Fraco	63	24,14%
Razoável	118	45,21%
Alto	58	22,22%
Excelente	1	0,38%
Não Sei	13	4,98%
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

A questão 23 busca saber quais são os meios que as pessoas usam para buscar informações.

Tabela 24: Meios para buscar conhecimentos de Finanças Pessoais

Tipo de dividas	Quantidade de respostas	%
1. Falando com pessoas que possuem experiência;	136	52,11%
2. Youtube;	131	50,19%
3. Internet em geral;	104	39,85%
4. Livros;	74	28,35%
5. Instagram;	73	27,97%
6. Universidade;	56	21,46%
7. Podcasts;	40	15,33%
8. Blogs;	33	12,64%

9. Não busco adquirir conhecimento neste tema;	27	10,34%
10. Cursos pagos;	27	10,34%
11. Telegram;	18	6,90%
12. Whatsapp;	14	5,36%
13. LinkedIn;	11	4,21%
14. Não busco, pois tenho alguém que gerencia por mim;	7	2,68%
15. Facebook;	4	1,53%
16. Apps,	2	0,77%
17. Wattpad;	1	0,38%

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

De acordo com as respostas obtidas, as três principais fontes de informação e conteúdo mais utilizado pelos respondentes são (1) Pessoas com experiência, (2) Youtube e (3) Internet em Geral.

Considerando o percentual de cada especificidade do grupo Mídias Sociais: 50,19% das pessoas usam Youtube, 27,97% Instagram, 15,33% Podcasts, 12,64% Blogs, 6,90% Telegram, 5,36% Whatsapp, 4,21% LinkedIn, 1,53% Facebook, e 0,38% Wattpad.

Ao serem questionados sobre as fontes de informação financeira, sobretudo, sobre a busca de educação financeira em mídias sociais verificou-se que mais da metade dos respondentes utilizam as mídias sociais para se informarem (ver tabela 25).

Tabela 25: Busca mais informações nas Mídias sociais que em outros meios

Busca de informações	Quantidade de respostas	Em porcentagem
Sim	147	56,32%
Não	88	33,72%
Não se aplica	26	9,96%
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Em seguida, depois de saber os meios e se busca mais informações nas Mídias Sociais, a questão 25 busca é para saber quais são conteúdos que os respondentes buscam nas Mídias Sociais.

Tabela 26: Quantas respondentes buscam os conteúdos de finanças

Conteúdo	Quantas pessoas busca	%
Como realizar um Financiamento;	21	8,0%
Formas de ganhar receita por investimento financeiros (renda fixa, renda variável,);	144	55,2%
Formas de ganhar receita sem ser por investimentos financeiro;	39	14,9%
Formas de obter desconto ou comprar mais barato;	64	24,5%
Formas de pagar menos tributos;	18	6,9%
Formas de sair do Financiamento ou outras dividas;	16	6,1%
Não se aplica, nunca busquei;	62	23,8%
Planejamento de receitas e despesas (ou gastos e ganhos);	105	40,2%

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

De acordo com a amostra 55,2% busca conteúdo de ganhar receita por investimento financeiros (renda fixa, renda variável,) e 40,2% busca conteúdo de planejamento de receitas e despesas. O que é a base da educação financeira saber planejar e saber investir ainda mais ativos financeiros.

Mais da metade dos respondentes utilizam mídias sociais para obtenção de conhecimento sobre educação financeira, no entanto a frequência com que fazem isso não é unânime entre eles, conforme demonstra os resultados da tabela 27.

Tabela 27: Frequência de busca

Frequência de busca	Quantidade de respostas	Em porcentagem
Diariamente	22	8,43%
Semanalmente	48	18,39%
Mensalmente	71	27,20%
Semestralmente	61	23,37%
Anualmente	59	22,61%
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

A questão 27 se trata de quais dos Perfis ou *Digital Influencers* que desenvolvem conteúdo sobre Educação Financeira que o respondente pesquisou ou segue. Na questão foram listados 16 (dezesseis) perfis mais a opção outro, na qual o respondente pode adicionar, caso não seja um dos 16.

Além disso, ao responder a questão era possível que respondente marcasse mais de uma opção. Dessa forma, foi criada essa tabela 28 para descrever quantos respondentes seguem ou pesquisaram o Perfil ou Digital influencer, além disso, quais são caso esteja fora da lista propostas.

Tabela 28: Perfis ou digital influencer seu o respondente segue ou pesquisou

Perfis ou Digital influencer ou outras respostas: (a)	Quantidade de (a)	Marcação por perfil de	% (b/261%)	Quantidade de resposta: (a*b)
4blue; Amanda Dias Grana Preta; André Morais; Bastter; Bilhão News; Bruno Perini; Cartões de Crédito Alta Renda; Com minha filha; Coringa econômico; Daniel Nigri - Dica de Hoje; Economirna; Eduardo Amuri; Fabio Holder; Fundamentei; GL Flix; Glivan Bueno; Nubank; Isto é dinheiro; Lai Santiago; Pablo Spyer; Planejamento;	25		0,38%	25

Rodrigo Cohen; Seabra; TC School;				
xpeed;				
Arthur Dantas Lemos; Felipe Pontes;	1		0,77%	2
Lucro FC; Moisés Cunha Finanças;				
Yubb;		2		
André Bona; Eduardo Guimarães;	2	3	1,15%	6
Dinheiro Com Você;	1	4	1,53%	4
Papo de riqueza;	1	5	1,92%	5
Luiz Fernando Roxo; Rafael Bevilacqua;	3		2,30%	18
Você Mais Rico;		6		
Eduardo Moreira; Investidor Sardinha;	2	8	3,07%	16
Pit Money;	1	12	4,60%	12
Canal do Holder;	1	13	4,98%	13
Economista Sincero;	1	16	6,13%	16
Favelado Investidor;	1	22	8,43%	22
Jovens de Negócio;	1	23	8,81%	23
Gustavo Cerbasi;	1	34	13,03%	34
Tiago Reis;	1	37	14,18%	37
Nath Finanças;	1	43	16,48%	43
Me poupe - Nathalia Arcuri;	1	86	32,95%	86
Primo Rico;	1	103	39,46%	103
Nenhum desses	1	2	0,77%	2
Eu não busco, mas já vi	1	1	0,38%	1
Não se aplica por usar outros meios sem	1		14,56%	38
ser influencer digital;		38		
Não se aplica, pois não pesquiso;	1	57	21,84%	57
Total	49	-	-	563

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Entre as respostas obtidas, 45 perfis ou digital influencer foram citados. No total, foram obtidas 563 indicações.

É importante salientar que 21,84% dos respondentes marcaram “não se aplica por não pesquisar”, 0,77% desconheciam os perfis listados na pesquisa, 0,38% não buscam informações nesses perfis, mas alegaram conhecê-los e 14,56% utilizam outros meios para obter informação.

Os perfis mais indicados pelos respondentes foram: Primo Rico, do *influencer* Thiago Nigro e o Me poupe, da *influencer* Nathalia Arcuri, correspondendo

respectivamente 39,46% e 32,95%. Em terceiro, o perfil mais indicado foi o da influencer Nath Finanças com 16,48% da amostra e o quinto Gustavo Cerbasi com 13,03%.

A tabela 28 apresentou um *ranking* dos perfis de educação financeira mais indicados pelos respondentes: 1º - Primo Rico, 2º - Me Poupe e 3º Nath Finanças. O quarto lugar mais indicado seria outro meio de informação que não um *influencer* ou um perfil. Ao serem questionados se acreditavam nas informações veiculadas por esses influencers, foram obtidas as seguintes respostas da tabela 29:

Tabela 29: Informações dos *influencers* ajudam?

As informações ajudam?	Quantidade de respostas	Em porcentagem
Sim	188	72,03%
Não	30	11,49%
Não se aplica	43	16,48%
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Assim 72,03% da amostra consideram que sim, 11,49% considera que não e 16,48% não se aplica. Adicionalmente, foi perguntado na questão 29 se os respondentes conhecem os investimentos listados.

Tabela 30: Tipo de investimentos conhecidos

Tipos de investimento	Quantidade de respostas	%
Ações;	79	30,27%
CDB e LC;	165	63,22%
COE;	5	1,92%
CRI e CRA;	10	3,83%
Criptomoedas;	56	21,46%
Debêntures;	28	10,73%
ETF;	12	4,60%
Fundos de Índices;	13	4,98%
Fundos de investimento;	81	31,03%
Fundos Imobiliários;	70	26,82%
LCI e LCA;	35	13,41%

LF;	6	2,30%
Poupança;	240	91,95%
Tesouro Direto;	197	75,48%
Não conheço nenhum dos citado;	1	0,38%

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

De acordo com a amostra, os 3 mais conhecidos são: Poupança com 91,95% dos respondentes, Tesouro Direto com 75,48% e CDB e LC com 63,22%. E somente 1respondente representando 0,38% não conhece nenhum dos investimentos.

A pergunta seguinte é saber qual investimento pessoa costuma investir caso ela investe.

Tabela 31: Onde o respondente costuma investir

Grupo de investimento	Quantidade de marcações	%
Invisto meu dinheiro na minha empresa/negocio;	26	10%
Realizo empréstimo (com juros) para terceiros;	6	2%
Renda Fixa – Apenas Poupança;	80	31%
Renda Fixa – Outros (Ex.: Títulos Públicos, CDB, LCI, LCA);	101	39%
Renda Variável (Ex.: Fundos Imobiliários, Ações);	92	35%
Não invisto meu dinheiro;	68	26%

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

Conforme a tabela, 39% investe em Renda fixa sem ser a poupança, 35% em Renda variável; 31% em poupança e 26% não investem.

Essa pergunta buscou saber se realmente as pessoas que estudaram para obter uma mudança financeira melhor estão tendo efeito.

Tabela 32: Mudança financeira nesse tempo de aprendizagem

Mudança financeira nesse tempo de aprendizagem	Quantidade de respostas	%
Sim	177	67,82%
Não	19	7,28%
Não sei, dizer	42	16,09%
Não se aplica, pois não busquei aprender sobre o assunto	23	8,81%
Total	261	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Assim 67,82% da amostra responderam que sim, 7,28% responderam que não, 16,09% não sabe dizer se houve alguma mudança e 8,81% não se aplica, pois não buscou aprender sobre o assunto.

5. CONCLUSÃO

Esse trabalho buscou realizar uma análise exploratória da relação entre Educação Financeira e a utilização das Mídias sociais. A educação financeira é importante para propiciar uma boa relação com o dinheiro e facilitar a tomada de decisão financeira.

Considerando que as mídias sociais são um novo instrumento de comunicação e fonte de informação e conhecimento, buscou-se verificar a sua utilização no âmbito da educação financeira.

Os resultados demonstraram que, de uma maneira geral, os respondentes utilizam os conteúdos divulgados pelos *influencers* como fonte de informação e conhecimento em decisões financeiras. Adicionalmente, foi possível mapear os perfis em mídias sociais mais buscados pelos respondentes para buscar informações. Assim, a pesquisa contribui, de forma ainda exploratória, para o debate sobre educação financeira no país e as formas de ampliação ao seu acesso.

No entanto, alguns fatores limitam a generalização dos resultados obtidos: (a) o fato de não ter usado uma amostra probabilística e estratificada para aplicação do questionário. (b) o fato de não ter sido utilizadas técnicas estatísticas para dados qualitativos com o objetivo de verificar se as associações sugeridas são estatisticamente significantes, considerando as frequências observadas e as esperadas (aleatórias) e (c) o fato de não ter sido realizada uma análise técnica do conteúdo divulgado nessas mídias sociais.

Para futuras pesquisas, sugere-se ampliação da amostra e utilização de ferramentas mais robustas para assim obter-se contribuições mais robustas para literatura de Educação Financeira.

REFERENCIAS

BASTOS, Lia Caetano; CLEMENTI, Juliana Augusto; SÁ FREIRE, Patricia de; SANTOS, Fernanda dos. Mídias sociais e Redes sociais: Conceito e Características. Anais do Seminário Universidades Corporativas e Escolas de Governo, - Anais do I SUCEG -, v. 1 n. 1, p.455- 466, Florianópolis-SC: 07 e 08/12/2017. Disponível em <<https://anais.suceg.ufsc.br/index.php/suceg/article/view/80>>

Cidadania Financeira. Banco Central, 2021. Disponível em <<https://www.bcb.gov.br/cidadaniafinanceira>> Acesso em: 24 de abril de 2021.

ENEF. Mapeamento de iniciativas de Educação financeira. 2018. Disponível em: <http://www.vidaedinheiro.gov.br/wp-content/uploads/2018/05/Mapeamento_2018.pdf>. Acesso em 09 de maio de 2021.

DANTAS, Tiago. "Web 2.0"; Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/informatica/web-20.htm>. Acesso em 08 de maio de 2021.

GALLUCCI, Laura; MADEIRA, Carolina Gaspar, Madira. Mídias Sociais, Redes Sociais e sua Importância para as Empresas no Início do Século XXI. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009 Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1163-1.pdf>> Acesso em 08 de maio de 2021.>

GIL, Antonio Carlo. Métodos e técnicas de pesquisa social / Antonio Carlos Gil. - 7. ed. - São Paulo : Atlas, 2019.

GOTTARDO, Maria Ângela. Mídias sociais x comportamento de consumo: análise das gerações y e z, acadêmicos ingressantes e egressos dos cursos de graduação 71 da unochapecó. 2011. 105f. Monografia do Curso de Comunicação Social – Universidade da Região de Chapecó – UNOCHAPECÓ.

HAKAM, Yahya et al. A review of factors affecting the sharing of knowledge in social media. *Sci.int*, [s.l.], v. 26, n. 2, p.679-688, 2014.

JACOBY, Keli; CHIARELLO, Ana Paula Rohrbek. EDUCAÇÃO FINANCEIRA E AS MÍDIAS SOCIAIS. *Revista Tecnológica / ISSN 2358-9221*, [S.l.], v. 4, n. 1, p. 86 - 105, may 2016. ISSN 2358-9221. Disponível em: <<https://uceff.edu.br/revista/index.php/revista/article/view/131>>. Acesso em: 08 may 2021.

LUCCHESI, Lucas Carneiro. A influencia das mídias digitais no interesse e conhecimento em finanças pessoais. (2019) Disponível em : <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/197411>>

MODERNELL, Álvaro. Por que educação financeira para crianças? 2012.

RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

QUEM SOMOS, ENAF, 2021. Disponível em: “<https://www.vidaedinheiro.gov.br/quemsomos/>” Acesso em 09 de maio de 2021

SAVOIA, José Roberto Ferreira; SAITO, André Taue; SANTANA, Flávia de Angelis. Paradigmas da educação financeira no Brasil. *Rev. Adm. Pública*, Rio de Janeiro , v. 41, n. 6, p. 1121-1141, Dec. 2007 . Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122007000600006&lng=en&nrm=iso>. access on 08 May 2021. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122007000600006>.

VANDRESEN, Ana Sueli Ribeiro. WEB 2.0 E EDUCAÇÃO – USOS E POSSIBILIDADES. X Congrso Nacional de EDUCAÇÃO - Educere - I Seminario internacional de representações sociais, subjetividade e educação - SIRSSE. Pontificia Universidade do Parana , Curitiba, 7 a 10 de novembro de 2011.

WEB 1.0. Wikipedia. <Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/Web_2.0>:. Acesso em:08 de maio de 2021.

ZENHA, Luciana. Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam? Caderno de Educação Caderno de Educação Caderno de Educação , ano 20, n. 49, v.1, 2017/2018 - p. 19 a 42

APÊNDICE A – FORMULÁRIO DO FORMS.



Educação Financeira e Mídias Sociais

Olá, pessoal! Meu nome é Bárbara Pereira Pinori, sou estudante de Ciências Contábeis na Universidade de Brasília (UnB). Estou realizando uma pesquisa sobre Educação Financeira e Mídias Sociais, com apoio da também estudante de Ciências Contábeis da UnB, Larissa Abrantes de Lima, sob orientação da professora Ludmila de Melo Souza. A pesquisa busca identificar a relação entre Educação Financeira e Mídias Sociais. O questionário é dividido em 4 partes, com o total de 31 perguntas. Assim, o tempo médio para respondê-lo é de 8 minutos.

Para contato, esse é meu e-mail institucional: 160113580@aluno.unb.br
{<mailto:160113580@aluno.unb.br>}

Seção 1: Perfil: Idade, escolaridade, profissão e região.

1. Quais são os quatro primeiros números do seu CPF?

2. Qual é sua idade?

- De 14 a 19.
- De 20 a 25.
- De 26 a 31.
- De 32 a 37
- De 38 a 43

- De44 a49
- maior ou igual a 50

3.Qual é seu gênero?

- Masculino
- Feminino
- Outro

4.Qual é seu nível de escolaridade?

- Primeiro grau incompleto
- Primeiro grau completo
- Segundo grau incompleto
- Segundo grau completo
- Graduação incompleta (graduando)
- Graduação incompleta (desistiu depois da metade da graduação)
- Graduação completa
- Pós graduação
- Mestrado
- Doutorado/PH D

5.Qual é o nível de escolaridade da sua mãe? (Ou caso não se aplica, considere da sua responsável)

- Analfabeta
- Primeiro grau incompleto
- Primeiro grau completo
- Segundo grau incompleto
- Segundo grau completo
- Graduação incompleta (graduando)
- Graduação incompleta (desistiu depois da metade da graduação)
- Graduação completa
- Pós graduação
- Mestrado
- Doutorado/PH D

Não sei

6.Qual é o nível de escolaridade do seu pai? (ou caso não se aplica, considere do seu responsável)

Analfabeta

Primeiro grau incompleto

Primeiro grau completo

Segundo grau incompleto

Segundo grau completo

Graduação incompleta (graduando)

Graduação incompleta (desistiu depois da metade da graduação)

Graduação completa

Pós graduação

Mestrado

Doutorado/PH D

Não sei

7.Qual é sua profissão?

Estudante

Administrador

Advogado

Bombeiro

Contador

Economista

Engenheiro

Enfermeiro

Fisioterapeuta

Jornalista

Médico

Policial

Profissional liberal

Psicólogo

Professor

Veterinário

- Desempregado
- Outra: _____

8. Qual região você mora?

- Região Norte.
- Região Sul.
- Região Centro-Oeste.
- Região Sudeste.
- Região Nordeste.

9. Qual é o tipo da sua moradia?

- Alugada.
- Cedida por necessidade.
- Herdada.
- Funcional.
- Própria, em aquisição.
- Própria, quitada.

10. Assinale o item que melhor representa sua situação econômica/financeira atual

- Sou independente, sem vínculo econômico com a família.
- A maioria dos membros da família não trabalha.
- Há igual número de membros da família trabalhadores e não trabalhadores.
- A maioria dos membros da família trabalha.

11. De acordo com questão anterior (que representa melhor sua situação anterior) qual é renda mensal?

- Até R\$ 250,00.
- De R\$ 250,01 até R\$ 500,00.
- De R\$ 500,01 até R\$ 750,00.
- De R\$ 750,01 até R\$ 1.500,00.
- De R\$ 1.500,01 até R\$ 2.500,00.
- De R\$ 2.500,01 até R\$ 3.500,00.
- De R\$ 3.500,01 até R\$ 5.000,00.
- De R\$ 5.000,01 até R\$ 10.000,00.

Acima de R\$ 10,000,00

12. Na sua casa, você ou alguém recebeu auxílio emergencial:

Sim

Não

Seção 2: Acesso à internet

13. Possui acesso à internet em casa ou no celular?

Sim

Não

Seção 3 : Perfil Consumidor

14. Você faz um planejamento financeiro (anota as despesas, receitas, ganhos, planeja quanto pode gastar em lazer, em despesa doméstica...)?

Sim

Não

15. Ordene em ordem decrescente, as suas despesas anuais*, sendo o primeiro o que você mais gasta e o último o que você menos gasta. Como responder: basta apertar "na despesa" e arrastar na ordem que corresponde o seu maior gasto (1) até o menor gasto (7).

Despesa Doméstica (Alimentação diária -consumo em casa, ou para levar para escola, faculdade, trabalho-, Produtos de limpeza, Produtos de higiene)

Despesas Pessoais (Salão de beleza, Barbeiro, Clínicas de estética, Produtos para beleza, Academia, Alimentação especial para treino, Roupas pessoais, Acessórios pessoais...)

Despesa com Saúde (Clínicas, Plano de saúde, Remédio...)

Despesa com Lazer(Alimentação especial, Comemorações com amigos, Viagens, Passeios, Uber ou outros transportes para saídas, Passagem de avião, Cinema, Serviço de streamings –Netflix, Pime video , Disney plus- , TV a cabo, clubes, Presente para amigos e familiares, Ifood, Uber Eats)

Despesa com Transporte principalmente para ir a trabalho(Uber, Gasolina, Manutenção do transporte, Ônibus,..)

- Despesa com Financiamento ou empréstimo.
- Despesa com Serviços de casa (Luz, Água, Internet, Condomínio, Aluguel)

16. Você possui cartão de:

- Débito
- Crédito
- Débito e Crédito
- Não se aplica, não possuo de cartão crédito e débito

17. Você ou sua família possui alguma dívida:

- Banco : empréstimo e financiamento
- Parente
- Amigos
- Hospital ou clinica ou plano de saude
- Cartão de lojas : Renner, CeA, Carrefour, ...
- Governo : Imposto de renda, Inss, outros
- Não se aplica, pois não possuo nenhuma dívida

18. As dívidas marcadas na questão anterior estão em atraso?

- Sim
- Não
- Não se aplica, pois não possuo nenhuma dívida

Seção 4 : Perfil do investidor e as mídias que ele usa.

19. Você investe? (Investir pelo menos um desses investimento: Poupança; Tesouro Direto; CDB; LC; LCI; LCA; CRI e CRA; Debentures; LF; COE; Ações; ETF; Fundos Imobiliários; Fundos de Índices; Criptomoedas; Abrir um negócio ou atuando o negócio)

- Sim
- Não

20. Como investidor, você se considera com um perfil:

- Conservador (Prefere que a maioria ou o total de seus investimentos seja de baixo risco, aceitando para isso um retorno menor.)

- Moderado (Aceita um pouco de risco nos investimentos, mas tem boa parte da carteira composta por produtos de baixo risco)
- Arrojado (Tem mais investimentos de alto risco do que de baixo risco, e aceita correr esse risco com o objetivo de possibilitar maior retorno.)
- Agressivo (Tem basicamente investimentos de alto risco.)
- Não sei

21. Analise e marque a qual fase te representa melhor:

- Fase 1: Vida financeira desorganizada, com muitas dividas
- Fase 2: Começando a organizar minha vida financeira, dividas controladas.
- Fase 3: Despesa e dívida sob controle, construindo minha reserva de emergência.
- Fase 4: Investindo mensalmente em meus objetivos e construindo novas fontes de renda.
- Fase 5: Liberdade financeira, com diversas fontes de renda e vivendo de renda passiva.

22. Com relação às Finanças Pessoais/educação financeira, como você julga o seu conhecimento sobre o assunto?

- Péssimo
- Fraco
- Razoável
- Alto
- Excelente
- Não Sei

23. Onde você busca mais conhecimentos de investimentos, planejamento e finanças pessoais ou educação financeira:

- Cursos pagos
- Livros
- Blogs
- Youtube
- Instagram
- Facebook
- Falando com pessoas que possuem experiência
- Universidade

- Podcasts
- Wattpad
- LinkedIn
- Whatsapp
- Telegram
- Internet em geral
- Não busco, pois tenho alguém que gerencia por mim
- Não busco adquirir conhecimento neste tema

24. Você busca informações de educação financeira mais nas mídias sociais (Youtube, Instagram e outras) do que em outros meios?

- Sim
- Não
- Não se aplica

25. Você buscou que tipo de conteúdo:

- Planejamento de receitas e despesas (ou gastos e ganhos)
- Formas de ganhar receita sem ser por investimentos financeiro
- Formas de ganhar receita por investimento financeiros (renda fixa, renda variável,..)
- Formas de obter desconto ou comprar mais barato
- Formas de pagar menos tributos
- Como realizar um Financiamento
- Formas de sair do Financiamento ou outras dividas
- Não se aplica, nunca busquei

26. Com que frequência você busca pesquisar sobre o tema Finanças pessoais (Planejamento Financeiro, Investimento, Financiamento e outros)

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensalmente
- Semestralmente
- Anualmente

27. Qual desses perfis ou digital *influencers* de Educação Financeira você segue ou pesquisou na internet?

- Não se aplica, pois não pesquiso
- Não se aplica, pois minhas pesquisas de conteúdo financeiro não são voltados por *influencer* digitais
- Me poupe - Nathalia Arcuri
- Gustavo Cerbasi
- Primo Rico
- Eduardo Moreira
- Luiz Fernando Roxo
- Pit Money
- Cartões de Crédito Alta Renda
- André Bona
- Rafael Bevilacqua
- Yubb
- Favelado Investidor
- Jovens de Negócio
- Dinheiro Com Você
- Economista Sincero
- Eduardo Guimarães
- Lucro FC
- Investidor Sardinha
- GL Flix
- Você Mais Rico
- Canal do Holder
- Tiago Reis
- Nath Finanças
- Papo de riqueza

28. Você acredita que as informações que os *influencer* digitais passam nas mídias sociais possam ajudar ou já ajudam sua vida financeira?

- Sim
- Não

Não se aplica

29. Marque as opções de investimento que você conhece:

Poupança

Tesouro Direto

CDB e LC

LCI e LCA

CRI e CRA

Debêntures

LF

Fundos de investimento

COE

Ações

ETF

Fundos Imobiliários

Fundos de Índices

Criptomoedas

Não conheço nenhum dos citados

30. Onde você costuma investir:

Invisto meu dinheiro na minha empresa/negócio

Não invisto meu dinheiro

Renda Fixa – Apenas Poupança

Renda Fixa – Outros (Ex.: Títulos Públicos, CDB, LCI, LCA)

Renda Variável (Ex.: Fundos Imobiliários, Ações)

Realizo empréstimo (com juros) para terceiros.

31. Nesse tempo de aprendizagem e buscas, você notou alguma mudança na sua forma de lidar com o dinheiro?

Sim

Não

Não sei dizer

Não se aplica, pois não busquei aprender sobre o assunto

Seção 5: FIM!

Obrigado pela sua colaboração! Para contato aqui meu e-mail institucional:160113580@aluno.unb.br

32.Caso deseje saber sobre a pesquisa, coloque seu e-mail (pessoal ou institucional)

APÊNDICE B – QUESTÃO 7 : RESPOSTAS COM 1 PROFISSÃO

Respondentes	Frequência	%
Administrador;	11	4,21%
Advogado;	4	1,53%
Analista;	3	1,15%
Aposentado (a);	6	2,30%
Área de estética e saúde;	19	7,28%
Área do setor público;	16	6,13%
Arquiteto (a);	1	0,38%
Arquivista;	3	1,15%
Artesã;	1	0,38%
Artista;	1	0,38%
Assistente ou Auxiliar ou Técnico;	6	2,30%
Atendente ou Recepcionista;	1	0,38%
Atuário;	1	0,38%
Auditor;	1	0,38%
Autônomo (a) ou Profissional liberal;	6	2,30%
Bancário (a);	6	2,30%
Comerciário ou Vendedor;	3	1,15%
Contador;	20	7,66%
Corretor;	1	0,38%
Desempregado;	4	1,53%
Designer;	2	0,77%
Do lar;	2	0,77%
Economista;	2	0,77%
Engenheiro;	6	2,30%
Estudante e/ou estagiário;	87	33,33%
Garçom;	1	0,38%
Jornalista;	2	0,77%

Militar;	2	0,77%
Orientador educacional;	1	0,38%
Pecuarista;	1	0,38%
Produtora Audiovisual;	1	0,38%
Professor;	8	3,07%
Publicitário;	1	0,38%
Turismologo(a)	2	0,77%
Vigilante;	1	0,38%
Total de 261 respondentes	233	89,27%

Fonte: Elaborado pela autora,2021.

APÊNDICE C – QUESTÃO 7 : RESPOSTAS COM 2 PROFISSÕES.

Respondente	Frequência	%
Administrador; Professor;	1	0,38%
Advogado; Administrador;	1	0,38%
Bancário (a); Aposentado (a);	1	0,38%
Contador; Autônomo (a) ou Profissional liberal;	2	0,77%
Contador; Bancário (a);	1	0,38%
Contador; Professor;	2	0,77%
Engenheiro; Área do setor público;	1	0,38%
Estudante e/ou Estagiário; Administrador;	1	0,38%
Estudante e/ou Estagiário; Área de estética e saúde;	1	0,38%
Estudante e/ou Estagiário; Autônomo (a) ou Profissional liberal;	1	0,38%
Estudante e/ou Estagiário; Contador;	2	0,77%
Estudante e/ou Estagiário; Desempregado;	4	1,53%
Estudante e/ou Estagiário; Economista;	1	0,38%
Estudante e/ou Estagiário; Engenheiro;	2	0,77%
Estudante e/ou Estagiário; Professor;	1	0,38%
Estudante e/ou Estagiário; Comerciante ou Vendedor;	1	0,38%
Professor; Aposentado (a);	1	0,38%
Professor; Artista;	1	0,38%
Total dos 261	25	9,58%

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

APÊNDICE D – QUESTÃO 7 : RESPOSTAS COM 3 PROFISSÕES.

Respondentes	Frequência	Porcentagem
Desempregado; Estudante e/ou Estagiário; Contador;	1	0,38%
Estudante e/ou Estagiário; Administrador; Contador;	1	0,38%
Estudante e/ou Estagiário; Engenheiro; Área do setor público;	1	0,38%
Total dos 261 respondentes	3	1,15%

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.