



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

Larissa Abrantes de Lima

Educação Financeira e Mídias Sociais: uma análise preliminar de conteúdo

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

Nome do aluno
Larissa Abrantes de Lima

Educação Financeira e Mídias Sociais: uma análise preliminar de conteúdo

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) 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.

Área: Finanças Pessoais

Orientador: Ludmila de Melo de Souza

LARISSA ABRANTES DE LIMA

Educação Financeira e Mídias Sociais: uma análise preliminar de conteúdo

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) 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. Ludmila Melo de Souza.

Aprovado em _____ de _____ de 2021.

Prof^a. Ludmila Melo de Souza
Orientador

Prof. Dr. José Lúcio Tozetti Fernandes
Professor - Examinador

Brasília - 10, de Abril de 2021.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, inicialmente, por me tornar capaz de concluir essa etapa tão importante da minha vida. Agradeço, também, à minha família pelo apoio e incentivo durante a realização dos meus sonhos. À minha Orientadora, Ludmila Melo de Souza, por aceitar fazer parte dessa etapa tão importante da minha graduação e pela excelência durante todo o processo de realização do meu trabalho de conclusão de curso. Por fim, agradeço aos meus professores de curso pela dedicação e aos meus colegas de graduação que foram essenciais para que eu pudesse chegar até aqui.

LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS

Tabela 1 - Todas as Categorias	15
Gráfico 1: Quantidade de publicações no ano de 2020 – Nathalia Arcuri	20
Gráfico 2: Quantidade de publicações no ano de 2020 – Gustavo Cerbasi	20
Gráfico 3: Quantidade de publicações no ano de 2020 – Tiago Reis	21
Gráfico 4: Principais Categorias publicadas no ano de 2020 – Nathalia Arcuri	22
Gráfico 5 : Principais Categorias publicadas no ano de 2020 – Tiago Reis	23
Gráfico 6: Principais Categorias publicadas no ano de 2020 – Gustavo Cerbasi.....	24

SUMÁRIO

RESUMO	8
1 INTRODUÇÃO	9
2 EDUCAÇÃO FINANCEIRA E MÍDIAS SOCIAIS	10
2.1 O PAPEL DO EDUCADOR FINANCEIRO	11
2.2 ESTRATÉGIA NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA – ENEF	13
2.3 O PODER DAS MÍDIAS SOCIAIS.....	14
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	14
3.1. NATHALIA ARCURI	16
3.2. GUSTAVO CERBASI	16
3.3. TIAGO REIS	17
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	17
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	23
REFERÊNCIAS	24

Educação Financeira e Mídias Sociais: uma análise preliminar de conteúdo

Larissa Abrantes de Lima

RESUMO

O presente artigo discute, por meio da análise de conteúdos das postagens dos influenciadores digitais mais seguidos no Instagram acerca da educação financeira. O processo foi desenvolvido a partir de uma pesquisa e o trabalho realizado consiste em uma análise exploratória, por meio da junção dos três maiores influenciadores de finanças mais seguidos no Instagram: @mepoupenaweb, da influenciadora Nathalia Arcuri; @gustavocerbasi, @tiagogreis, do influenciador Tiago Reis; e @tiagogreis, do influenciador Tiago Reis. Nesse processo, para analisar o conteúdo dos influenciadores digitais de finanças com seus seguidores, foram definidas, a princípio, algumas categorias seguidas de subcategorias. O presente artigo demonstrou, durante a análise, concepções adotadas pelos maiores influenciadores digitais de finanças do Brasil, assim como os impactos que seus conteúdos geraram para a população no ano de 2020, período em que o Brasil se deparou com a pandemia causada pelo vírus COVID-19.

Palavras-chave: Educação Financeira. Alfabetização Financeira. Mídias Sociais.

1 INTRODUÇÃO

O Brasil apresenta diversos desafios e oportunidades de melhoria quando se trata de Educação Financeira. Segundo a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) em sua Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), 65,3% dos brasileiros estavam endividados em janeiro de 2020. Entre os itens que mais contribuem para essa realidade, tem-se: carro, imóvel, cartão de crédito, cheque especial e carnê de lojas (Campos, 2020).

De acordo com uma pesquisa publicada no site de investimentos do Valor Econômico, o Valor Investe, somente 3% da população brasileira investiu na Bolsa de Valores – B3 em 2020. Essa pesquisa demonstrou em número o quanto o Brasil está atrás de países como Estados Unidos e Japão que possuem, 55% e 45%, respectivamente, da população investidora na Bolsa de Valores (Goeking, 2021).

Apesar disso, o Brasil tem apresentado perspectivas positivas no que diz respeito à Educação Financeira nas Escolas. O Ministério da Educação (MEC) tornou, em 2020, a Educação Financeira como componente curricular obrigatório nas redes de ensino públicas e particulares para alunos da educação infantil e fundamental. Além disso, na Semana Nacional de Educação Financeira, em 2020, o MEC disponibilizou livros gratuitos para população da série “Educação Financeira nas Escolas” para níveis de ensino fundamental e médio.

Assim, a ideia é que quanto mais cedo um cidadão tiver acesso à Educação Financeira, melhor saberá lidar com seu próprio dinheiro quando chegar a fase adulta. Portanto, o MEC trouxe uma proposta positiva e necessária que provavelmente terá impactos na economia brasileira, uma vez essa ação abrange jovens de diferentes estados e condições financeiras.

Considerando que as iniciativas mais expressivas e abrangentes são recentes e que em 2020 o mundo foi surpreendido com a pandemia do COVID-19, não se consegue mensurar ainda os impactos das iniciativas do MEC no que tange a educação

financeira nas escolas. Sobretudo a educação pública foi extremamente afetada pela pandemia.

Diante do exposto, é preciso considerar que a população tem recorrido às plataformas digitais e às mídias sociais como ferramentas para adquirir conhecimento acerca de diversos temas, inclusive finanças pessoais, endividamento, renda extra, dentre outros assuntos. Isso porque a renda das famílias sofreu grande impacto com os efeitos da COVID em virtude das restrições ao funcionamento das empresas, a quais provocaram um aumento considerável do número de desempregados no país.

Portanto, adotando-se a premissa de que as mídias sociais já possuem um papel fundamental no universo da comunicação e dos negócios, adota-se a hipótese de pesquisa de que também pode desempenhar esse papel na promoção da educação financeira.

Portanto, o objetivo geral desse projeto de pesquisa é fazer uma análise exploratória sobre o conteúdo de educação financeira disponibilizado pelos maiores influenciadores de finanças do Brasil, em suas mídias sociais, no ano de 2020.

Para isso foram analisados os conteúdos disponibilizados nos perfis do Instagram dos principais influenciadores digitais de educação financeira segundo o Estadão (e-investidor). Segundo pesquisa realizada pelo Estadão, os influenciadores com mais seguidores são: Nathalia Arcuri (perfil Me Poupe), Thiago Reis e Gustavo Cerbasi, somando juntos aproximadamente 5 milhões de seguidores. Cabe salientar que os influenciadores escolhidos possuem diversos trabalhos publicados, como livros, artigos, participações em programas de televisão e eventos de finanças, além de liderarem grandes projetos de educação financeira no país.

2 EDUCAÇÃO FINANCEIRA E MÍDIAS SOCIAIS

A Educação Financeira tem um papel importante na vida das famílias brasileiras. Se educar financeiramente é um passo necessário para sair das dívidas, equilibrar as

finanças pessoais, fazer planos, além de tornar possível a realização da independência financeira.

(Cerbasi, 2014), autor do livro “Casais Inteligentes Enriquem Juntos”, afirma que grande parte dos problemas entre casais estão relacionados ao dinheiro. O autor afirma, ainda, que o planejamento financeiro tem um objetivo muito maior do que simplesmente não ficar no vermelho. Desse modo, pode-se destacar que a Educação Financeira está atrelada não só a sair das dívidas, como também a diversos objetivos de vida. Nesse sentido, o autor apresenta em seu livro que “Quando vocês se propõem organizar e controlar com mais carinho sua vida financeira, o objetivo principal certamente é viabiliza a conquista de sonhos”.

(Modernell, 2015), em um de seus artigos, intitulado como “2ª Semana Nacional de Educação Financeira e Global Money Week”, esclarece a respeito o termo “Educação Financeira”. Para ele, o verdadeiro significado não está relacionado exclusivamente ao dinheiro, mas pela valorização da qualidade de vida e pela busca de oportunidades. O autor acredita que a Educação Financeira pode proporcionar condições de prosperidade e bem estar ao longo da vida.

Logo, pode-se concluir que a educação financeira deve estar presente na vida das famílias, pois está diretamente relacionada à realização de sonhos, ao preparo financeiro para possíveis emergências e à proporcionar qualidade de vida ao corpo familiar. Assim, quanto mais cedo um indivíduo tiver acesso ao processo de alfabetização financeira, mais preparado ele estará para lidar de maneira mais natural e responsável com suas finanças ao longo da vida.

2.1 O PAPEL DO EDUCADOR FINANCEIRO

O Educador Financeiro também é parte preponderante no processo de Alfabetização Financeira dos brasileiros. Seu papel é ajudar as pessoas a desenvolverem uma relação sustentável com suas próprias finanças, encontrar diagnósticos de hábitos ruins que tenham contribuído negativamente no orçamento, estimular boas práticas financeiras para serem praticadas ao longo da vida. Além disso, é possível considerar que sua influência tem grande importância nas tomadas de decisões de consumo, planejamento e investimentos dos brasileiros.

O papel do educador financeiro nas escolas é fundamental para oferecer, aos jovens e às famílias, o acesso aos conteúdos de educação financeira; apresentar cenários da vida real sobre como as pessoas estão lidando com o dinheiro; e construir cidadãos capazes de tomar decisões sustentáveis sobre finanças ao longo da vida. Nesse contexto, para a Associação Brasileira de Educadores Financeiros – ABEFIN, a decisão do Ministério da Educação de implementar as novas normas da Base Nacional Comum Curricular (BNCC), incluindo a Educação Financeira à grade curricular das escolas, é impactar positivamente a situação financeira não só dos alunos, como também de seus familiares.

A ABEFIN destaca alguns dos benefícios da Educação Financeira nas escolas:

- ⇒ Solucionar os problemas de endividamento e inadimplência no Brasil.
- ⇒ Proporcionar uma cultura, com a conscientização de que a escola é o ambiente mais adequado para o ensino dessa disciplina.
- ⇒ Influenciar positivamente a vida financeira das famílias dos alunos.
- ⇒ Integrar professores, alunos e famílias às escolas.

O Banco Central do Brasil – BCB, possui um programa de educação financeira que visa orientar a sociedade sobre os assuntos financeiros do cotidiano, destacando o seu papel fundamental como agente promotor da estabilidade econômica. O programa é estruturado por meio de inovações e tendências apresentadas pelos bancos centrais de outros países, assim como as instituições financeiras, que ao longo do tempo vêm mostrando maior interação com os cidadãos, sem distinção de segmento social. Nessa perspectiva, segundo o BCB, as ações são propiciadoras de cidadania, pois o órgão leva em consideração sua condição de influenciador na economia do país e na vida dos cidadãos brasileiros.

O Programa de Educação Financeira do Banco Central (PEF-BC), apresenta a seguinte proposta:

- ⇒ assegurar uma base de educação financeira que favoreça a população quanto ao entendimento dos aspectos econômico-financeiros que afetam seu dia-a-dia, permitindo-lhe uma administração responsável e consciente dos próprios rendimentos e bens;
- ⇒ ampliar o grau de entendimento da população sobre o que faz e como atua o Banco Central;

- ⇒ apresentar noções sobre os órgãos integrantes e sobre o funcionamento do Sistema Financeiro Nacional (SFN);
- ⇒ fornecer noções sobre as causas e as consequências da inflação e sobre como a sociedade pode contribuir para evitá-la;
- ⇒ propiciar à população acesso aos serviços oferecidos pelos agentes financeiros;
- ⇒ sensibilizar e valorizar os servidores do Banco Central, de forma a obter seu maior envolvimento e participação nas ações do PEF-BC, transformando-os em potenciais multiplicadores dessas ações.

Diante disso, o PEF-BC também visa parcerias com instituições financeiras, instituições públicas, organizações não governamentais, empresas públicas e privadas, de modo que o objetivo dessas parcerias seja a criação e a distribuição de conteúdo de educação financeira aos cidadãos, de modo que possam influenciar positivamente com o exercício da cidadania. Portanto, o educador financeiro pode ser um grande parceiro desse programa na implementação de ações que promovam: Palestras, oficinas, cursos, workshops, ferramentas digitais gratuitas de organização financeira, dentre outros.

2.2 ESTRATÉGIA NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA – ENEF

A Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF, criada através do Decreto Federal 7.397/2010, e renovada pelo Decreto Federal nº 10.393, de 9 de junho de 2020, o objetivo de contribuir com ações que ajudem a sociedade brasileira a tomar decisões autônomas e conscientes no que diz respeito às finanças. Segundo o infográfico da ENEF, o programa possui dois pilares norteadores:

- ⇒ Orientação para Educação Financeira nas Escolas
- ⇒ Orientação para Educação Financeira de Adultos
- ⇒ Das diretrizes da ENEF, destacam-se:
 - ⇒ Atuação com informação, orientação e formação
 - ⇒ Gratuidade das ações e prevalência do interesse público
 - ⇒ Gestão centralizada e atividades descentralizadas

De acordo com o ENEF, A Semana Nacional de Educação Financeira – Semana ENEF – é uma iniciativa do Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF) para promover a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF). A semana ENEF é realizada desde 2014, promovendo ações com o objetivo de disseminar educação financeira de forma gratuita, com eventos presenciais e a distancia, e com parcerias firmadas para levar educação financeira à população. Nesse sentido, é fundamental o

papel do educador financeiro nesse programa, pois é possível através dele disseminar o conhecimento, a alfabetização financeira, a implementação de conteúdos sobre o universo da educação financeira.

2.3 O PODER DAS MÍDIAS SOCIAIS

Primeiramente, é importante diferenciar o termo Mídias Sociais do termo Redes Sociais. Embora sejam tratados como sinônimos, eles possuem aspectos e maneiras de utilização diferentes. De acordo com o Manual de Atuação em Mídias Sociais, elaborado pela União dos Produtores de Bioenergia – UDOP, Redes Sociais estão diretamente relacionadas ao ciclo social, são compostas por uma estrutura de pessoas e organizações, conectadas por diversas relações e possuem valores e experiências em comum. Já as Mídias Sociais são utilizadas como um espaço para divulgação de conteúdo, de modo que os usuários se tornam criadores e divulgadores desses conteúdos para outros usuários que utilizam a mesma Rede Social, sendo considerada um subgrupo de Mídias Sociais (Andrade, 2013).

Segundo a UDOP, o uso das Mídias Sociais tomou uma proporção tão grande que são utilizadas de maneira estratégica e comercial em todo o mundo. O poder de influenciar as decisões do público que consome o seu conteúdo é significativo, de modo que as grandes empresas no mundo inteiro estudam delicadamente qual nicho de público pretendem alcançar e qual tipo de conteúdo deve ser gerado para alcançar esse objetivo.

Diante disso, é possível observar que as Mídias Sociais tem papel fundamental na sociedade como influenciadoras e formadoras de opinião. Nesse sentido, os influenciadores digitais de Educação Financeira têm disponível diversas ferramentas para criação e divulgação de conteúdo nessa seara, dentre eles destacam-se: Instagram, objeto de análise nesse projeto de pesquisa, Twitter, Facebook, Youtube, LinkedIn, Tik Tok, Telegram, Whatsapp e etc.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para o desenvolvimento da pesquisa, foram analisados os conteúdos disponibilizados nos perfis do Instagram dos principais influenciadores digitais de educação financeira segundo o Estadão (e-investidor), no período de 10 de março de 2021 a 12 de abril de 2021: Nathalia Arcuri (perfil Me Poupe), Thiago Reis e Gustavo Cerbasi, que somam aproximadamente 5 milhões de seguidores

Para análise, foram estabelecidas as seguintes categorias de postagens: (1) de caráter pessoal e (2) de Educação Financeira e de Publicidade. Essas categorias foram escolhidas com base nas próprias postagens dos influenciadores. A tabela 1 evidencia essas categorias:

Tabela 1: Todas as Categorias

Tema	Categoria	Tipo	Espécie
Pessoal	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica
	Alfabetização Financeira	Alfabetização Financeira	Alfabetização Financeira
	Financiamento	Como adquirir/quitar	Móveis/imóveis e dívidas
		Empréstimo	Empréstimo
Educação Financeira	Imposto de Renda	Imposto de Renda	Imposto de Renda
		Renda Fixa	CDB e LC, Poupança e Tesouro
	Investimento	Renda Variável	Ações, COE, Criptomoedas, ETF, FII'S, informações sobre investimentos e eventos
		Empreendedorismo	Abertura de um negócio e Renda Extra
		Planejamento Financeiro	Emprego
	Organização		Como adquirir/quitar
	Publicidade	Empreendedorismo	Empreendedorismo
Informações sobre investimento e eventos		Informações sobre investimento e eventos	Informações sobre investimento e eventos
Merchandising		Merchandising	Merchandising

Buscou-se registros, do ano de 2020, de cada Instagram selecionado, agrupando-os de acordo com as categorias definidas, analisando-os separadamente. Foi utilizada uma análise vertical das publicações ao longo do ano, ou seja, as postagens foram analisadas individualmente, no total foram analisadas 2090 publicações.

Segue abaixo uma pequena descrição das contas de Instagram selecionadas e seus influenciadores digitais:

3.1.NATHALIA ARCURI

Segundo a descrição da Nathalia Arcuri em seu blog “Me Poupe!”, a influenciadora é formada em jornalismo e desde criança poupava dinheiro e buscava utilizá-lo de maneira mais responsável. Possui especialização em Planejamento Financeiro, já ganhou vários prêmios como o de Planejamento Financeiro no Brasil pelo Instituto Planejar, em 2014 (Arcuri, 2021).

Atualmente, a influenciadora gera conteúdo no Instagram (@mepoupenaweb) para aproximadamente 2 milhões de seguidores. Na descrição da conta, Nathalia Arcuri destaca que seu objetivo é ajudar as pessoas a economizar dinheiro, fazer renda extra e investir de um jeito fácil.

3.2.GUSTAVO CERBASI

De acordo com informações publicadas em 2020, em seu site de Educação Financeira, Gustavo Cerbasi é considerado maior influência em educação financeira do Brasil. Além disso, é autor de diversos livros como “Como organizar sua vida financeira”, “Dinheiro, os segredos de quem tem”, “Investimentos inteligentes”, dentre outros títulos que possuem conteúdos sobre finanças pessoais, orçamento familiar, investimentos em renda fixa e variável.

CERBASI (2019) possui milhões de livros vendidos em todo o Brasil. Nesse sentido, diversos trechos e conteúdos de seus livros são divulgados no Instagram (@gustavocerbasi) do influenciador para seus seguidores, cerca de 1,3 milhão, que possui o pensamento de que a riqueza não está relacionada somente ao dinheiro, mas também ao valor que se dá às coisas simples da vida, é o que salienta em seu livro “A riqueza da vida simples”.

3.3. TIAGO REIS

Tiago Reis é influenciador digital, analista de investimentos, possui diversos artigos publicados sobre investimentos, é formado em administração de empresas pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e é reconhecido por sua experiência no Mercado de Capitais. O influenciador foi sócio-fundador da Set Investimentos e, em 2016, fundou a Suno Research (Suno), sua empresa de análise de investimentos. A Suno possui o objetivo de fornecer as melhores informações para o público interessado no mercado de capitais, além de compartilhar com seu público diversos artigos com conteúdos acerca de investimentos.

(Reis, 2020) nessa perspectiva, destaca que a Suno é norteada pelos seguintes valores:

- ⇒ Investidores em primeiro lugar
- ⇒ Produtos relevantes
- ⇒ Gestão ágil
- ⇒ Inflexibilidade ética
- ⇒ Pessoas extraordinárias

Atualmente, o influenciador conta com um público de, aproximadamente, 1,6 milhão de seguidores em seu Instagram (@tiagogreis). Em sua conta, Tiago Reis compartilha em suas publicações conteúdos sobre investimentos, em sua maioria acerca da Bolsa de Valores.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Diante da análise, foi preciso individualizar as abordagens dos conteúdos dos influenciadores, de forma que se tornasse possível destacar semelhanças e diferenças entre eles.

Segundo análise feita da quantidade de publicações ao longo do ano de 2020, referente à todas as publicações, foi encontrada a seguinte distribuição:

Gráfico 1: Quantidade de publicações no ano de 2020 – Nathalia Arcuri

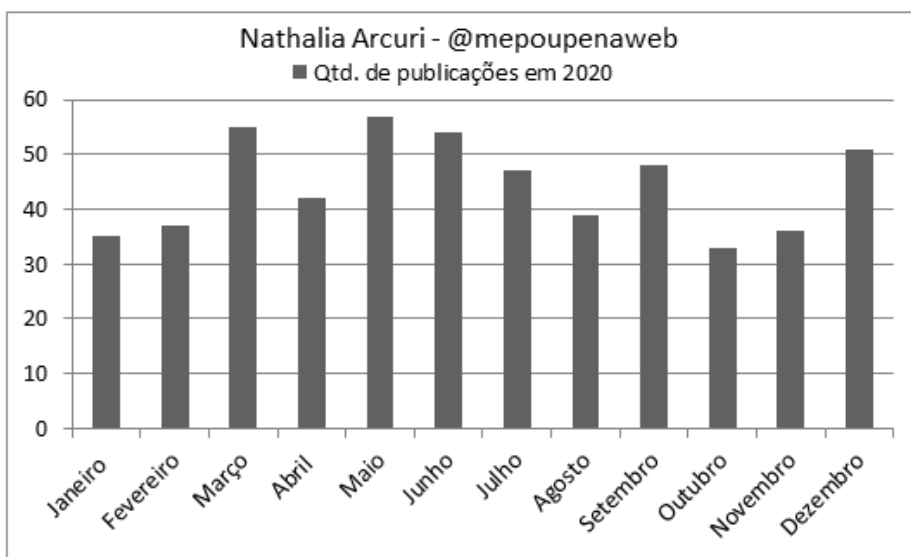


Gráfico 2: Quantidade de publicações no ano de 2020 – Gustavo Cerbasi

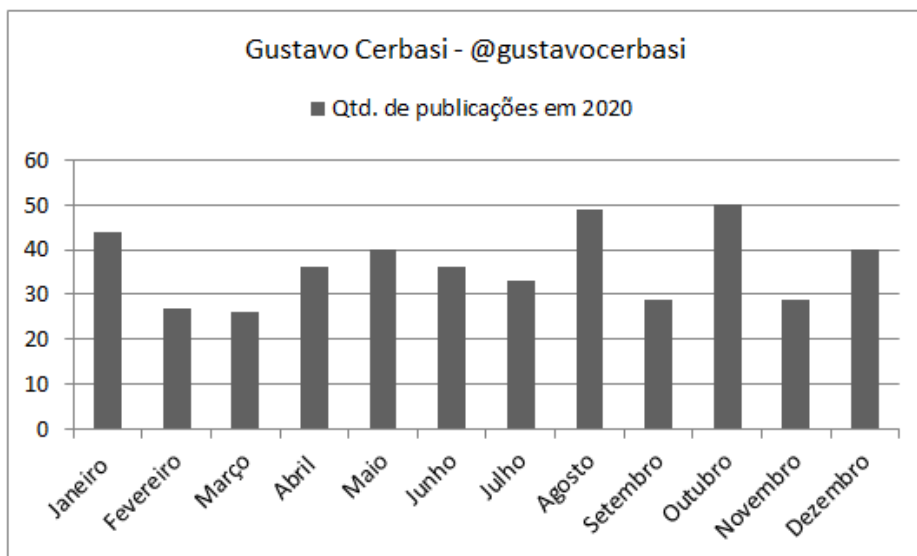
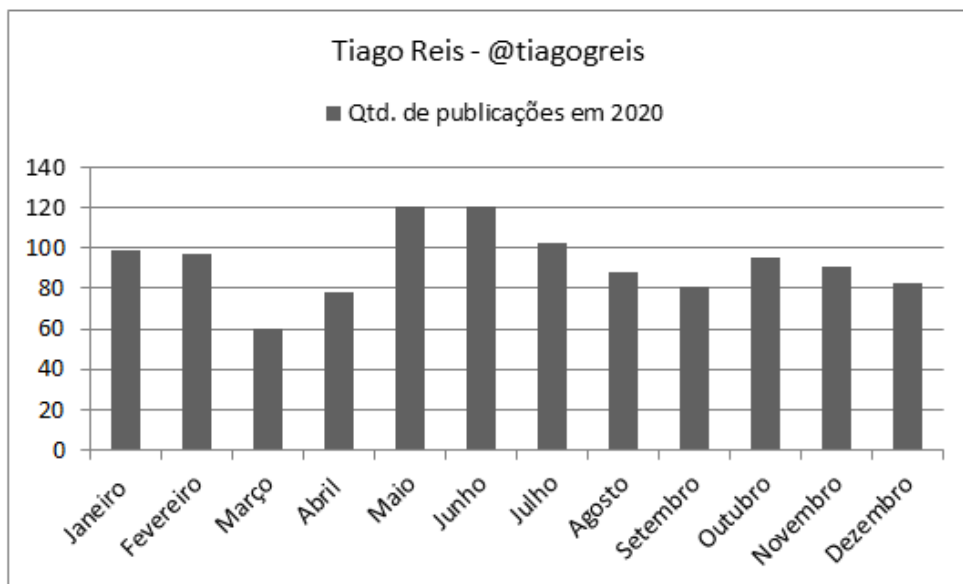


Gráfico 3: Quantidade de publicações no ano de 2020 – Tiago Reis



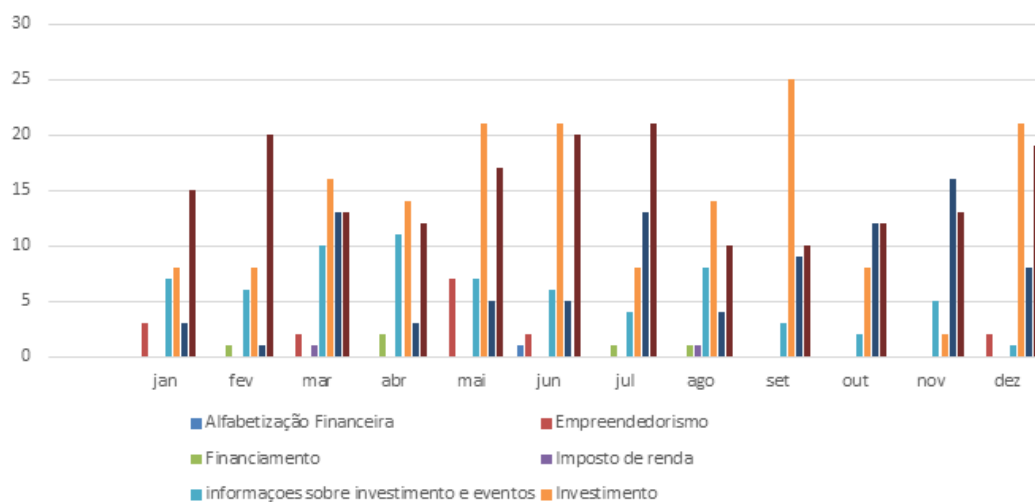
Diante dessas informações, pode-se apresentar uma média de 44,50 de publicações da influenciadora Nathalia Arcuri, entre Janeiro e Dezembro de 2020, com maior quantidade de conteúdos publicados nos meses de Março, Maio e Junho. O influenciador Tiago Reis, compartilhou conteúdo com uma média de 93,08 publicações ao mês, sendo o criador de conteúdo com mais posts no Instagram para seus seguidores. Por outro lado, Gustavo cerbasi foi o influenciador digital que menos postou conteúdo em 2020. Seu Instagram apresentou uma média de 36,58 publicações, entre Janeiro e Dezembro, sendo os meses de Maio, Agosto, Outubro e Dezembro considerados os períodos com mais publicações ao longo do ano.

Além disso, foi preciso analisar o tipo de conteúdo dessas publicações, com base nas categorias definidas. Dessa forma, é possível destacar os principais assuntos que os influenciadores digitais compartilham para seu público alvo, conforme distribuição a seguir:

4.1.NATHALIA ARCURI

Gráfico 4: Principais Categorias publicadas no ano de 2020 – Nathalia Arcuri

Nathalia Arcuri

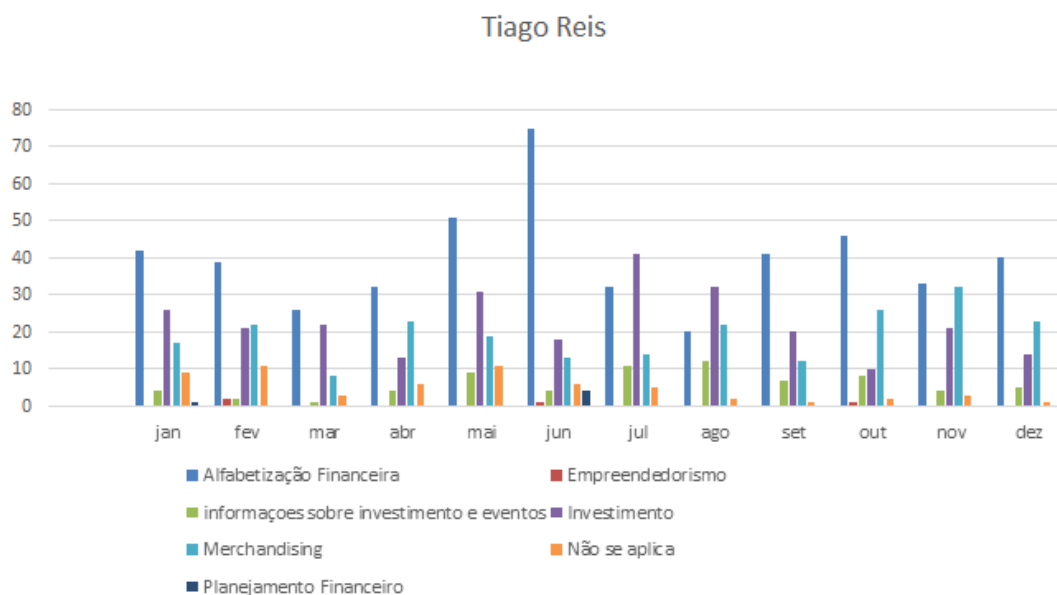


Diante dessas informações, foi constatado que a influenciadora Nathalia Arcuri não possui em seu Instagram publicações de caráter pessoal. Segundo a distribuição de conteúdo nos posts da digital influencer ao longo de 2020, totalizando 534 publicações, foi possível destacar que a categoria Publicidade, apresenta 33,09% das publicações, dividindo-se entre as subcategorias Empreendedorismo, Merchandising e Informações sobre Investimentos e eventos.

Em contrapartida, a categoria Educação Financeira apresenta a maior parte do conteúdo publicado pela influenciadora, sendo 356 publicações. Assim, foi possível perceber que 66,56%, aproximadamente, dessa categoria compõem as publicações da Nathalia Arcuri, subdividindo-se entre: Planejamento Financeiro com 34% dos posts, Investimentos com 31,08%, Imposto de Renda com 0,37%, Financiamento com 0,93% e Alfabetização Financeira com 0,18%. Nessa perspectiva, os conteúdos relacionados à Alfabetização Financeira foram os menos publicados ao longo do ano.

4.2.TIAGO REIS

Gráfico 5: Principais Categorias publicadas no ano de 2020 – Tiago Reis



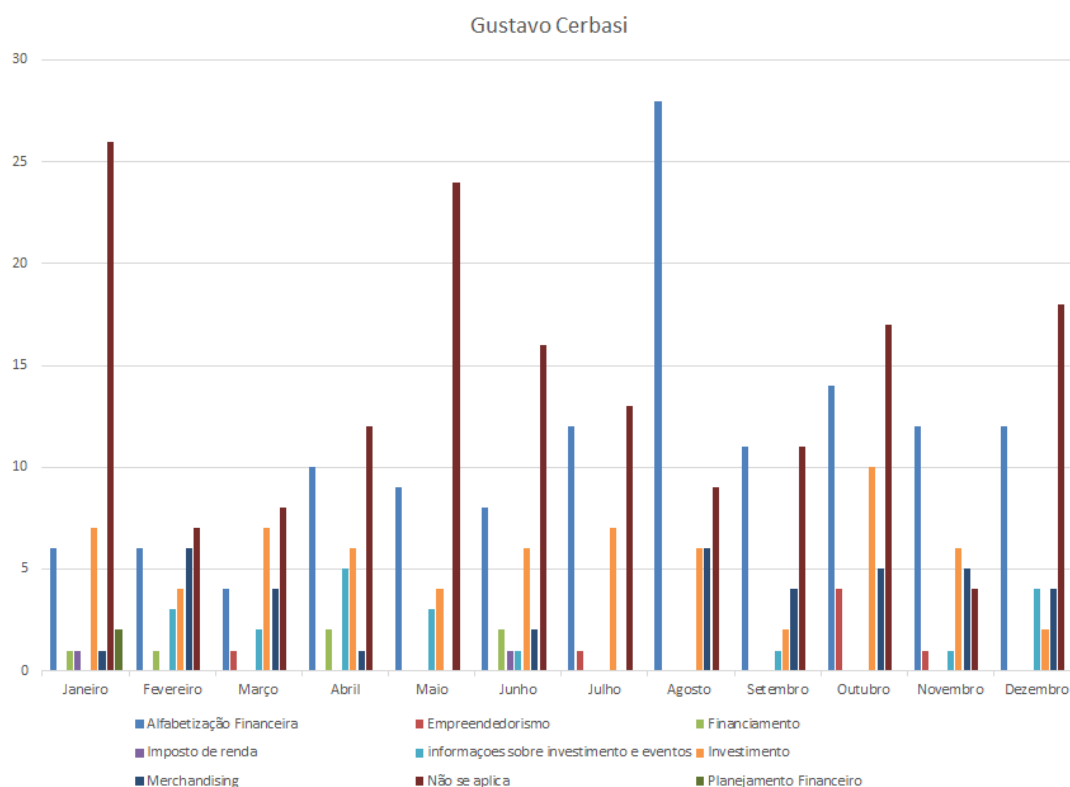
Diferentemente da influenciadora Nathalia Arcuri, o analista de investimentos Tiago Reis, compartilhou com seu público 1117 publicações, sendo cerca de 42,70% de conteúdo acerca da Alfabetização Financeira. Essa categoria integra os 67,22% do tema Educação Financeira na rede social do influenciador, que subdivide-se em Alfabetização Financeira com os 42,70% citados anteriormente, Investimentos com 24,08% E Planejamento com 0,44%. Desse modo, é possível afirmar que os seguidores de Tiago Reis, ao buscarem conhecimentos acerca da Alfabetização Financeira, puderam encontrar muitas publicações compartilhadas pelo influenciador.

Além disso, o Instagram possui cerca de 5,37% de conteúdo de caráter pessoal e 27,30% de posts na categoria Publicidade, que subdivide-se em Informações sobre Investimentos e Eventos com 6,35%, Merchandising com 20,60% e Empreendedorismo com 0,35%.

Nessa perspectiva, vale ressaltar que o influenciador tem foco em assuntos acerca de Investimento em renda variável, especialmente em Bolsa de Valores, que integram o tema Alfabetização Financeira. Portanto, no ano de 2020, os seguidores de Tiago Reis tiveram acesso à diversos conteúdos sobre ações, Bolsa de Valores, hábitos e comportamentos de grandes investidores.

4.3.GUSTAVO CERBASI

Gráfico 6: Principais Categorias publicadas no ano de 2020 – Gustavo Cerbasi



Por fim, Gustavo Cerbasi, com 439 publicações em 2020, possui em seu Instagram conteúdos sobre Educação Financeira que somam cerca de 48,72% de todos os posts de 2020. Esses conteúdos subdividem-se em Alfabetização Financeira como 31,2%, Investimentos com 15,26%, Financiamento com 1,36, Imposto de Renda com 0,45% e Planejamento Financeiro com 0,45%. Nesse sentido, deve-se destacar a importância que o influenciador dá em compartilhar para seus seguidores as publicações com ensinamentos acerca da Alfabetização Financeira, categoria que sozinha, contempla 31,20% das publicações de 2020.

Ademais, o influenciador publicou cerca de 37,58% de conteúdos de caráter pessoal. Nesse sentido, no que diz respeito à categoria Publicidade, o influenciador compartilhou cerca de 14,79% de seus posts com merchandising, Informações sobre Investimentos e eventos e Empreendedorismo, com, respectivamente, 8,65%, 4,55% e 1,59%.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral da pesquisa foi fazer uma análise exploratória sobre o conteúdo de educação financeira disponibilizado pelos maiores influenciadores de finanças do Brasil, em suas mídias sociais, no ano de 2020.

Com este trabalho, buscou-se analisar de forma preliminar o papel das mídias sociais na promoção da educação financeira bem como analisar a quantidade e os temas dos conteúdos publicados e abordados por influenciadores digitais. Os resultados evidenciaram os principais temas abordados pelos principais influenciadores de finanças pessoais segundo o Estadão, em 2020.

Esse estudo contribuiu, de forma preliminar, para as pesquisas em educação financeira no Brasil e sobretudo, para a discussão do papel das mídias sociais como veículos de transmissão de informação e conhecimento no Brasil, sobretudo em virtude do distanciamento social provocado pela pandemia da COVID-19.

Vale salientar que as análises realizadas não versaram sobre a qualidade do conteúdo divulgado pelos influenciadores e essa é uma limitação da pesquisa. Adicionalmente, outro limitador da pesquisa foi o período de análise: o ano de 2020. Para futuras pesquisas, sugere-se ampliar o escopo do trabalho para outros influenciadores e principalmente, analisar a qualidade do conteúdo divulgado por eles.

Adicionalmente, reitera-se a importância da educação financeira para o desenvolvimento do país. Assim, é necessário que haja também iniciativa da própria população em usar, no dia a dia, as mudanças de hábitos de consumo e investimentos de forma a construir uma vida financeira saudável e sustentável.

Por fim, é necessário foco na efetiva promoção da educação financeira na grade curricular básica das escolas, para seja possível incentivar cidadãos, desde cedo, a serem educados financeiramente, de modo se seja possível que o Brasil avance positivamente nas estatísticas mundiais sobre finanças.

REFERÊNCIAS

MODERNELL, Álvaro. **2ª Semana Nacional de Educação Financeira e Global Money Week** . 2015. Disponível em: <http://179.107.37.183/cnseg/servicos-apoio/noticias/2-semana-nacional-de-educacao-financeira-e-global-money-week.html>

ARCURI, Nathalia. **Quem é Nathalia Arcuri?** 2021. Disponível em: <https://mepoupe.com/sobre-a-nath/#:~:text=Nathalia%20Arcuri%20%C3%A9%20especialista%20em,desde%20a%20inf%C3%A2ncia%2C%20se%20multiplicar!>

AGÊNCIA BRASIL. 2020. **A CNC: cai para 65,3% o número de brasileiros endividados em janeiro.** Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-02/cnc-cai-para-653-o-numero-de-brasileiros-endividados-em-janeiro>

CLEAR CORRETORA. 2020. **Educação Financeira: saiba o que é e como começar a sua.** Disponível em: https://blog.clear.com.br/educacao-financeira/?campaignid=12793203558&adgroupid=121423990299&adid=362817751574&gclid=Cj0KCQjw4cOEBhDMARIsAA3XDRjHOWuHHTGFLPDMmfply1aBWsDdFmX4tVLIh7srMuKyLx0ovRu_YJ4aAgtAEALw_wcB

GOENKING, VERUSKA .2021. **Valor Investe – Bolsas e Índices. Apenas 3% dos brasileiros investiram em ações em 2020 e média aplicada caiu 31%.** Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/renda-variavel/bolsas-e-indices/noticia/2021/01/15/apenas-3percent-dos-brasileiros-investiram-em-aco-es-em-2020-e-media-aplicada-caiu-31percent.ghtml>

CERBASI, Gustavo. 2014. **Livro: Casais Inteligentes Enriquecem Juntos.** Editora Sextante; 1ª edição (15 setembro 2014).

CERBASI, Gustavo. 2021. **Sobre Gustavo Cerbasi.** Disponível em: <https://www.gustavocerbasi.com.br/consultor-financeiro/>

SUNO RESEARCH. **Conheça os nossos valores. 2021. Disponível em:** https://www.suno.com.br/sobre/?utm_source=adwords&utm_medium=ppc&utm_campaign=11.b.da.0.search&utm_content=11.b.da.0.search.suno_research

ESTRATÉGIA NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA - ENEF. **Semana Nacional de Educação Financeira.2021.**

ESTRATÉGIA NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA - ENEF. **Quem somos. 2017. Disponível em:** <https://www.vidaedinheiro.gov.br/quemsomos/>

ESTRATÉGIA NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA – ENEF. **Entendendo a ENEF.2019.** Disponível em: <https://www.vidaedinheiro.gov.br/wp-content/uploads/2019/07/Infografico-frente-mesclado.pdf>

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO – MEC.2021. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/>

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCADORES FINANCEIROS – ABEFIN. **É obrigatório educação financeira nas escolas!2020.** Disponível em: <https://abefin.org.br/obrigatorio-educacao-financeira-escolas/>

BANCO CENTRAL DO BRASIL – BCB. **O Programa de Educação Financeira.** Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/pre/pef/port/pefpublicoexterno.asp?frame=1>

GOUVÊA, Alessandra. ANDRADE, Rosimeri. SANTOS, Solidia. **O Educador Financeiro como agente transformador do cenário socioeconômico brasileiro. 2018.** Disponível em: <https://sppaic.fae.edu/sppaic/article/viewFile/52/55>

UNIÃO DOS PRODUTORES DE BIOENERGIA – UDOP. **Manual UDOP de atuação nas mídias sociais. 2013.** Disponível em: https://www.udop.com.br/ebiblio/pagina/arquivos/15_05_13_manual_udop_midias_sociais_v1.pdf

ESTADÃO. 2020. **Influencers de Finanças Aumentam a Influência com a Crise do Coronavírus.** Disponível em:

<https://investidor.estadao.com.br/comportamento/influencers-de-financas-aumentam-influencia-com-cri-se-do-coronavirus>

ESTADÃO.2020. **Primo Rico e mais 18 influenciadores que vocês precisam conhecer.** Disponível em: <https://investidor.estadao.com.br/coluna/fabrizio-gueratto/primo-rico-e-mais-18-educadores-financeiros-que-voce-precisa-seguir>

<http://www.wikipédia.com.br>. Acesso em: 12 de Março de 2021

<http://www.maisativos.com.br> Acesso em: 2 de Abril de 2021