

DESIGN THINKING E EDUCAÇÃO FINANCEIRA: PROPOSIÇÕES PARA A EDUCAÇÃO INFANTIL

Cecilia Machado Henriques (1)

(1) Universidade Federal de Santa Catarina – ceciliamhenriques@yahoo.com.br

Resumo

O Design Thinking tem sido utilizado na educação e algumas práticas mostram que pode oferecer bons resultados ao criar ambientes mais dinâmicos, tolerar o erro e permitir a constante reconfiguração do espaço e organização das proposições através da iteração. Este artigo apresenta o uso da abordagem Design Thinking para a proposição de vivências sobre educação financeira e consumo sustentável na Educação Infantil. Trata-se de relato de experiência que narra as etapas do Design Thinking: inspiração, idealização e implementação. Os resultados mostram que o Design Thinking aplicado à educação pode ser uma excelente abordagem para a proposição de vivências centradas nas crianças e suas expectativas, bem como mostrou-se adequado à dinâmica da Educação Infantil.

Palavras-chave: Design Thinking, educação financeira, educação para o consumo, Educação Infantil.

Introdução

Já é tradição a educação buscar metodologias, abordagens, técnicas e ferramentas em outras áreas e não surpreende que o Design Thinking tenha entrado nesta lista, pois, partindo da promessa de que poderia ser utilizado para resolver qualquer problema, a educação não poderia escapar de fazer uso dessa abordagem, principalmente pela discussão incansável sobre inovação e criatividade, ampliada principalmente pelo avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação, que exigem reconfiguração da prática docente, do espaço e do tempo escolar.

A busca por inovação e criatividade já foi largamente discutida na educação e certamente não será a adoção de práticas de Design Thinking que resolverá o problema da falta de interesse dos alunos, desmotivação dos professores, falta de qualificação dos docentes, baixos índices de aprendizagem discente ou má gestão dos recursos. Contudo, é uma abordagem que pode ser utilizada para resolver problemas pontuais nas instituições de educação, buscando soluções coletivas que atendam a todos. Do ponto de vista dos conteúdos, pode ser uma abordagem interessante para o uso com assuntos específicos, em especial aqueles interdisciplinares, como ética, saúde, meio ambiente, trabalho e consumo ou pluralidade cultural.

Mas porque o Design Thinking na Educação Infantil? Porque no dia a dia docente, nem sempre é possível saber exatamente o que os alunos precisam ou desejam e os professores, às vezes, acabam apenas fazendo pequenas melhorias incrementais nas proposições. Ademais,

especialmente em Educação Infantil, o registro pedagógico é utilizado, dentre outros, para apontar o que deu certo e o que fracassou nas vivências propostas para o grupo de crianças, assim como o que pode ser melhorado. Contudo, estes registros e reflexões sobre a prática nem sempre têm efeito a curto prazo e o Design Thinking, por ser iterativo, poderia facilitar mudanças nas proposições para aplicação imediata.

Diante dessa realidade, e já tendo experiência com Design Thinking para adultos, foi aplicada a abordagem do Design Thinking com um grupo de vinte e quatro crianças matriculadas na rede pública de Florianópolis/SC. A temática escolhida para as proposições foi educação financeira. Os participantes tinham entre 5 e 6 anos, todos matriculados no último ano da Educação Infantil. A mediadora era conhecida das crianças e tinha bastante familiaridade com todas e com suas famílias. Este artigo apresenta o resultado da aplicação da abordagem Design Thinking para a proposição de vivências sobre educação financeira e consumo sustentável na Educação Infantil. Trata-se de relato de experiência que narra as etapas do Design Thinking: inspiração, idealização e implementação.

A temática educação financeira foi considerada adequada por não ter sido proposta em anos anteriores para o grupo de crianças e porque, em algumas conversas, foi possível perceber que pouco sabiam sobre o assunto ou sobre as relações de consumo de suas famílias. Ademais, educação financeira e sobre consumo é essencial para que os indivíduos aprendam a consumir e possam decidir claramente sobre o uso de seus recursos financeiros. Assim, são essenciais para a saúde financeira dos indivíduos não só orientações sobre consumo consciente e sustentável, como também práticas de educação financeira e direito do consumidor, possibilitando o consumo consciente e esclarecido, que é quando há equilíbrio entre a satisfação das necessidades pessoais, assim como entre o quanto se tem e se pode gastar.

O artigo está estruturado da seguinte forma: introdução, metodologia, resultados e discussão sobre a aplicação do Design Thinking na organização de proposições de educação financeira para a Educação Infantil, considerações finais e referências utilizadas. Espera-se que esta experiência possa contribuir com as discussões sobre o uso do Design Thinking na educação, sobretudo na Educação Infantil e inspirar professores a adotar essa abordagem em sala de aula.

Metodologia

O artigo apresenta o uso da abordagem Design Thinking para a proposição de vivências sobre educação financeira e consumo sustentável na Educação Infantil. A abordagem Design Thinking foi utilizada com o grupo como um teste, buscando-se, principalmente, verificar que

contribuições sua adoção em sala de aula poderia dar para os professores, principalmente quanto a temáticas interdisciplinares. Trata-se de análise qualitativa (GIBBS, 2008; GIL, 2008) que utiliza o relato de experiência para narrar a aplicação prática das etapas do Design Thinking: inspiração, idealização e implementação (BROWN, 2010).

Resultados e discussão: proposições sobre educação financeira utilizando a abordagem Design Thinking

Desde cedo as crianças precisam desenvolver habilidades que as ajudem a escolher entre o que é necessário e o que é supérfluo, o que é essencial e o que pode esperar. Logo, a educação financeira e a educação para o consumo para as crianças devem abordar questões que estimulem a capacidade de escolha consciente e responsável, permitindo que possam gerir seus recursos e exercer a capacidade de escolha (PREGARDIER, 2015).

Consumir é uma atividade como tantas outras que fazem parte do cotidiano humano. Contudo, nem sempre as pessoas estão preparadas para fazer escolhas e compreender como essas escolhas irão se refletir em sua vida, seja do ponto de vista material, seja psicológico. Iniciativas em educação financeira e para o consumo têm surgido desde 1998, com o Programa das Nações Unidas para o desenvolvimento: consumo sustentável. Desde então, muitas surgiram, tais como o Guia de Responsabilidade Social para o Consumidor, publicado em 2004 pelo do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor; Consumo Sustentável: Manual de Educação, publicado em 2005 pelo Ministério da Educação; o Decreto nº 7.397, de 22 de dezembro de 2010, que trata da estratégia Nacional de Educação Financeira; o material Consumismo Infantil: na contramão da sustentabilidade, publicado em 2012 pelo Ministério do Meio Ambiente; e a Resolução nº 163, de 13 de março de 2014, que dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente.

A Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), instituída em dezembro de 2010, pelo decreto nº 7.397, tem como objetivos principais: promover e fomentar a cultura de Educação Financeira no país, ampliar o nível de compreensão do cidadão para efetuar escolhas conscientes relativas à administração de seus recursos e contribuir para a eficiência e solidez dos mercados financeiro, de capitais, de seguros, de previdência e de capitalização (BRASIL, 2010). Outros materiais que merecem destaque são: Meio ambiente e consumo: coleção educação para o consumo responsável (2002a); Saúde e segurança do consumidor: coleção educação para o consumo responsável (2002b); Publicidade e consumo: coleção educação para o consumo responsável (2002c); e Direitos do consumidor e ética no consumo: coleção

educação para o consumo responsável (2002d), todos produzidos pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial, em parceria com o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor.

Segundo Bauman (2008), “a maioria das mercadorias oferecidas no mercado de consumo deve sua atração e seu poder de recrutar consumidores ávidos a seu valor de investimento, seja ele genuíno ou suposto, anunciado de forma explícita ou indireta” (p. 75). Nas palavras do autor, novos produtos despertam entusiasmo porque prometem fornecer aquilo que os consumidores precisam (BAUMAN, 2008). Contudo, se de um lado “o consumo é um investimento em tudo que serve para o “valor social” e a autoestima do indivíduo” (BAUMAN, 2008, p. 76), de outro, é também um ato de cidadania, por isso é preciso aprender a lidar com dinheiro desde cedo, de forma responsável e prazerosa.

O Design Thinking foi popularizado pela IDEO, empresa de consultoria e design sediada em Palo Alto, Califórnia, região do Vale do Silício. Segundo Brown (2010), o Design Thinking é uma abordagem cuja inovação está centrada na pessoa. Assim, as preocupações daqueles que a utilizam centram-se nos usuários do produto ou do serviço. Segundo Brown (2010), para fazer Design Thinking, os profissionais envolvidos devem ter um perfil de Design Thinker, o que envolve: empatia, pensamento integrador, experimentador e colaborador. Com isso, segundo o autor, irão priorizar as pessoas, questionarão aquilo que é importante para conseguir uma melhoria, buscarão novos caminhos e serão capazes de se relacionar com pessoas de outras especialidades (BROWN, 2010).

Brown (2010, p. 26) afirma que “[...] é comum ver designers trabalhando com psicólogos e etnógrafos, engenheiros e cientistas, especialistas em marketing e administração, escritores e cineastas”. Então, porque não aproximá-lo da educação, área interdisciplinar por natureza, que muito busca ferramentas, métodos e recursos em outras áreas? Apesar de ser uma abordagem nova, a busca pelo termo “design thinking” no Banco de Dissertações e Teses da CAPES retorna 147 materiais, com data a partir de 2011, do tipo: Mestrado (81), 43 Mestrado Profissional (43) e Doutorado (23). Já a busca pelos termos “design thinking” AND educação, retorna 44 materiais, dos quais: Doutorado (12), Mestrado (23) e Mestrado Profissional (9), o que mostra significativa preocupação com sua aplicação na educação. A busca pelo termo “educação financeira” retorna 264 resultados, dos quais: Doutorado (27), Mestrado (85), Mestrado Profissional (137) e Profissionalizante (13), sendo a publicação mais antiga de 2002. Ou seja, duas temáticas relativamente novas, mas com produção acadêmica significativa.

O primeiro estágio de processo de design costuma se referir à identificação das restrições mais importantes e à definição de critérios para sua avaliação. As restrições podem ser melhor visualizadas em função de três critérios: *desejabilidade*, que corresponde ao que faz sentido para as pessoas; *praticabilidade*, que significa ser funcionalmente possível num futuro próximo; e *viabilidade*, indicando que provavelmente se tornará parte de um modelo sustentável (BROWN, 2010).

O Design Thinking utiliza o pensamento abduutivo, com o qual busca-se formular questionamentos através da apreensão ou compreensão dos fenômenos, sendo formuladas perguntas a partir das informações coletadas na observação do problema (VIANNA et al., 2012). Conforme já destacado, o Design Thinking conta com os seguintes espaços para sua realização: inspiração, idealização e implementação. Já Vianna et al (2012) dividem em imersão, análise e síntese, ideação e prototipação. Em suma, pode-se afirmar que, na *inspiração* (ou *imersão*), busca-se saber tudo sobre o problema a ser solucionado; na *idealização* (ou *ideação*) são geradas as ideias que podem vir a se tornar a solução do problema; e na *implementação* (ou *prototipação*), as ideias ganham forma, através de protótipos que são testados e avaliados, podendo ser validados ou não (BROWN, 2010; VIANNA et al, 2012).

O protótipo é muito relevante, pois transforma a ideia em algo tangível, que poderá ser testado, melhorado e repensado. O ganho maior da prototipagem, além da experimentação, é a identificação de novos caminhos a seguir para a melhoria da ideia. Brown (2010, p. 83) afirma que a prototipagem é “[...] um dos processos mais fundamentais por meio dos quais exploramos o universo, liberamos nossa imaginação e abrimos a mente para novas possibilidades”. Como ajuda a esclarecer a ideia para a inovação o mais cedo possível, torna-se uma maneira fácil e rápida de testar e validar ideias, permitindo que se decida rapidamente sobre quais rumos tomar. O quadro 1, a seguir, mostra como as fases do Design Thinking foram utilizadas para elaborar e organizar as primeiras proposições sobre educação financeira para as crianças. Foram utilizados os espaços de *inspiração*, *idealização* e *implementação*, propostos por Brown (2010).

Quadro 1 – Primeira aplicação do Design Thinking na organização de proposições de educação financeira para crianças

Fase do Design Thinking	O que foi realizado	Resultados
Inspiração	1) Entrevistas com as crianças sobre trabalho dos familiares, compras e pagamentos realizados em suas casas; 2) Conversa com as famílias para compreender como abordam o assunto com as crianças; 3) Busca por projetos realizados sobre a temática.	As crianças sabem pouco sobre os hábitos de consumo de seus familiares; O que as crianças sabem é fruto da observação e não do diálogo;



		Aquelas crianças que as famílias conversam sobre o assunto em casa, compreendem as relações de troca trabalho-dinheiro-produto/serviço; Aquelas famílias em que o diálogo é mais restrito, pouco ou nada compreendem das relações de troca trabalho-dinheiro-produto/serviço; Os pais geralmente não inserem as crianças nas decisões de compra, p. ex., porque comprar um produto de uma marca e não de outra ou porque pagar em dinheiro ou cartão.
Idealização	A partir das entrevistas e conversas com as crianças e famílias, foram propostas vivências diversas relacionadas à temática e ao seu contexto: <ul style="list-style-type: none">• Construção de espaço itinerante onde fosse possível estabelecer relações de troca, tais como mercadinho, salão de beleza, pet shop, farmácia, médico, restaurante, oficina, etc.;• Saídas para ir à feira;• Construção de tabelas de gastos na feira;• Pesquisas sobre tipos pagamentos e moedas de outros países;• Uso de dinheiro fictício;• Jogos para decisões de compra: tabuleiro, cartas, objetos diversos, etc.;• Leituras sobre a temática.	Muitas ideias surgiram, principalmente relacionadas ao faz de conta e a representação do dia a dia. Contudo, muitas não puderam ser prototipadas por questões de espaço, tempo e materiais disponíveis. Outras não correspondiam a idade das crianças e foram eliminadas.
Implementação	Foram prototipadas: Mercadinho com a reutilização de embalagens e salão de beleza com produtos de higiene e beleza do dia a dia. Para as relações de troca foi utilizado dinheiro fictício. Adicional ao dinheiro, as crianças incluíram o “caderninho”, comum no dia a dia das famílias que fazem compras nos mercados de bairro. Foram realizadas algumas saídas para a feira e construídas tabelas com as quantidades e valor dos alimentos para comparação de gasto e quantidades comprada.	No início foi possível identificar certa dificuldade das crianças em estabelecer relações nas brincadeiras, especialmente, relações de troca. O que levou a organização de proposições mediadas pelos adultos. As saídas para a feira foram muito atrativas e as crianças já esperavam ansiosas o dia em que ocorreriam, muitas querendo participar da organização das tabelas e saber os valores e quantidades.

Fonte: elaborado pela autora.

As crianças puderam utilizar os espaços e vivenciar as proposições repetidas vezes ao longo do ano. As tabelas da feira ficaram expostas na sala para que elas pudessem analisar e comparar a cada inclusão de dados. Segundo as famílias, houve significativa mudança no comportamento das crianças em relação ao dinheiro e às situações de compra, pois elas começaram a se mostrar mais participativas e a querer saber preços dos itens e motivações para

compra. Algumas famílias passaram a incentivar a poupança, com cofrinhos e pequenas mesadas.

Quadro 2 – Segunda aplicação do Design Thinking na organização de proposições de educação financeira para crianças

Fase do Design Thinking	O que foi realizado	Resultados
Inspiração	1) Observação das brincadeiras nos espaços prototipados; 2) Busca por novas proposições; 3) Busca de recursos digitais para ampliar o repertório das crianças.	Com o tempo, as crianças conseguiram estabelecer relações nas brincadeiras e, compreendendo como funcionam as relações de troca, passaram a criar distintas e variadas situações no faz de conta; Muitas passaram a integrar espaços de brincadeira (casinha, mercado, médico, salão, etc.), mostrando claramente sua compreensão sobre as relações de troca na sociedade em que vivem; As crianças, compreendendo a relação trabalho-rendimento, começaram a criar novas brincadeiras e proposições; Há poucos recursos digitais sobre a temática para a Educação Infantil.
Idealização	A partir das observações realizadas e das buscas por novas proposições e recursos digitais, as novas vivências propostas foram: <ul style="list-style-type: none"> • Integração com outros grupos de crianças, para conhecer um pouco suas experiências com finanças e estabelecer novas relações; • Elaboração de receitas e cálculo dos gastos com ingredientes; • Uso de outros recursos para pagamento, como cartão de crédito, boleto e cheque; • Uso de aplicativo ou objetos de aprendizagem para abordagem da temática. 	Muitas das ideias foram para incrementar as proposições anteriores, na tentativa de ampliar o repertório das crianças e inserir novos conceitos.
Implementação	Foram prototipadas: Elaboração de receitas e cálculo dos gastos com ingredientes. Os valores foram expostos em tabelas, como no caso da feira, juntamente com as quantidades de cada ingrediente e o resultado final, calculado o valor total e da porção por criança. Uso de outros recursos para pagamento, como cartão de crédito, caderninho, boleto e cheque.	As receitas e tabelas de valores geraram muita curiosidade e, diariamente, era possível observá-las analisando as tabelas e perguntando sobre os valores. Com o uso de outros recursos para pagamento foi possível conhecer um pouco mais das relações financeiras das famílias, pois as crianças constantemente destacavam o que seus familiares utilizavam. Durante as brincadeiras, alguns questionamentos surgiram sobre o

	Integração com outros grupos de crianças.	<p>uso desses recursos para pagamento, principalmente para saber onde estaria o dinheiro.</p> <p>Na integração com outros grupos de crianças foi possível vê-las aplicando seus conhecimentos financeiros ao explicarem aos demais como era a organização das proposições e como eram realizados os pagamentos, por exemplo.</p>
--	---	--

Fonte: elaborado pela autora

A segunda aplicação do Design Thinking permitiu melhores insights, pois foi possível observar as crianças brincando e perceber como interagem, o que e como fazem ou falam sobre consumo e sua relação familiar com dinheiro. Isso mostra não só o conhecimento que têm sobre o assunto, mas também as práticas domésticas e a relação dos chefes de família com o trabalho, renda e consumo, incluindo as necessidades atendidas e não atendidas.

A abordagem Design Thinking está alicerçada sobre conceitos de colaboração, empatia e testagem de ideias e mostrou-se interessante para as temáticas educação financeira e educação para o consumo. Segundo Brown (2010), há três áreas significativas nas quais o Design Thinking pode promover mudança: informar sobre os riscos e expor os verdadeiros custos das escolhas, reavaliar sistemas e processos utilizados para criar coisas novas e incentivar as pessoas a adotar comportamentos mais sustentáveis. Considerando, então, que a educação financeira e a educação para o consumo se preocupam com as escolhas e os comportamentos das pessoas, nada mais adequado que uni-las com o Design Thinking, uma vez que há preocupação com o consumo consciente e a tomada de decisão sobre as relações de troca. Contudo, se for uma educação financeira pautada apenas no acúmulo de dinheiro e seu rendimento, outras abordagens podem ser mais convenientes.

Considerações Finais

Como pode-se perceber, ao utilizar o Design Thinking para abordar a temática educação financeira, é possível fugir da premissa de que todas as pessoas querem ser ricas e ter muito dinheiro na conta bancária e buscar alternativas de consumo sustentável, substituição de itens e alternativas de consumo. Aprender com o outro, adiar as críticas, incentivar ideias aparentemente malucas, tomar por base as ideias dos outros e manter-se concentrado no tópico podem parecer tarefas árduas demais, mas o Design Thinking mostrou-se útil para estimular as

crianças a trabalharem juntas para resolver problemas financeiros ou relacionados ao consumo consciente, gerando soluções adequadas ao momento vivenciado e à idade e conhecimento dos envolvidos.

Do ponto de vista das proposições organizadas, pode-se dizer que tiveram sucesso, pois as crianças mostraram-se engajadas e geralmente pediam para ir para os espaços organizados. Muitas extrapolaram os conceitos abordados, mostrando claro envolvimento e participação da família, uma vez que levaram para os encontros assuntos e argumentos que não haviam sido abordados nas proposições.

A principal restrição foi a inexistência de lugares variados para realizar as proposições, as quais acabaram sendo realizadas em sala de aula, cuja reconfiguração imediata é quase impossível. Afora isso, as famílias mostraram-se bastante receptivas e envolvidas com a temática, principalmente em casa, ao manter o diálogo e envolver as crianças nas decisões financeiras do dia a dia. O Design Thinking é uma abordagem simples, dinâmica, que produz muitos insights e seu caráter iterativo permitiu que as proposições fossem reconstruídas à medida que iam acontecendo, o que é extremamente útil para a dinâmica da Educação Infantil.

Por fim, cabe destacar que a maioria das publicações referem-se somente ao consumo sustentável, preocupados com o meio ambiente e a produção de resíduos, ficando à margem as práticas que orientem para o consumo de produtos ou serviços, meios de pagamento, juros ou rendimentos, por exemplo. São de extrema importância os estudos sobre consumo e meio ambiente, mas também são relevantes para a sociedade os estudos e práticas de educação sobre consumo e finanças, visando, principalmente, maior controle das finanças pessoais e o consumo racional de produtos e serviços.

Referências

BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2008.

BRASIL. **Decreto nº 7.397**, de 22 de dezembro de 2010. Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF). Brasília, DF: Senado Federal, 2010. Acesso em 25 de maio de 2018.

BRASIL. Ministério da Educação. **Consumo Sustentável**: manual de educação. Brasília: MMA/MEC/IDEC, 2005.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Consumismo Infantil**: na contramão da sustentabilidade. Brasília: MMA/Instituto Allana, 2012.

BRASIL. Secretaria de Direitos Humanos. Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente. **Resolução nº 163**, de 13 de março de 2014. Dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil. Brasília, DF: SDH, 2014.

BROWN, T. **Design Thinking**: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. São Paulo: Elsevier, 2010.

ESTRATÉGIA NACIONAL DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA (ENEF), 2018. Disponível em: <http://www.vidaedinheiro.gov.br/> Acesso em 25 de maio de 2018.

GIBBS, G. **Análise de dados qualitativos**. Artmed: São Paulo, 2008.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

INMETRO; IDEC. **Meio ambiente e consumo**: coleção educação para o consumo responsável. São Paulo: IDEC, 2002a.

INMETRO; IDEC. **Saúde e segurança do consumidor**: coleção educação para o consumo responsável. São Paulo: IDEC, 2002b.

INMETRO; IDEC. **Publicidade e consumo**: coleção educação para o consumo responsável. São Paulo: IDEC, 2002c.

INMETRO; IDEC. **Direitos do consumidor e ética no consumo**: coleção educação para o consumo responsável. São Paulo: IDEC, 2002d.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Guia de responsabilidade social para o consumidor**. São Paulo, IDEC, 2004.

PREGARDIER, A. **Educação Financeira**: jogos para sala de aula. Porto Alegre: Age, 2015.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. **Consumo sustentável**. Trad. Admond Ben Meir. São Paulo: Secretaria do Meio Ambiente/IDEC/Consumers International, 1998.

VIANNA, M. et al. **Design thinking**: inovação em negócios. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.