



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DO CONSUMO
BACHARELADO EM CIÊNCIAS DO CONSUMO

JOANNA D'ARK DA SILVA XAVIER

RELATÓRIO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO PROJETO DE EXTENSÃO
EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO COMO TRANSFORMAÇÃO SOCIAL.

Recife, julho de 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DO CONSUMO
BACHARELADO EM CIÊNCIAS DO CONSUMO

JOANNA D'ARKDA SILVA XAVIER

RELATÓRIO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO PROJETO DE EXTENSÃO
EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO COMO TRANSFORMAÇÃO SOCIAL.

Relatório apresentado como requisito
para a Conclusão do Curso de
Bacharelado em Ciência do Consumo.

Professora orientadora:
Laurileide Barbosa Da Silva
Co orientadora: Dayse Amâncio dos
Santos Veras Freitas

Agradecimentos

Em primeiro lugar, agradeço a Jesus Cristo, pois, por meio de Seus ensinamentos, pude aprender e colocá-los em prática. Isso me tornou a pessoa que sou hoje: alguém íntegro, que segue e ama o próximo acima de tudo. Como está escrito em Colossenses 3:14: "Acima de tudo, porém, revistam-se do amor, que é o elo perfeito".

Agradeço também à minha família, com quem aprendi, por meio de exemplos e experiências, a tomar decisões sábias e a evitar os caminhos errados. Eles me ensinaram a ser uma pessoa determinada, com o foco no alvo, sem desviar nem para a direita, nem para a esquerda.

Sou grata aos meus amigos de fora da universidade, que sempre estiveram ao meu lado, e também aos amigos que fiz durante essa jornada acadêmica — em especial, três colegas de turma com quem pude contar e que sempre me ofereceram o apoio que eu precisava. Por fim, agradeço às minhas orientadoras de projeto, que foram fundamentais para me dar direção, tanto dentro da universidade quanto na definição de meus objetivos pessoais. Com elas, aprendi e cresci a cada dia.

Resumo

Este relatório apresenta os resultados do Projeto de extensão intitulado: EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO COMO TRANSFORMAÇÃO SOCIAL, desenvolvido pelo Departamento de Ciências do Consumo da UFRPE, em parceria com o PROCON-PE, com foco na educação financeira e prevenção superendividamento. O projeto evidenciou o contexto da sociedade de consumo, na qual a publicidade, o acesso facilitado ao crédito e a falta de planejamento contribuem para o endividamento crescente das famílias. Segundo dados da CNC (2023), 72% das famílias brasileiras estavam endividadas, sendo 9% em situação de superendividamento. A literatura aponta que fatores como renda, escolaridade e controle emocional influenciam o comportamento financeiro. A educação se apresenta como ferramenta essencial para o consumo consciente e a redução das desigualdades sociais, particularmente das pessoas endividadas. As ações extensionistas desenvolvidas pelo projeto buscaram promover a cidadania financeira através de atividades, tais como: atendimentos individuais, palestras e produção de materiais educativos, seja impresso ou nas mídias sociais.

Palavras-chave: Projeto de extensão. Consumo. Superendividamento. Educação financeira.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	6	2.
FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	8	3.
OBJETIVOS: GERAL E ESPECÍFICOS.....	10	4.
METODOLOGIA.....	11	5.
RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	12	6.
ATIVIDADE 1.....	14	7.
ATIVIDADE 2.....	16	8.
ATIVIDADE 3.....	18	9.
PREMIAÇÃO - SELO ODS.....	20	10.
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	21	11.
REFERÊNCIAS.....	22	

1. INTRODUÇÃO

A crescente complexidade do consumo na sociedade contemporânea, marcada pela facilidade de acesso ao crédito, pela publicidade persuasiva e por hábitos financeiros desorganizados, têm contribuído para o aumento expressivo do endividamento entre as famílias brasileiras. Nesse contexto, a educação financeira surge como uma ferramenta essencial para a construção da cidadania e a redução das desigualdades sociais, ao oferecer conhecimento e estratégias que permitam decisões de consumo mais conscientes.

De acordo com Zerrenner (2007), a educação financeira tem o potencial de alterar comportamentos, reestruturar preferências e estimular escolhas mais conscientes. Ferreira (2000) complementa que a educação continua sendo a variável de maior poder explicativo para a desigualdade brasileira, o que reforça sua importância como ferramenta de inclusão social e de redução das vulnerabilidades econômicas. Assim, a educação financeira se apresenta não apenas como uma estratégia de controle orçamentário, mas como um instrumento de empoderamento individual e coletivo.

O Projeto de Extensão "Educação para o Consumo como Transformação Social", desenvolvido pelo Departamento de Ciências do Consumo da UFRPE em parceria com o PROCON-PE, teve como principal objetivo promover ações educativas voltadas à prevenção e ao enfrentamento do superendividamento. As atividades realizadas incluíram desde atendimentos individualizados até mutirões de negociação, palestras e produção de conteúdo informativo para redes sociais que no caso da criação de conteúdo era o meu foco como estudante bolsista do projeto.

Este relatório tem por finalidade descrever e refletir sobre as atividades vivenciadas ao longo do projeto, destacando seus resultados e contribuições acadêmicas, sociais e pessoais.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Vivemos em uma sociedade de consumo, cujo objetivo é o lucro. Essa sociedade possui como características: produzir inúmeros artigos de consumo, gerar necessidades artificiais e utilizar a publicidade como meio para estimular o consumismo. Muitas vezes nos leva à ilusão de um padrão de vida irreal, que contribui para a desorganização financeira. Segundo Campos e Fragoso (2023), o consumo entre jovens de baixa renda tornou-se, além de necessidade, um meio de pertencimento social e emocional, sendo estimulado por influenciadores digitais e facilidades de crédito via aplicativos, o que aumenta a exposição à inadimplência em um cenário de instabilidade econômica.

Nesse sentido, Silva (2004) argumenta que o nível de renda influencia a forma como as famílias consomem, uma vez que cada categoria de despesa se torna mais ou menos relevante na composição do orçamento, conforme a progressão da renda familiar. Para o autor, as despesas com alimentação, habitação, transporte, saúde e vestuário são consideradas as mais básicas de uma família e representam os recursos financeiros não discricionários presentes em todos os orçamentos familiares, principalmente nas famílias de baixa renda.

Complementando, no estudo direcionado para determinantes psicológicos, sociais e, principalmente, econômicos, Livingstone e Lunt (1991) descobriram que os indivíduos que poupam, comparados com os não poupadores, possuem maior renda, maior nível de educação, são mais otimistas, acreditam estar no controle de suas finanças e possuem um maior monitoramento dessas finanças.

A pandemia de COVID-19 aprofundou ainda mais esse quadro. Segundo Santos e Moura (2022), o consumo passou a ocupar também o lugar da compensação emocional, especialmente entre jovens e mulheres, favorecendo o uso do crédito como meio de sobrevivência. Nesse contexto, Costa e Alves (2023) mostram que os jovens são particularmente afetados por influências digitais e pela facilidade de

crédito online, o que configura uma equação de alto risco de endividamento precoce.

Fonseca e Oliveira (2022) argumentam que a educação financeira deve ser compreendida como uma ferramenta de transformação social, voltada à superação das desigualdades e ao fortalecimento da cidadania econômica, especialmente em contextos de exclusão e precarização das relações de consumo.

Novos padrões de consumo aliados à falta de hábito do uso planejado do crédito e influenciados pelo crescente avanço das opções de escolhas alimentam os desejos e as necessidades das pessoas, que excedem em suas compras, comprometendo sua capacidade de pagamento (Schmidt Neto, 2009). É fato que a facilidade de crédito tem contribuído significativamente para um nível maior de endividamento e inadimplência do consumidor (Feinberg, 1986; Miotto, 2013; Thomas; Desai; Sreenivasan, 2011). Dentre as opções de crédito disponíveis no mercado financeiro, Feinberg (1986) destaca o cartão de crédito como sendo uma das mais utilizadas e, ao mesmo tempo, de maior preocupação para o equilíbrio e o controle da inadimplência gerado pelo seu não pagamento.

APesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor/PEIC (CNC, 2023), divulgada mensalmente pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, tem revelado um cenário muito difícil para as famílias brasileiras, comprometendo a condição e a qualidade de vida da população no Brasil. Em março de 2023, cerca de 72% das famílias estavam endividadas, principalmente com o cartão de crédito. Do percentual de famílias endividadas, aproximadamente 9% eram superendividadas. Esse cenário se agrava ainda mais com a alta da taxa básica de juros praticada no país, chamada de Taxa SELIC, que atingiu o patamar de pouco mais de 13% ao ano.

ATaxa Selic é a referência para as taxas de juros aplicadas pelos cartões de crédito aos consumidores inadimplentes. De forma geral, a taxa aplicada pelos cartões de crédito é de aproximadamente 400% ao ano. Por fim, o estudo de Soman (2001) defende a proposição de que a dissonância cognitiva pode levar o usuário de cartão

de crédito a gastar mais do que aqueles que pagam à vista, o que faz com que este venha, possivelmente, no futuro, a apresentar problemas quanto à sua quitação. Embora os estudos de Ponchio (2006) evidenciam que quanto menor for a instrução, maior será a tendência do indivíduo em assumir carnês, para Ferreira (2000, p. 24), as “evidências empíricas sugerem fortemente que a educação continua sendo a variável de maior poder explicativo para a desigualdade brasileira e as relações de consumo”. O impacto da educação acumulada pelo trabalhador sobre a renda percebida é significativamente superior a qualquer outro fator (Ferreira, 2000). Sendo assim, desníveis educacionais seriam os principais responsáveis pelos desníveis de renda e, conseqüentemente, pela desigualdade social, o que reforça a valorização de políticas que visem aumentar o nível educacional da população brasileira.

No âmbito do endividamento e da inadimplência, Zerrenner (2007) descreve que a educação financeira, no sentido da formação para o consumo, constitui uma ferramenta que auxilia a mudar as preferências do consumidor, monitorando o seu comportamento, alterando incentivos e modificando regras que podem não apenas diminuir os gastos, mas contribuir para uma maior segurança nas compras realizadas pelos consumidores. Na concepção de Slomp (2008), acredita-se que um dos fatores preditores do endividamento é o fato de os consumidores não possuírem o real conhecimento dos compromissos que estão assumindo. Segundo Franco (2010), o consumidor acaba se tornando endividado mesmo sem ter de fato a noção da sua situação. A falta de planejamento traz para o indivíduo o acúmulo de dívidas acima dos seus rendimentos auferidos e contribui para que este tenha dificuldade de honrar com todos os compromissos financeiros assumidos. Para Moura (2005), o aumento das dívidas dos indivíduos ampliou o desenvolvimento de pesquisas sobre a concessão de crédito nas mais diversas áreas.

Nessa perspectiva, o tema proposto para este Programa de Extensão exige uma visão da totalidade, de forma crítica e transformadora. Neste sentido, a Sociologia focaliza seus estudos nos fatores demográficos, como idade, gênero, circunstâncias familiares e classe social; a Economia preocupa-se mais com as relações econômicas; e a Psicologia focaliza o processo de tomada de decisão e a interpretação dos valores (Furnham, 1984). Todos esses aspectos nos remetem aos

conhecimentos adquiridos na formação do Bacharelado em Ciências do Consumo, curso que pretende aprofundar, dentre outras, a temática do endividamento. Complementando, Zerrenner (2007) e Slomp (2008) já defendiam que a educação para o consumo é capaz de alterar comportamentos, reestruturar preferências e estimular o consumo consciente. A Psicologia do Consumo também tem se debruçado sobre esses fenômenos. Furnham (1984) e Miotto (2013) destacam como aspectos emocionais, culturais e cognitivos influenciam as decisões financeiras. Para Moura (2005), o crescimento das dívidas estimulou novas pesquisas sobre o acesso e o uso do crédito, evidenciando a necessidade de intervenções educativas no campo do consumo.

Assim, políticas públicas e projetos de extensão voltados à educação financeira cumprem um papel essencial na construção de uma sociedade mais equitativa e preparada para lidar com os desafios do mercado de consumo contemporâneo.

Por fim, a atuação extensionista em educação financeira pode contribuir com políticas públicas de transformação social. Barros e Teles (2022) destacam que a educação para o consumo consciente deve integrar os currículos escolares e as ações comunitárias. Nesse sentido, os cursos de Ciências do Consumo assumem papel essencial na formação crítica de cidadãos consumidores, capazes de atuar de forma autônoma e sustentável em uma sociedade regida pelo capital.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO COMO TRANSFORMAÇÃO SOCIAL, desenvolvido pelo Departamento de Ciências do Consumo da UFRPE, em parceria com o PROCON-PE, com foco na educação financeira e prevenção ao superendividamento.

3.2 Objetivos Específicos

1. Descrever as atividades desenvolvidas pelo referido projeto;
2. Analisar as ações realizadas em parceria com o PROCON PE;

3. Avaliar os resultados do projeto, considerando as atividades e ações desenvolvidas.

4. METODOLOGIA

A metodologia adotada neste relatório está fundamentada na abordagem qualitativa, com foco descritivo e analítico, voltada para a avaliação das ações desenvolvidas no âmbito do Projeto de Extensão *Educação para o Consumo como Transformação Social*. As atividades foram realizadas no Departamento de Ciências do Consumo da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), em parceria com o PROCON-PE, instituição colaboradora na execução das atividades do projeto.

Para alcançar os objetivos propostos, as informações foram coletadas por meio da observação direta das atividades realizadas durante o período de agosto de 2023 a dezembro de 2024, da análise documental de relatórios, registros e materiais produzidos pelo projeto, bem como da participação ativa nas ações extensionistas. Também foram considerados relatos e registros das reuniões com os parceiros institucionais, especialmente o PROCON-PE.

As atividades foram sistematizadas com o intuito de apresentar de forma clara e detalhada as ações realizadas e sua articulação com a educação financeira. A análise dos dados foi conduzida com base nos objetivos específicos do relatório: descrever as atividades desenvolvidas, examinar a efetividade das ações em parceria com o PROCON-PE e avaliar os resultados alcançados pelo projeto, considerando sua contribuição para a transformação social por meio da educação financeira e para o consumo.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

ATIVIDADE 1

Conforme os procedimentos metodológicos descritos anteriormente, os dados e informações aqui apresentados foram coletados a partir da participação direta nas atividades do projeto de extensão e da observação das práticas desenvolvidas em parceria com os diversos órgãos envolvidos. Dentre essas ações, destaca-se como marco significativo a realização do evento de lançamento do programa *Educação Financeira e para o Consumo*, ao qual o Projeto de Extensão *Educação para o Consumo como Transformação Social* é vinculado.

O evento foi realizado em 31 de agosto de 2023, das 14h às 18h, no auditório da Biblioteca Setorial da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), reunindo um público de 84 pessoas, entre estudantes, docentes e servidores técnico-administrativos. A organização ficou sob responsabilidade das bolsistas do projeto, demonstrando o protagonismo estudantil e a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos na prática extensionista.

A programação contou com uma mesa-redonda composta por representantes de instituições parceiras, como o Tribunal de Justiça de Pernambuco (TJPE), o PROCON-PE e o Departamento de Qualidade de Vida da UFRPE. A coordenadora do programa, professora Dayse Amâncio dos Santos, fez a abertura oficial, contextualizando os objetivos da iniciativa. Na sequência, os representantes Vivian Kelen (TJPE), Hugo Souza (PROCON-PE) e Islla Thairine (DQV/UFRPE) destacaram, em suas falas, a importância da articulação interinstitucional para o fortalecimento da educação financeira como instrumento de cidadania.

As bolsistas Maria Érika Vieira da Silva, Joana D'arc da Silva Xavier e Eduarda Elvira Alves de Freitas também apresentaram suas frentes de atuação no programa, bem como os canais oficiais de comunicação do Núcleo Interdisciplinar de Estudos em

Direito (NIED), ao qual o projeto está vinculado. O evento também proporcionou um momento de interação com o público, por meio de perguntas, contribuições espontâneas e um sorteio temático, promovendo o engajamento dos participantes com a temática abordada.

O encerramento foi marcado por um coffee break, que favoreceu a socialização entre os presentes e reforçou o caráter formativo e colaborativo da atividade. A partir da observação e análise desse evento, foi possível constatar o impacto positivo da iniciativa no ambiente universitário, sobretudo no que se refere à sensibilização para práticas de consumo consciente e à democratização do acesso à informação sobre direitos do consumidor e prevenção ao superendividamento.

Esse resultado evidencia a importância do projeto como espaço de aprendizagem prática, construção coletiva de saberes e promoção da cidadania, cumprindo plenamente os objetivos previstos e contribuindo para a formação crítica e interdisciplinar das estudantes envolvidas.

Figuras 1 e 2: Lançamento do Programa



Durante as ações desenvolvidas pelo projeto, uma das frentes de atuação envolveu a produção de conteúdos informativos e educativos para redes sociais, com o objetivo de sensibilizar a população sobre os riscos do endividamento e seus desdobramentos. As postagens apresentadas abaixo abordaram, de forma

acessível e fundamentada, como o endividamento excessivo não afeta apenas a vida financeira das pessoas, mas repercute profundamente em sua saúde física, emocional e nas relações sociais.

As análises realizadas evidenciam que o endividamento pode desencadear um ciclo contínuo de preocupações, sentimentos de impotência e perda de controle, que geram estresse emocional, ansiedade e, em casos mais graves, quadros depressivos. Essa compreensão é corroborada por Fonseca e Oliveira (2022), ao apontarem que o endividamento compromete não apenas o consumo presente, mas também impacta negativamente a qualidade de vida futura, produzindo sentimentos de frustração, culpa e incapacidade.

Além dos danos psicológicos, os efeitos do endividamento estendem-se à saúde física. Segundo Schmidt Neto (2009), o estresse financeiro crônico está associado ao surgimento de distúrbios psicossomáticos, como insônia, dores musculares, crises de enxaqueca, problemas gástricos e hipertensão arterial. Tais manifestações evidenciam como a tensão constante provocada pelas dívidas interfere diretamente no funcionamento do corpo, prejudicando o desempenho no trabalho, o sono e a capacidade de tomar decisões de forma racional.

No contexto familiar, os impactos do endividamento também são expressivos. Campos e Fragoso (2023) destacam que, em situações de dificuldades financeiras, aumentam os conflitos entre cônjuges e familiares, especialmente quando há divergências sobre prioridades de consumo e gestão do orçamento doméstico. A instabilidade gerada pela escassez de recursos, sobretudo quando compromete necessidades básicas como alimentação, moradia ou transporte, transforma o ambiente doméstico — que deveria ser um espaço de apoio — em um local de tensão constante.

Essas observações reforçam a importância da educação financeira crítica e contextualizada como ferramenta de prevenção e enfrentamento ao endividamento. Conforme apontam Costa e Alves (2023), a alfabetização financeira, quando integrada às realidades sociais dos indivíduos, contribui não apenas para o equilíbrio do orçamento familiar, mas também para o fortalecimento da cidadania, promovendo autonomia, bem-estar e transformação social.

Assim, os conteúdos produzidos ao longo do projeto dialogam diretamente com os objetivos do projeto de extensão e demonstram o papel pedagógico das ações educativas no combate ao superendividamento. Ao abordar a questão de forma interdisciplinar e sensível às realidades vividas pelas pessoas, o projeto contribui para a construção de práticas de consumo mais conscientes e sustentáveis, alinhadas à promoção do bem-estar integral dos cidadãos.

Figuras 3 e 4 - Material criado para instagram do núcleo interdisciplinar de estudos em direito - NIED.

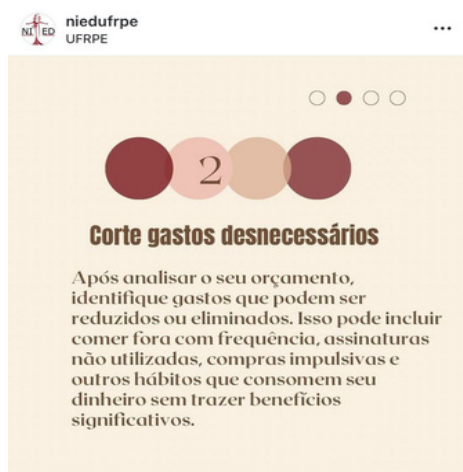


Curtido por erika_vieira10 e outras pessoas
niedufrpe Oi pessoal, Segue algumas dicas que podem te ajudar no final do mês.
Envia esse post para aquele amigo que precisa. 📌 📌
#consumidor #cienciasdoconsumo
#consumo#educacaofinanceira
25 de julho de 2023



Curtido por erika_vieira10 e outras pessoas
niedufrpe Oi pessoal, Segue algumas dicas que podem te ajudar no final do mês.
Envia esse post para aquele amigo que precisa. 📌 📌
#consumidor #cienciasdoconsumo
#consumo#educacaofinanceira
25 de julho de 2023

Figuras 5 e 6 - Material criado para instagram do núcleo interdisciplinar de estudos em direito - NIED.



Curtido por erika_vieira10 e outras pessoas
niedufrpe Oi pessoal, Segue algumas dicas que podem te ajudar no final do mês.
Envia esse post para aquele amigo que precisa. 📌 📌
#consumidor #cienciasdoconsumo
#consumo#educacaofinanceira
25 de julho de 2023

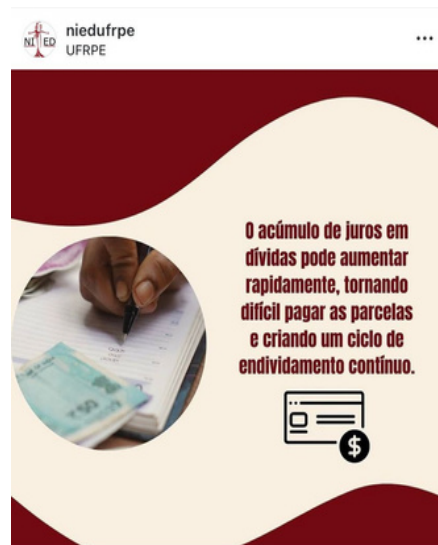


Curtido por erika_vieira10 e outras pessoas
niedufrpe Oi pessoal, Segue algumas dicas que podem te ajudar no final do mês.
Envia esse post para aquele amigo que precisa. 📌 📌
#consumidor #cienciasdoconsumo
#consumo#educacaofinanceira
25 de julho de 2023

Figuras 7 e 8- Post no instagram sobre os perigos do endividamento



Curtido por erika_vieira10 e outras pessoas
niedufrpe Você sabe quais são os perigos do endividamento?
Se liga: >>>>>>... mais
2 de agosto de 2023



Curtido por erika_vieira10 e outras pessoas
niedufrpe Você sabe quais são os perigos do endividamento?
Se liga: >>>>>>... mais
2 de agosto de 2023

Figura 9-Post no instagram sobre o impacto das dívidas nas relações familiares



Curtido por erika_vieira10 e outras pessoas
niedufrpe As dívidas podem causar uma série de problemas na família, incluindo... mais

Atividade 2

Foram realizadas as seguintes atividades em parceria com o Procon PE: mutirão de negociação, palestras e ações educativas sobre o tema. O evento ocorreu na Universidade, no prédio do Departamento de Ciências do Consumo, sendo exclusivo para moradores próximos e terceirizados do prédio. A participação do Procon foi crucial, pois a instituição convidou, simultaneamente, as empresas envolvidas: Caixa Econômica, Santander, Banco do Brasil, Bradesco, Compesa e Neoenergia.

O evento representou uma iniciativa concreta voltada à promoção da educação financeira como instrumento de transformação social. Ao ser sediado na Universidade, no prédio do Departamento de Ciências do Consumo, e direcionado a públicos específicos como moradores do entorno e trabalhadores terceirizados, a ação reforça o compromisso da instituição com a democratização do conhecimento e a inclusão de grupos socialmente mais vulneráveis.

A presença ativa do Procon PE e a articulação direta com instituições financeiras e concessionárias de serviços — como Caixa Econômica, Banco do Brasil, Bradesco, Santander, Compesa e Neoenergia — foram fundamentais para viabilizar negociações reais e efetivas de dívidas, permitindo que os participantes saíssem do evento com soluções práticas para seus problemas financeiros. Mais do que isso, o momento educativo oferecido pelas palestras e atendimentos funcionou como ferramenta de conscientização, contribuindo para a formação de consumidores mais informados, críticos e preparados para lidar com as complexidades do mercado de consumo contemporâneo.

Neste contexto, a atividade dialoga diretamente com a proposta de compreender a educação financeira como um vetor de cidadania econômica. Ao promover o acesso à informação, estimular o uso consciente do crédito e favorecer a reorganização das finanças pessoais, a ação permite que os participantes assumam maior controle sobre sua realidade econômica, rompendo com ciclos de endividamento e exclusão.

Para os alunos, foram oferecidas diversas palestras com temas como:

- *Gestão de Finanças: fuja dos monstros financeiros*
- Oficina de Educação Financeira
- *Descomplica: os três pilares para evitar o endividamento e começar a investir*
- *Psicologia da Dívida e Mudança Comportamental*
- Roda de conversa sobre *Minimalismo Financeiro*

Uma das palestras foi ministrada por mim, na condição de bolsista. As demais foram conduzidas por outras bolsistas, que apresentaram dados e dicas para evitar o superendividamento. Foi uma experiência muito enriquecedora, onde tivemos a oportunidade de repassar conhecimentos e informações importantes para outros estudantes.

Figura 10



Figura 11



Figura 12





Figura 13 - Imagens do mutirão de negociação de dívidas.

Figuras 14 e 15 - Palestra e roda de conversa realizadas no mutirão.



Atividade 3

Nas Figuras 16 e 17, são ilustradas as ações realizadas no Tribunal de Justiça de Pernambuco (TJPE) relacionadas ao *Proendividados*, um programa institucional que tem como objetivo oferecer suporte a pessoas em situação de superendividamento, promovendo a renegociação de dívidas e a reestruturação financeira dos participantes.

O *Proendividados*, vinculado ao Núcleo Permanente de Métodos Consensuais de Solução de Conflitos (NUPEMEC) do TJPE, busca facilitar acordos amigáveis entre

consumidores e credores, por meio de mediação e conciliação. Além disso, o programa disponibiliza orientação financeira e jurídica, contribuindo para que os participantes compreendam melhor sua situação econômica e possam adotar práticas mais sustentáveis de consumo.

O público-alvo do programa são pessoas físicas que enfrentam dívidas que comprometem o seu sustento e o de sua família. De acordo com o TJPE, não há exigência de comprovação de renda mínima, e o acesso é garantido a indivíduos de todas as faixas de renda, desde que caracterizada a condição de superendividamento.

A atuação do *Proendividados* evidencia a importância da articulação entre o Poder Judiciário, órgãos de defesa do consumidor e programas educativos, como o projeto de extensão *Educação para o Consumo como Transformação Social*, desenvolvido pela UFRPE. Essa parceria reforça o papel da educação financeira como instrumento de cidadania e de enfrentamento ao superendividamento de forma estruturada, ética e humanizada.

Figuras 16 e 17 - Palestra com credorese pessoas endividadadas.



PREMIAÇÃO - Selo ODS

Nas Figuras 18 e 19, apresenta-se o reconhecimento do projeto de extensão *Educação para o Consumo como Transformação Social* com o **Selo ODS Educação na Universidade**, concedido a apenas 47 iniciativas em todo o país. Essa distinção evidencia o compromisso da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE) com os princípios da **Agenda 2030** da Organização das Nações Unidas (ONU), voltados à promoção de uma educação mais justa, inclusiva e transformadora.

O recebimento do selo representa um marco relevante para o projeto, ao reconhecer sua contribuição efetiva para o alcance dos **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)**, especialmente no que diz respeito à erradicação da pobreza, à educação de qualidade, à igualdade de gênero e à redução das desigualdades. Esse alinhamento com a agenda global reforça o papel da universidade como agente ativo na construção de uma sociedade mais equitativa e sustentável.

Além disso, a conquista do Selo ODS destaca a exitosa **integração entre ensino, pesquisa e extensão**, promovida ao longo do desenvolvimento do projeto. Essa articulação fortalece a produção de conhecimento crítico e aplicado, potencializando os impactos sociais das ações realizadas e ampliando o alcance das práticas educativas desenvolvidas no âmbito do estágio. Ao unir teoria e prática, o projeto consolida-se como um exemplo de ação universitária com relevância acadêmica e transformação social concreta.

Figuras 18 e 19 - Divulgação do SELO ODS



De modo geral, os resultados alcançados durante o desenvolvimento do projeto demonstram o impacto social, acadêmico e institucional da iniciativa *Educação para o Consumo como Transformação Social*. A produção e divulgação de conteúdos educativos nas mídias sociais, a articulação com instituições como o PROCON-PE e o Tribunal de Justiça de Pernambuco, a promoção de eventos formativos e o reconhecimento por meio do Selo ODS evidenciam a relevância da atuação extensionista na formação cidadã e na construção de soluções para desafios reais da sociedade. Ao integrar ensino, pesquisa e extensão, o projeto fortalece o compromisso da universidade com a justiça social, a educação crítica e a promoção dos direitos do consumidor, reafirmando a importância da educação financeira como ferramenta de emancipação e transformação social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto de extensão *Educação para o Consumo como Transformação Social* proporcionou uma experiência enriquecedora de aprendizado, marcada pela troca de saberes entre a comunidade, a Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE) e o PROCON-PE. As atividades realizadas ao longo do projeto promoveram importantes reflexões sobre o consumo consciente, a sustentabilidade, os direitos do consumidor e a educação financeira, consolidando-se como uma iniciativa de impacto social e formativo.

Para a estudante do Bacharelado em Ciências do Consumo, a participação no projeto representou uma oportunidade significativa de aplicar, na prática, os conhecimentos teóricos adquiridos em sala de aula. A vivência extensionista permitiu o desenvolvimento de competências essenciais, como comunicação assertiva, escuta ativa, empatia e trabalho em equipe, além de aprofundar a compreensão sobre o papel social da sua formação e da importância da universidade como agente transformador.

O contato com diferentes públicos e realidades sociais fortaleceu o compromisso ético da estudante com a promoção do consumo responsável e com a luta contra as desigualdades socioeconômicas. Como um dos principais desdobramentos dessa trajetória, destaca-se a conquista de uma vaga de estágio no PROCON-PE, possibilitando a continuidade das ações iniciadas no projeto e reforçando o vínculo entre formação acadêmica e atuação profissional.

Essa experiência reafirma o potencial transformador da extensão universitária, não apenas para a sociedade, mas também para a formação integral do estudante, contribuindo para o desenvolvimento de uma consciência crítica, cidadã e comprometida com a justiça social.

REFERÊNCIAS

CAMPOS, A. L.; FRAGOSO, M. B. Juventude de baixa renda e consumo digital: reflexões sobre pertencimento e endividamento. *Revista Brasileira de Estudos de Consumo*, v. 14, n. 1, p. 22–38, 2023.

CNC – CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO. Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC). Brasília: CNC, 2023.

COSTA, J. D.; ALVES, T. L. Influência digital e crédito online: os novos desafios do consumo entre jovens. *Revista de Educação Financeira e Consumo*, v. 3, n. 2, p. 55–72, 2023.

FEINBERG, R. A. Credit cards as spending facilitating stimuli: A conditioning interpretation. *Journal of Consumer Research*, 1986.

FERREIRA, Francisco H. G. Educação e desigualdade. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v. 14, n. 3, p. 24-33, 2000.

FONSECA, D. S.; OLIVEIRA, C. M. Educação financeira como estratégia de inclusão e transformação social. *Revista Interdisciplinar de Educação Popular*, v. 7, n. 1, p. 14–29, 2022.

FRANCO, A. P. M. Comportamento do consumidor: aspectos econômicos e sociais do endividamento. São Paulo: Atlas, 2010.

FURNHAM, A. Many sides of the coin: the psychology of money usage. *Personality and Individual Differences*, London, v. 5, n. 5, p. 501-509, 1984.

LIVINGSTONE, S. M.; LUNT, P. K. Financial services and the consumer. London: Routledge, 1991.

MIOTTO, Ana Paula. Endividamento e comportamento do consumidor: aspectos psicológicos e sociais. São Paulo: Atlas, 2013.

MIOTTO, Ana Paula de Souza. Endividamento e consumo: análise do comportamento do consumidor na aquisição de crédito. *Revista Brasileira de Marketing*, São Paulo, v. 12, n. 4, p. 94-109, 2013.

MOURA, G. C. Crédito e comportamento do consumidor. *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, v. 39, n. 6, p. 1217-1237, 2005.

PONCHIO, Márcia C. Endividamento e consumo compulsivo: um estudo entre estudantes universitários. São Paulo: FGV, 2006. (Dissertação de Mestrado).

SANTOS, L. A.; MOURA, E. G. O consumo como compensação emocional na pandemia: vulnerabilidade financeira entre jovens e mulheres. *Estudos Interdisciplinares em Psicologia*, v. 13, n. 2, p. 88–105, 2022.

SCHMIDT NETO, D. O crédito e a inadimplência das famílias brasileiras. *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, v. 43, n. 5, p. 1011-1028, 2009.

SCHMIDT NETO, J. Comportamento do consumidor endividado: causas e consequências do superendividamento no Brasil. *Revista Administração em Diálogo*, v. 11, n. 2, p. 97–116, 2009.

SILVA, R. C. Renda e padrões de consumo familiar. *Revista Econômica do Nordeste*, Fortaleza, v. 35, n. 2, p. 25-38, 2004.

SLOMP, C. A. Educação financeira: proposta de intervenção pedagógica no ensino médio. Curitiba: UFPR, 2008. (Monografia de Graduação).

SOMAN, D. Effects of payment mechanism on spending behavior: the role of rehearsal and immediacy of payments. *Journal of Consumer Research*, Chicago, v. 27, n. 4, p. 460-474, 2001.

THOMAS, M.; DESAI, K.; SEENIVASAN, S. How credit card payments increase unhealthy food purchases: visceral regulation of vices. *Journal of Consumer Research*, 2011.

ZERRENNER, E. Educação financeira para o consumo consciente. Revista do Procon-SP, São Paulo, n. 18, p. 45-52, 2007.