

UMA EXPERIÊNCIA COM A ÉTICA E EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO PROJETO PIBIC/CNPQ/UFJF

Marco Aurélio Kistemann Jr.¹
Cristimara Rodrigues de Castilho²

Resumo: Neste relato, apresenta-se o projeto PIBIC/CNPq/UFJF, intitulado Ética na Educação Financeira, desenvolvido no curso de Licenciatura em Matemática numa Universidade Federal. Este projeto está inserido nas ações do Grupo Pesquisa de Ponta (UFJF) que trata de investigações relativas à Educação Matemática e Educação Financeira. O objetivo deste relato é apresentar os episódios em que se problematizou a questão da ética e uso do dinheiro. Os episódios ocorreram com a participação do público que frequenta ambientes na universidade, no Instituto de Ciências Exatas e, com os moradores de um bairro localizado na cidade de Juiz de Fora (MG). Realizou-se ainda como parte das ações do projeto, um seminário com os estudantes do curso de Matemática, em que se abordou o assunto e, nesse relato, discorreremos sobre esses episódios e sobre alguns resultados importantes ao longo desta experiência. O principal resultado do projeto foi constatar que ao contrário do que é divulgado pelas mídias, os consumidores que participaram dessa experiência tiveram uma conduta ética, virtuosa e honesta em relação ao dinheiro e ao consumo de produtos.

Palavras-chave: Ética. Educação Financeira. Dinheiro. Tomada de decisão.

AN EXPERIENCE WITH ETHICS AND FINANCIAL EDUCATION IN THE PROJECT PIBIC/CNPQ/UFJF

Abstract: In this report, we present the project PIBIC / CNPq / UFJF, entitled Ethics in Financial Education, developed in the course of Degree in Mathematics at a Federal University. This project is part of the actions of the Group Pesquisa de Ponta (UFJF) dealing with research related to Mathematics Education and Financial Education. The objective of this report is to present the episodes in which the question of ethics and use of money was problematized. The episodes occurred with the participation of the public that attends university environments, in the Institute of Exact Sciences and with the residents of a neighborhood located in the city of Juiz de Fora (MG). A seminar with the students of the Mathematics course was also carried out as part of the project's actions, and in this report, we discussed these episodes, and some important results obtained over the course of the project. The main result of the project was that, contrary to the media, consumers who participated in this experiment had an ethical, virtuous and honest attitude towards money and product consumption.

Keywords: Ethics. Financial Education. Money. Decision-making.

Introdução

Este relato tem por objetivo revelar como foi abordada a ética, o uso do dinheiro e a tomada de decisão, no projeto desenvolvido intitulado “Ética e Educação Financeira”, no

¹Doutor em Educação Matemática (Unesp-Rio Claro-SP), Pesquisador do Departamento de Matemática (UFJF) e Líder do Grupo Pesquisa de Ponta (UFJF). E-mail: marco.kistemann@ufjf.edu.br

²Mestranda no Mestrado Profissional em Educação Matemática (UFJF). E-mail: cristimaracastilho@hotmail.com

programa PIBIC/CNPq (Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica: XXV PIBIC/CNPQ-UFJF-2016-2017), coordenado pelo primeiro autor deste estudo de caso, e executado por uma estudante-bolsista do curso de Licenciatura em Matemática na mesma instituição.

A relevância do projeto e sua condução ocorreu em momentos em que o Brasil vivencia um grande número de denúncias de casos de corrupção envolvendo o campo político e empresas privadas no período de agosto de 2016 a julho de 2017.

Nesse sentido, neste relato qualificamos o que será narrado, como um Estudo de Caso com uma abordagem qualitativa, apresentando uma atividade proposta a um dado público de indivíduo-consumidores e buscando verificar que tomadas de decisão de cunho ética esse grupo tomaria, quando estivesse diante de um cenário de consumo que intitulamos e detalhamos na sequência como “Caixa da Honestidade”.

Assim, o presente estudo se enquadra nas ações de um grupo de pesquisa de Educação Financeira que entende que esta área deve problematizar situações, em que o uso do dinheiro, a tomada de decisão ética e as escolhas sejam analisadas e confrontadas com os cenários que se apresentam no contexto social brasileiro, que vivencia casos de questionamento de conduta ética, corrupção e impunidade.

A área de Educação Financeira é recente e com pesquisas na Educação Matemática iniciadas há menos de uma década, com investigações que começam a apresentar resultados acerca da necessidade de se adequar esse tema à realidade do cotidiano das escolas brasileiras e da sociedade como um todo. A pesquisa de Kistemann Jr. (2011) já sinalizava a importância de analisarem-se as tomadas de decisão em ações de consumo, pesquisa esta que inaugurou uma nova frente de pesquisas na área da Educação Matemática e Educação Financeira no Brasil.

Com uma proposta de Educação Financeira, a ENEF (Estratégia Nacional de Educação Financeira) criada através do Decreto Federal 7.397/2010, o governo brasileiro com vários parceiros e influenciados pela OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico), buscam o fortalecimento da cidadania ao fornecer e apoiar ações que ajudem a população a tomar decisões financeiras mais autônomas, éticas e conscientes.

Na proposta da Base Nacional Comum Curricular (BNCC), a Educação Financeira estará diluída de forma interdisciplinar nos conteúdos programáticos das disciplinas e em seus

cenários de problematização. Nesses cenários, os professores terão o papel de mediadores e poderão trabalhar temas que interliguem Matemática de cunho financeiro e econômico, buscando ainda promover discussões de cunho ético como as que esse estudo apresenta.

Na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), há um grupo de pesquisa no Mestrado Profissional em Educação Matemática, Pesquisa de Ponta (UFJF) que vem, desde 2011, investigando em diversos âmbitos (Ensino Fundamental, Médio, Superior e EJA) a produção de significados e a tomada de decisão de indivíduos consumidores, em situações criadas pelos próprios pesquisadores do Pesquisa de Ponta (UFJF), com temas de natureza financeira e econômica, bem como publicando artigos e divulgando resultados de suas pesquisas em eventos no Brasil e no exterior. Tais resultados foram publicados e estarão nas referências na versão final desse estudo de caso.

Para a OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico) (2005),

Educação Financeira é o processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram a sua compreensão em relação aos conceitos e produtos financeiros, de maneira que, com informação, formação e orientação, possam desenvolver os valores e as competências necessários para se tornarem mais conscientes das oportunidades e riscos neles envolvidos e, então, poderem fazer escolhas bem informadas, saber onde procurar ajuda e adotar outras ações que melhorem o seu bem estar. Assim, podem contribuir de modo mais consistente para a formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro.

Essa definição, em nosso entendimento, deixa vago exatamente o ponto que buscamos neste estudo, ou seja, temos como pressuposto assumido que no processo assinalado pelo OCDE, os princípios éticos e suas discussões devem ocorrer de forma simultânea, para que as práticas de consumo estejam alicerçadas por escolhas sustentáveis e éticas.

Entretanto, para que a interpretação de um cenário ocorra e a tomada decisão seja efetivada, o indivíduo-consumidor deve buscar em suas ações a prática ética de suas escolhas. Ou seja, como proposto por Platão e, em seguida, por Aristóteles uma prática ética é aquela em que o indivíduo e a comunidade em que este se encontra inserido sejam contemplados com o estabelecimento de valores morais autênticos distintos dos estabelecidos pela dita “ética do mercado” (AGOSTINI, 2015). Nessa “ética”, se dar bem a qualquer custo impera e provoca desigualdades sociais catastróficas, revelando o “jeitinho brasileiro” como apontado por Roberto DaMatta (1991; 1993) como um grande problema social brasileiro.

Entendemos ainda que há uma ausência de um debate sobre os limites do mercado econômico, seus pressupostos e sobre comportamentos éticos. Percebemos nos discursos públicos dos governantes e dos analistas, uma tendência a se evitar a exposição de suas convicções morais, éticas e espirituais, o que resulta num vazio moral advindo da falta de conteúdo de suas opiniões públicas.

Desse modo, na ausência de um discurso moral, quem preenche essa lacuna é o pensamento mercadológico, que somente está interessado no quanto custa o que se quer comprar ou vender. De acordo com Sandel (2013), o mundo está cada vez mais deixando de ser uma *economia de mercado* e passando a se tornar uma *sociedade de mercado*, em que tudo pode ser comprado ou vendido, sem que se preocupe com as consequências éticas das tomadas de decisão individual que impactarão o coletivo.

Inspirados em Platão e Aristóteles, refletimos que, embora pertençamos a uma área técnica, as decisões éticas devem ser sempre priorizadas para que a felicidade humana seja conquistada, por meio do exercício do entendimento prático, que passa pelas virtudes (aretê), num domínio das paixões, e de uma relação amável e satisfatória com o mundo natural e social em que estamos integrados, em suma, que consigamos inter-relacionar, em nossas ações como indivíduos-consumidores, as virtudes intelectuais (dianoéticas) e as virtudes éticas (ou de caráter). A opção em escolher Platão e Aristóteles para embasar nossas concepções epistemológicas justifica-se em nosso entendimento, pois todas as teorizações posteriores estão grandemente influenciadas nesses dois pensadores.

Dessa forma, reforçamos que uma tomada de decisão ética alicerçada nos fundamentos platônicos e aristotélicos e que embasa nosso estudo é a tomada de decisão que promove o equilíbrio e o bem estar social, em que as virtudes da honestidade e da alteridade estejam presentes e exemplifiquem que agir de forma cidadã e ética faz parte de um indivíduo-consumidor educado e com consciência social. Contudo é importante destacar que em nenhum momento do projeto buscou-se definir ou tecer juízo de valor acerca das decisões, mas sim analisar as tomadas de decisão a partir do que o cenário apresentou nas experiências.

Abordagem do Estudo

Buscamos publicações científicas no Google e Google Acadêmico, bem como no

Portal Capes por pesquisas relacionando Ética, Tomadas de decisão e caixa da honestidade e não encontramos com essas temáticas. Destacamos que foi de nossa opção ficar restrito ao contexto nacional no tocante às pesquisas sobre a temática desse relato. Enfatizamos ainda que nossa experiência iniciou-se e teve inspiração, a partir do momento em que se constatou uma lacuna nas pesquisas que vêm sendo realizadas com temas de Matemática Financeira e Educação Financeira.

Ainda não há pesquisas na Educação Matemática que relacionem o tema “Ética com tomadas de decisão”. Na área acadêmica, contudo, há muitas pesquisas sobre o contexto empresarial, administrativo e contábil com investigações sobre temas relacionando a Ética com as tomadas de decisão, buscando examinar em ambientes competitivos os comportamentos dos indivíduos em disputas com os concorrentes. Destacamos um estudo realizado por Costa (2016) em que se colocavam em questão a tomada de decisão e os dilemas éticos vivenciados por estudantes de Ciências Contábeis. Muitos dilemas envolvem tomadas de decisão envolvendo dinheiro e declarações de imposto de renda e de posse de bens. Nesse caso os dilemas se colocam no tocante a ser ético e declarar fidedignamente os bens ou tentar escapar da tributação, por exemplo, ou a “maquiagem” de dados em um balanço patrimonial.

Um segundo estudo, a ser destacado foi o de Brandão (2005) buscou desvelar as relações dos bancos com clientes de baixa renda, no tocante às metas que os funcionários dos bancos devem atingir e as opções de serviços bancários oferecidos aos clientes. De acordo com Brandão (2005), a competitividade entre os bancos pode ocasionar o estabelecimento de uma ética capitalista, em que a maximização dos lucros torna-se a decisão mais tomada, em detrimento da orientação e do atendimento correto ao consumidor.

Destacamos que embora haja uma variedade de estudos no âmbito empresarial, os temas são sempre análogos, qual seja o do uso de artifícios para se levar vantagem em relação a um dado grupo social com tomadas de decisão que visam ao lucro individual e corporativo, em detrimento de práticas individuais ou corporativas virtuosas que atenderiam aos cidadãos. Com um crescente número de denúncias envolvendo políticos e empresários, com grande somas de dinheiro, resultando em certa descrença do povo brasileiro com relação à honestidade e conduta ética quando se coloca em cena o dinheiro.

Nesse sentido, decidiu-se pesquisar como indivíduos-consumidores agiriam se

estivessem expostos a uma situação que envolvesse tomada de decisão, uso do dinheiro, consumo de produtos e ética. Assim, essa experiência constitui-se como um Estudo de Caso com uma abordagem qualitativa.

No tocante à abordagem qualitativa, Goldenberg (1997, p.27) aborda que

[...] a pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas sim com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização etc. Os pesquisadores que adotam a abordagem qualitativa se opõem ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências, já que as ciências sociais têm sua especificidade, o que pressupõe uma metodologia própria. Assim, os pesquisadores qualitativos recusam o modelo positivista aplicado ao estudo da vida social, uma vez que o pesquisador não pode fazer julgamentos nem permitir que seus preconceitos e crenças contaminem a pesquisa.

Para Gerhardt e Silveira (2009), a abordagem qualitativa tem como foco os aspectos de uma determinada realidade que não se pode quantificar, e busca compreender e explicar a dinâmica das relações sociais estabelecidas em um grupo ou organização.

Enquadramo-nos ainda no Estudo de Caso, pois como aponta André (1984, p.52)

[...] uma investigação que toma como base o desenvolvimento de um conhecimento ideográfico, isto é, que enfatiza a compressão dos eventos particulares (casos). O “caso” é assim um “sistema delimitado”, algo como uma instituição, um currículo, um grupo, uma pessoa (professor, p. ex), cada qual, tratado como entidade única, singular.

E ainda embasamo-nos em Yin (2001, p.32) que esclarece que “o estudo de caso é uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, sendo que os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. Yin (2001) enfatiza ser a estratégia mais escolhida quando é preciso responder a questões do tipo “como” e “por quê” e quando o pesquisador possui pouco controle sobre os eventos pesquisados.

Portanto, os estudos de caso não buscam a generalização de seus resultados, mas sim a compreensão e interpretação mais profunda dos fatos e fenômenos específicos. Embora não possam ser generalizados, os resultados obtidos devem possibilitar a disseminação do conhecimento, por meio de possíveis generalizações ou proposições teóricas que podem surgir do estudo (YIN, 2001).

É nesse sentido que entendemos a experiência realizada como um Estudo de Caso que buscou entender “como” os indivíduos-consumidores tomariam suas decisões e as justificativas dessas decisões. Nesse estudo, o “como” foi o foco da investigação, pois não houve entrevistas posteriores para verificar a argumentação dos participantes, mas sim realizamos nossas leituras e interpretações a partir do que os cenários nos revelaram.

Antes da realização das experiências foram realizadas leituras sobre Ética e pesquisas sobre Educação Financeira. Destacamos que as principais contribuições dessas leituras realizadas foram: (i) inferir que toda ação deve visar a uma tomada de decisão ética em que no resultado prevaleça a virtude de quem realiza a ação em fazer o bem, pois desse modo agiremos conforme os preceitos da ética proposta por Platão e Aristóteles; (ii) numa sociedade de consumo como a do século XXI em que a ansiedade pelo *ter* suplanta a vontade de *ser*, a ética, de acordo com nossos referenciais, constitui-se como o grande caminho para o encontro com a felicidade e com a consciência de fazer o que deve ser feito de forma íntegra; (iii) só haverá justiça, de fato, se todos os cidadãos agirem e tomarem suas decisões amparados por condutas éticas, de modo que cada decisão afeta o indivíduo e o corpo social; assim, decisões éticas que busquem a virtude terão como consequência estados de consolidação do bem estar social e da cidadania plena.

Nesse sentido,

As ações, portanto, são chamadas justas e moderadas quando são como as que o homem justo e moderado praticaria, mas o agente não é justo e moderado apenas por praticá-las, e sim porque também as pratica, como as praticariam homens justos e moderados. É correto, então, dizer que é mediante a prática de atos justos que o homem se torna justo, e é mediante a prática de atos moderados que o homem se torna moderado; sem os praticar ninguém teria sequer remotamente a possibilidade de tornar-se bom (ARISTÓTELES, 1973, p.93).

De nossas leituras e reflexões, entendemos que a Ética é a parte da Filosofia que estuda a Moral. E, naturalmente, vem o questionamento do que seria esta Moral, uma vez que ao longo dos séculos, esta Moral está em constante mudança (ARISTÓTELES, 1973). Em nosso entendimento um comportamento ético consiste em não roubar ou trapacear ou desfaltar, em nenhuma hipótese. Assim, ser ético, vem junto com não prejudicar o próximo, com tomar uma decisão que não desequilibre a ordem social, local e global. Mas poderia ser questionado: se isso depende do contexto em que se está inserido? É possível relativizar a

conduta ética?

Vamos nos ater a esta moral virtuosa, pois sabemos que ela não é única, uma vez que esta vem acompanhada e ditada por costumes, e no mundo há diversos deles. Se nos ativermos ao contexto brasileiro, ainda assim teremos variações dessa moral em termos regionais.

Nos dias atuais, os costumes sofreram uma grande mudança, a (pós)modernidade veio com o capital sendo o principal valor a ser alcançado, o que fez com que a moral fosse apenas mais um conhecimento, ou uma forma subjetiva de pensar. Há um fracasso nos sistemas unitários e totalizantes, e uma valorização da diferença e da desconstrução. Como a ética está moldada nessas mudanças, essa ciência vive em transição, mas alguns comportamentos, ao longo de todos os anos, ainda são consistentes como, por exemplo, o comportamento de não levar vantagem, de não agir de forma ilícita e desonesta em nenhuma hipótese.

Há quatro teorias da Ética que destacamos, pois em cada período histórico o que era moral e ético podia variar, de acordo com o contexto analisado. Na teoria utilitarista, o foco era visar ao maior bem para o maior número de pessoas, enfatizando que devem ser tomadas decisões que resultem na maior utilidade social. Numa segunda teoria, defendida por Immanuel Kant, propõe-se que o conceito ético seja extraído do fato de que cada um deve se comportar de acordo com os princípios universais. Numa terceira vertente, a teoria Contratualista parte do pressuposto de que o ser humano assume com seus semelhantes, a obrigação de se comportar, de acordo com as regras morais, para poder viver em sociedade. Por fim, a teoria Relativista defende que os fatos morais são relativos a sociedades particulares, de modo que o que é ético para alguns cidadãos pode não ser para os outros.

No momento em que o Brasil vivencia um grande número de casos de corrupção envolvendo o campo político e o campo de empresas privadas, o aspecto econômico e sua estabilidade ainda têm servido de justificativa, por parte de muitas autoridades, para que a Ética nas ações políticas, econômicas e nos contextos sociais fique secundarizada, ou seja, mesmo ignorada ou relativizada. Nossa intenção, neste estudo, também foi trazer a discussão, com base no termo ética, para o curso de Licenciatura em Matemática.

Contextualizando o Estudo de Caso

Em alguns países europeus há um projeto chamado “Caixa da Honestidade”. Este projeto vem sendo desenvolvido de forma que há um estabelecimento que vende algum tipo de mercadoria sem a presença de um vendedor. O cliente entra no estabelecimento, consome o que precisa, e deposita no dinheiro em uma caixinha, já deixada lá, previamente, para receber os valores monetários correspondentes à venda do produto adquirido.

Na Austrália, à semelhança do que ocorre no Brasil em alguns contextos, é comum os agricultores exporem seus produtos na beira da estrada, em pequenas bancas. Frutas e verduras frescas são expostas em oferta aos viajantes. Os australianos a chamam de *honesty box* e, por mais que a nós pareça surpreendente, o sistema funciona perfeitamente. A maior prova disso é a sua perpetuação como tradição nessa cultura. Em Nova Iorque (EUA), normalmente as bancas de jornais não possuem jornalheiros, apenas adquire-se o jornal e deposita-se o valor estipulado na caixinha. Em Amsterdã na Holanda, cidade conhecida por seus belos campos de flores, o mesmo acontece, de modo que as pessoas pegam as flores que desejarem e depositam o valor estipulado na caixinha.

Tais cenários expõem o que teorizamos, anteriormente, sobre o comportamento ético do indivíduo-consumidor, ou seja, há a oferta de um bem que tem um valor financeiro e oferece-se uma oportunidade de esse indivíduo atuar e tomar suas decisões de uma forma ética. Essa forma pode ser a ética marcada pela virtude de retribuir com o valor o bem que foi adquirido, ou não retribuir, pois não se tem o valor no momento, mas necessita-se do bem ou de utilizar a ética do mercado e adquirir algo, sem mediação do vendedor e levar o bem sem quitá-lo.

Aqui no Brasil, há registros de algumas tentativas, na forma de teste. Um estudante de direito de São João da Boa Vista (SP) resolveu investir cerca de R\$ 3 mil em mercadorias como capas de celular, carregadores, óculos de sol, cartão de memória e produtos que vão de R\$ 10,00 até R\$ 40,00 e a forma de pagamento é em depósito bancário, com os dados colocados em um cartaz, ou em dinheiro sendo depositado em uma caixa própria para isso, e o estudante afirma que desde que a loja foi criada, em maio deste ano, ninguém deixou de pagar.

Em Delfim Moreira- MG, um agricultor apostou no comércio à base da confiança ao montar uma barraquinha para vender doces, refrigerantes e, principalmente frutas, verduras e legumes orgânicos. Placas indicam que a ideia é pegar o produto desejado e pagar na base da

honestidade sem mediação de um vendedor. Nesta experiência, uma caixinha foi deixada na barraca para que o cliente possa pegar o troco, se for o caso. A novidade vem atraindo a atenção de quem passa pela estrada onde está a barraquinha.

Utilizamos esses exemplos para contextualizar nossa experiência narrada neste estudo de caso e para argumentar que já há sinalização, a partir dos exemplos citados que, em geral, o indivíduo-consumidor busca tomar suas decisões embasadas na ética platônica-aristotélica. Salientamos que tal experiência tinha anuência tanto da Diretoria do Instituto quando da chefia do Departamento de Matemática da universidade. Veremos o que nossas intervenções revelaram mais adiante.

Com base nessas iniciativas que já existiam nos países desenvolvidos, e que vem aparecendo de uma forma recente aqui no Brasil, realizamos o que chamamos de “Teste de Honestidade” que compõe nosso estudo de caso. Este teste foi feito no Centro de Convivência, nos arredores da Biblioteca do Instituto de Ciências Exatas e num bairro de periferia. Destacamos que os locais escolhidos se justificam por serem ambientes com circulação de centenas de estudantes, professores e funcionários. Assim, nossa amostra constitui-se de frequentadores do Centro de Convivência da universidade e de moradores de um bairro de periferia.

Para produção dos dados que analisaremos a seguir, temos como parâmetro os resultados das vendas dos *kits*, bem como a interação da bolsista com um dos indivíduos-consumidores que adquiriu um dos *kits* no bairro assinalado anteriormente. Optamos nessa experiência por não realizarmos observações participantes, nem tampouco entrevistas semiestruturadas por entender que tais opções pudessem atrapalhar a espontaneidade nas tomadas de decisão de cada indivíduo-consumidor. Logo, nossas leituras e interpretações tecidas são feitas a partir do que se constatou das vendas dos *kits* nos locais públicos onde foram disponibilizados e da orientação que constava nesses locais.

Com relação ao bairro de periferia escolhido na cidade de Juiz de Fora (MG), gostaríamos de investigar como os moradores tomariam suas decisões, visto que há um preconceito no Brasil de quem vive nas periferias são pessoas que podem ser rotuladas de forma negativa com relação a seu comportamento ético. Basta ver como são rotulados os moradores de comunidades/favelas nas grandes cidades brasileiras que, pela conduta ética equivocada de um pequeno grupo social, acabam sendo colocados como indivíduos eticamente falhos e desonestos, muito embora saibamos que não o são em sua maioria.

O produto ofertado em nossa barraquinha foi um kit composto por: lápis, borracha, caneta, régua, *post it* e cliques. O valor sugerido para pagamento do kit adquirido foi de R\$ 2,00, um preço meramente simbólico para ofertar o kit. Destacamos que numa investigação futura buscaremos utilizar outros itens para compor um kit, variando os produtos, com a inclusão de frutas, alimentos e itens para consumo de limpeza pessoal como pastas de dentes, escovas e outros itens utilizados em geral pelo público.

É importante registrar as limitações de nossa investigação. Na medida em que as pessoas submetidas à experiência da caixa da honestidade estivessem com fome, em estados precários com escassez de alimentos os resultados poderiam diferir e muito da experiência do nosso estudo em que os sujeitos participantes se constituíam de indivíduos alimentados e de classes sociais variadas, mas nenhum em estado crítico. Em futuras experiências buscaremos variar os produtos ofertados, os contextos e verificar além da observação o que nos revelam os participantes da experiência com relação à sua tomada de decisão.

Desenvolvendo as ações

Apresentamos as ações efetuadas por meio de quatro episódios que revelam como se deu cada intervenção, local duração do episódio e particularidades que julgamos necessárias, para que o(a) leitor(a) possa também em seu contexto reproduzir a experiência e verificar como se daria a experiência e que resultados obterá em outros contextos sociais e culturais.

- **Primeiro Episódio**

O primeiro teste foi realizado no Centro de Convivência do Instituto de Ciências Exatas, no dia 22 de março de 2017. Às 14 horas, foram colocados dez *kits*, já descritos anteriormente, em uma das mesas do Centro de Convivência, com uma caixinha e um cartaz com os dizeres:

Figura 1: Cartaz e itens do *Kit*

Caro Estudante
Como estudante da área de exatas você sempre vai precisar de itens como caneta, lápis, borracha e régua.
Temos aqui *kits* com estes itens. Uma forma de se possuir estes itens é depositando R\$ 2,00 no cofrinho.
Atenção: Não há vendedor, você pega o *kit* e deposita o valor estipulado, ok?
Obrigado! Esperamos que seja útil.
Bons estudos!



Fonte: Acervo da Pesquisa

Às 19 horas do mesmo dia, quando a bolsista retornou ao local da experiência, todos os kits tinham sido adquiridos e restavam o cofrinho e o cartaz. A bolsista recolheu todos os apetrechos da experiência e ao conferir o valor depositado na caixinha, havia R\$ 20,00. Ou seja, todos os kits adquiridos foram pagos, mesmo sem haver mediação de um vendedor ou fiscalização.

- Segundo Episódio

No dia 07 de abril, às 14 horas, do mesmo modo que foi realizado o primeiro teste, ocorreu o segundo. Também na cantina, com dez kits e usando o mesmo cartaz. Porém, nesse dia a bolsista voltou na cantina às 22 horas, e percebeu que 7 kits, haviam sido adquiridos, restando assim 3 kits na mesa, a caixinha e o cartaz. A bolsista recolheu tudo e ao fazer a conferência havia R\$ 14,00. Ou seja, todos os kits adquiridos, foram pagos mais uma vez.

- Terceiro Episódio

O terceiro teste foi realizado nos arredores de acesso à Biblioteca do Instituto de Ciências Exatas, no dia 26 de abril. Às 14 horas, a bolsista colocou em uma carteira na escada, dez kits, a caixinha onde se pode depositar o dinheiro e o mesmo cartaz utilizado nos testes anteriores. Por volta de 19 horas do mesmo dia, a bolsista retornou ao local e ainda estavam lá os dez kits, que ela recolheu juntamente com a caixa para depósito e o cartaz. Nesse episódio num ambiente de livre circulação os kits foram visualizados, mas não foram adquiridos.

- Quarto Episódio

O quarto episódio ocorreu num bairro na periferia da cidade que ainda apresenta problemas sociais críticos comuns às periferias urbanas brasileiras.

No dia 13 de maio, por volta de 15 horas, a bolsista colocou na calçada de sua casa, uma bancada com oito kits e com os seguintes dizeres: “Moradores, uma das formas de se obter o kit é depositando R\$2,00 na caixinha. Não tem vendedor. Obrigada!”.

Figura 2: Material da Caixa da Honestidade



Fonte: Acervo da Pesquisa

Por volta das 18 horas do mesmo dia, a bolsista retornou a calçada, e haviam sete kits na bancada, juntamente com a caixinha e o cartaz. Ao fazer a conferência havia sido depositado R\$1,50. Foi tudo recolhido. No dia seguinte, a bolsista encontrava-se em casa, quando uma pessoa chamou no portão. Ao atender, era um entregador de compras do mercado mais próximo, que queria entregar R\$0,50, pois dia anterior, ao comprar o kit, ele só tinha R\$1,50 e hoje queria pagar o restante. A bolsista pegou o dinheiro e agradeceu.

Esses quatro episódios revelam a tomada de decisão dos indivíduos-consumidores e

serviram para responder nossa questão de investigação de como os indivíduos-consumidores agem em cenários de consumo sem a presença de um vendedor.

O que nos revelaram os Episódios - Nossa leituras

O que podemos dizer com relação aos resultados obtidos nos quatro episódios listados é que esse é um resultado pequeno e local, constituidor de um estudo de caso, mas que nos levou a muitas discussões e questionamentos. Tivemos quatro episódios, e nenhum desfalque, considerando que o que estamos chamando desfalque seja adquirir algum produto sem a sua quitação.

No primeiro e no segundo episódios ocorridos no Centro de Convivência do Instituto de Ciências Exatas (ICE), temos um local de ampla circulação, onde vários alunos de todos os cursos de ciências exatas, e até alunos de outras áreas se encontram para lanche, para esperar o horário de início de uma aula, ou passar um intervalo. Nesse local há a venda de lanches e o xérox, sendo um ambiente movimentado o dia todo por estudantes, funcionários e professores.

Assim, dentre várias interpretações ou leituras dos episódios, podemos destacar as seguintes:

- ✓ Os indivíduos que compraram os kits poderiam se sentir inibidos de não realizar o depósito na caixinha destinada a este fim, uma vez que o ambiente nunca estava vazio e, portanto, esse aluno nunca estava só.
- ✓ Algum indivíduo poderia estar precisando realmente deste kit, mas não tinha o valor estipulado e mesmo com vontade de pegar o kit não pegou. Por dois motivos isso poderia acontecer: ele não quer pegar sem depositar o valor ou não poder não fazer o depósito mediante as pessoas presentes.
- ✓ Como o público-alvo, em sua maioria são estudantes universitários, também podemos conjecturar que esses estudantes não adquirem um bem sem quitá-lo, pois iriam contra a moral, constituindo-se como consumidores éticos.

No terceiro episódio do teste, o público alvo foram os estudantes e frequentadores da universidade, porém o local de realização foi alterado para a escada que dá acesso à biblioteca. A intenção dessa mudança, realizada pela bolsista, foi a de levar o teste para um local que, embora possua ampla circulação, não é um local de parada, e sim um local de

passagem. A ideia era que se houvesse algum aluno disposto a pegar o kit sem fazer o depósito isso seria possível sem a presença de mais estudantes no local que o pudessem inibir. Nesse episódio não foi vendido, nem pego nenhum dos kits, o que nos leva a algumas leituras:

- ✓ Os indivíduos que passaram pelo teste não se interessaram pelos kits e não pegaram ou compraram;
- ✓ Os indivíduos que passaram pelo teste poderiam imaginar que quem o colocou ali, poderia estar observando de algum local;
- ✓ Os indivíduos nem se atentaram ao ler o cartaz e o que significava aquela exibição.

No quarto e último episódio, a bolsista mudou não só o local, mas também o público alvo. O teste foi realizado na zona norte da cidade, no bairro Igrejinha, com os moradores. Neste dia, houve apenas uma venda e nenhum desfalque. Destacamos que o mais interessante foi que, a pessoa que adquiriu o kit, colocou o valor que possuía naquele momento que era de R\$1,50, e na segunda feira seguinte voltou e entregou o valor que faltava à bolsista, na porta de sua casa.

Com base nesse resultado, a bolsista e o coordenador do projeto chegaram a discutir sobre a ética desta pessoa com base neste comportamento, uma vez que se pode dizer que, uma das possibilidades de interpretação é que esta pessoa é fiel ao seu ideal de não adquirir algo sem quitar, e para ela, R\$0,50 era ainda um valor relevante a ser ressarcido, pois o indivíduo-consumidor fez questão de voltar e pagar o que devia, embora este ainda fosse um valor irrisório.

Considerações Finais

Neste relato de experiência, num formato de estudo de caso, buscamos apresentar um cenário que contradiz o que muito é veiculado no Brasil de que a corrupção e a desonestidade estão crescentes e atingem a população como um todo. A relevância da experiência reside na sua possibilidade de ser replicada em diversos ambientes sociais entre eles a escola buscando problematizar o tema da Ética e Consumo nas relações entre os cidadãos e as tomadas de decisão nesse contexto.

No início do presente estudo e da realização das experiências buscamos não influenciar de forma alguma no seu acontecimento para que pudéssemos analisar as situações

a partir do que de fato ocorreram. A “Caixa da Honestidade” utilizada em episódios nesse estudo de caso revelou que os consumidores têm uma ética de conduta e tomam suas decisões, a partir das instruções apresentadas num cartaz e a partir de suas crenças, qual seja de que se você consome algo e esse algo tem um valor para o consumidor, este sujeito toma a decisão de precificar o que deseja consumir e quita o produto.

Isso contradiz as falas de que o brasileiro é em sua maioria corrupto ou usa de um “jeitinho” para tomar suas decisões. É claro que há casos em que isso ocorre, mas são pequenos grupos que têm tomado suas decisões utilizando-se da ética do mercado ou da ética de levar vantagem, a chamada “Lei de Gérson” que ficou famosa no século XX, na década de 1970. Para recordar brevemente, a essa “Lei” era veiculada numa propagando cujo bordão era que cada cidadão deveria sempre e em qualquer situação na sua vida levar vantagem em tudo.

Os episódios apresentados neste estudo com proposta de investigação no PIBIC (Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica: XXV PIBIC/CNPQ-UFJF-2016-2017) revelaram a importância de se problematizar nos ambientes escolares situações com vieses de Educação, Educação Financeira, Ética e Tomadas de Decisão, pois entendemos que só pela educação dos cidadãos poderá ser superada a ética do mercado ou mercadológica e reificar-se a ética nos moldes platônicos e aristotélicos.

Enfatizamos que ao adotarmos a ética nos moldes platônicos e aristotélicos estamos a norteando-nos para que possamos administrar de forma justa não só nossas vidas como também as grandes cidades e corporações. Em outros termos, defendemos que a máxima aristotélica, presente na obra “Ética à Nicômaco”, “o bem é aquilo que todas as coisas visam” (1973, p.18) deve guiar nossas ações e nossas tomadas de decisão para que virtuosos vejamos prosperar uma sociedade marcada por atos de cidadania, equidade e justiça social.

Agradecimentos: A realização dessa experiência foi possibilitada graças ao auxílio do CNPq que proveu a bolsista com uma bolsa advinda do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica: XXV PIBIC/CNPQ-UFJF-2016-2017).

Referências

AGOSTINI, N. **Ética: diálogo e compromisso**. 3ª ed. São Paulo. Ed.FTD, 2015.

ANDRÉ, M. E. D. A. Estudo de Caso: seu potencial na educação. **Cadernos de Pesquisa**, n.49, p.51-54, maio 1984.

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Tradução de Leonel Vallandro e Gerd Bornheim da versão inglesa de W. D. Ross. In: Os Pensadores. São Paulo: Nova Cultural, 1973, v.4.

BRANDÃO, M. A.. **Discurso e prática da ética na relação comercial**: um retrato de bancos privados de varejo no Rio de Janeiro / Marco Antonio Brandão ; orientador: José Roberto Gomes da Silva. – Rio de Janeiro: PUC, Departamento de Administração, 2005.

COSTA, M. da. **Ética e moral no processo de tomada de decisão**: o caso dos alunos de Ciências Contábeis. 2016. 73 p. Trabalho de Conclusão de Curso Bacharelado em Ciências Contábeis – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Pato Branco, 2016.

DAMATTA, R. **Relativizando: uma introdução à Antropologia Social**. 3ª.ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1991.

DAMATTA, R. **Carnavais, heróis e malandros: para uma sociologia do dilema brasileiro**. 6ª.ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D.T; **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2009.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

KISTEMANN JR., M. A. **Sobre a Produção de Significados e a Tomada de Decisão de Indivíduos-Consumidores**. Tese (Doutorado em Educação Matemática). Rio Claro, SP: UNESP, 2011.

ORGANIZAÇÃO DE COOPERAÇÃO E DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). **OECD's Financial Education Project**. 2005. Disponível em: <<http://www.oecd.org/finance/financial-education/44265293.pdf>>. Acesso em 13 de dezembro de 2017.

SANDEL, M. J. **O que o dinheiro não compra: os limites morais do mercado**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

Recebido em: 17 de janeiro de 2018
Aprovado em: 24 de abril de 2018