

**O PERFIL DA PESQUISA SOBRE O CONSUMISMO: UM ESTUDO
BIBLIOMÉTRICO DOS ARTIGOS DA BASE DE DADOS DA SCOPUS****THE PROFILE OF CONSUMERISM RESEARCH: A BIBLIOMETRIC STUDY OF
ARTICLES FROM THE SCOPUS DATABASE****EL PERFIL DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE EL CONSUMISMO: UN ESTUDIO
BIBLIOMÉTRICO DOS ARTÍCULOS DE LA BASE DE DATOS SCOPUS**

Tiago Rodrigo Lutzer Tizotte¹
Ana Paula da Rosa Dezordi²
Maria Margarete Baccin Brizolla³
Jorge Oneide Sausen⁴
Nelson José Thesing⁵

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo identificar determinadas características dos artigos da base de dados da *Scopus* e que continham em seu título a palavra consumismo ou consumerism. Sendo utilizada a bibliometria enquanto técnica estatística e quantitativa de medição dos índices de produção e dispersão do conhecimento científico, os tópicos de interesse, como título, resumo e corpo de texto foram exportados da base de dados mencionada e processados pelo software de análise bibliométrica VOSviewer(R). Verifica-se, o grande valor dos assuntos tratados em virtude da vasta literatura existente, e pelo significativo aumento de publicações. Ao final, são difundidas sugestões para futuros estudos.

Palavras-chave: Consumismo. Bibliometria. Educação Financeira.

¹Mestrado em Desenvolvimento Regional no PPGDR/UNIJUI. Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Ijuí. Rio Grande do Sul. Brasil. E-mail: tiago.tizotte@hotmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5923-5723>.

²Mestrado em Desenvolvimento Regional no PPGDR/UNIJUI. Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Ijuí. Rio Grande do Sul. Brasil. E-mail: annna.darosa@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2307-1325>.

³Doutora em Ciências Contábeis e Administração pela FURB/SC. Professora titular no PPGDR/UNIJUI. Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Ijuí. Rio Grande do Sul. Brasil. E-mail: marga.brizolla@unijui.edu.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5120-0729>.

⁴Pós-Doutorado em Administração pela Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas - EBAPE. Professor titular no PPGDR/UNIJUI. Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Ijuí. Rio Grande do Sul. Brasil. E-mail: josausen@unijui.edu.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3684-1410>.

⁵Doutorado em Integração Regional pela UFPEL. Professor titular no PPGDR/UNIJUI. Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Ijuí. Rio Grande do Sul. Brasil. E-mail: nelson.thesing@unijui.edu.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8563-1746>.

ABSTRACT

This work aimed to identify certain characteristics of the articles in Scopus' database that contained the word consumerism or consumerism in their title. Using bibliometrics as a statistical and quantitative technique for measuring the production indexes and dispersion of scientific knowledge, the topics of interest, such as title, abstract and body of text, were exported from the database mentioned and processed by the VOSviewer(R) bibliometric analysis software. It is verified, the great value of the subjects treated due to the vast existing literature, and by the significant increase of publications. At the end, suggestions for future studies are disseminated.

Keywords: Consumerism. Bibliometry. Financial education.

RESUMEN

Este trabajo tuvo como objetivo identificar determinadas características de los artículos de la base de datos de Scopus que contenían la palabra consumismo o consumismo en su título. Utilizando la bibliometría como técnica estadística y cuantitativa para medir la producción y dispersión del conocimiento científico, los temas de interés, como título, resumen y cuerpo del texto, fueron exportados de la base de datos mencionada y procesados por el software de análisis bibliométrico VOSviewer (R). Se puede apreciar el gran valor de los temas tratados debido a la vasta literatura existente, y al significativo incremento de publicaciones. Al final, se difunden sugerencias para futuros estudios.

Palavras chave: Consumismo. Bibliometría. Educación financiera.

Como citar este artigo: TIZOTTE, Tiago Rodrigo Lutzer *et al.* O perfil da pesquisa sobre o consumismo: um estudo bibliométrico dos artigos da base de dados da Scopus. **DRd - Desenvolvimento Regional em debate**, v. 12, p. 225-247, 01 abr. 2022. DOI: <https://doi.org/10.24302/drd.v12.4082>

Artigo recebido em: 24/11/2021

Artigo aprovado em: 06/12/2021

Artigo publicado em: 01/04/2022

1 INTRODUÇÃO

Os consumidores são seguidamente envolvidos pelas diversas propagandas de *marketing*, mostrando facilidades de pagamento parcelado, comodismo, promoções e benefícios. O jovem que não tem conhecimento do quanto pode comprometer das suas receitas, pode levar-se ao endividamento, isso pode acontece porque os jovens não possuem conhecimentos apropriados sobre gestão financeira e não sabem como tomar suas decisões financeiras adequadas.

Aponta Rizzo (1996, p. 15) que a história do inadimplemento [...] “é tão antiga como a história do crédito. Primeiro a própria vida do devedor e mais tarde a sua liberdade constituíam a garantia do credor. A grande mudança ocorreu quando de uma relação entre pessoas se passou a uma relação entre patrimônios” [...]. Atualmente, podem-se constatar muitos cidadãos que reclamam da escassez de dinheiro. Mas será mesmo que estes indivíduos conseguem administrar o que ganham? Ou estão afundadas no consumismo?

A ausência de uma educação financeira acessível e de boa qualidade, relega a população à uma ilusão de poder de consumo que não exatamente pode corresponder às suas realidades financeiras. A premissa de que para pertencer a determinado grupo social, e para ser admirado, é necessário corresponder a determinadas expectativas de consumo, expõe a face mais cruel do capitalismo.

É a valorização da tese de que o ser humano é aquilo que ele tem, no entanto, a realidade financeira expõe uma face ainda mais cruel de que na verdade ele não é o que ele possui e sim o que ele deve, desta forma, a pesquisa aborda temas que envolvem a propensão ao endividamento do indivíduo, questiona seu papel mediante o contexto econômico em que atravessa o país, bem como trata da importância da inserção da educação financeira frente ao consumismo. Este cenário vem despertando os pesquisadores a estudar o comportamento dos consumidores, estes estudos visam envolver em sua maioria o comportamento do consumidor, no processo de comercialização afim de alavancar o consumo. Neste sentido temos que as “informações sobre o comportamento dos consumidores e dos principais fatores que influenciam a sua decisão de compra são essenciais para identificação de oportunidades de mercado” (TORRES, 2003).

A relevância teórica deste estudo se concentra na colaboração para com a discussão acerca da disseminação de informações sobre o consumismo quanto aos demais estudos já publicados sobre a temática. Desta forma, este trabalho trata-se de um artigo teórico cujo procedimento metodológico constitui na de revisão bibliográfica e bibliométrica, dos periódicos disponíveis na base de dados da *Scopus*, usando como palavras-chave “consumismo” e “consumerism” no título do artigo.

2 REVISÃO DE LITERATURA

A pesquisa realizada está relacionada ao consumismo e os seus reflexos na vida financeira das pessoas e em suas famílias, sendo que dentro desse tema aborda-se inicialmente sobre a propensão ao endividamento, em seguida discorre-se sobre a educação financeira e o consumismo e por fim sobre a bibliometria. Destaca-se o grande número de estudos recentes sobre a temática utilizando-se de diversas abordagens e múltiplos autores que tratam sobre a temática, havendo desta forma diferentes conceitos, mas que em sua maioria tendem pela similaridade.

2.1 PROPENSÃO AO ENDIVIDAMENTO

Depois de anos de custo de vida relativamente estável, expansão econômica e consumo fácil que se instalou durante os governos Lula (2003-2011), o Brasil enfrenta atualmente o início de uma grande recessão em sua economia, queda no Produto Interno Bruto - PIB, alta do dólar, deflação e desemprego em massa. Assim, a expectativa é de uma retração da economia brasileira na comparação com o passado, podendo ser a pior performance anual da economia brasileira da sua história, fatores estes que contribuirão significativamente ao aumento de indivíduos em situação de endividamento.

Santos e Silva (2014) colocam que o nível de endividamento é impulsionado pelo estímulo ao consumo por parte dos incentivos, tais como facilidade ao crédito podemos ainda acrescentar o *marketing* dos produtos e serviços que é voltado a induzir os consumidores a utilizar ou comprar produtos e serviços pelo impulso. A necessidade de adquirir novos bens de consumo estimula as pessoas a se endividar cada vez mais em um ciclo vicioso, tornando este um problema de ordem social da sociedade do consumo. Assim se faz necessário a utilização de meios de planejamento financeiro apropriados às necessidades de cada pessoa afim de estabelecer limites de consumo apropriados a renda de cada pessoa e família, afim de se evitar, decisões impulsionadas pelo imediatismo do consumo.

Neste sentido Fernandes; Paraiso (2019) em seu estudo sobre o crescimento do índice de endividamento das famílias brasileiras traz a discussão acerca do crescimento do índice de endividamento das famílias brasileiras. Para tanto, os autores analisaram os dados divulgados pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo - CNC através da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor - PEIC do mês de setembro de 2019. Os autores apontam que 65,1% das famílias estão endividadas, sendo que o cartão de crédito lidera o tipo de dívida que as famílias mais possuem, com 79,5%. Os autores também completam que as famílias brasileiras não são adeptas ao planejamento financeiro, além de indicarem que a aquisição de bens desnecessários, gera para estas famílias gastos não planejados, oriundos basicamente de motivações supérfluas.

O apelo ao consumo e o *status* que este traz ao consumidor e a sensação de satisfação pessoal causada pelo consumo são as principais causas do endividamento, estando evidente a contribuição do uso do cartão de crédito e a inexistência de uma reserva financeira para situações imprevistas ou emergências. Outro ponto que contribui muito para o endividamento está associada a busca de um estilo de vida que não se adequa à realidade financeira, ou seja, as pessoas ganham um salário inferior à sua média de consumo.

2.2 EDUCAÇÃO FINANCEIRA E CONSUMISMO

A Associação de Educação Financeira do Brasil – AEF BRASIL coloca que a educação financeira é “uma leitura de realidade, de planejamento de vida, de prevenção e de realização individual e coletiva” e complementa que desta forma “faz todo sentido ser trabalhado desde os anos iniciais da vida escolar”. Olivieri (2013) assim define educação financeira é: [...] é uma forma de estar aberto ao processo constante de aprendizagem, desenvolvendo a capacidade integral do ser humano, com o objetivo de tomar decisões, tornar-se responsável pelos próprios atos oriundos do dinheiro para viver bem e equilibradamente [...].

Ainda para Olivieri (2013), tal educação deve começar desde os primeiros anos de vida ou quando a criança começa a demonstrar desejos próprios. Olivieri (2013) define a educação financeira como “o processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram sua compreensão dos conceitos e produtos financeiros”. Desta forma, com conhecimento, entendimento e orientação clara, as pessoas podem adquirir os valores e as competências necessários para se tornarem consumidores conscientes e desta forma possam fazer escolhas financeiras bem embasadas.

Adam Smith já considerava o consumo o único fim e objetivo de toda a produção. Isso pressupõe uma conexão sólida entre consumo e bem-estar. A conceitualização consumista dessa conexão sugere que a quantidade de consumo é igual ao bem-estar e o nível de produção pode, conseqüentemente, ser um indicador para o bem-estar. A natureza fundamental do consumismo, é reflexo de uma insatisfação geral entre os consumidores com a relação existente entre o consumidor e o produtor no mercado que foi muito impulsionado nos países industrializados na qual garantiu seu rápido crescimento econômico. Depois de ganhar impulso nos Estados Unidos, o consumismo se espalhou para a maioria dos países desenvolvidos, atingindo seu pico em muitos destes países no final das décadas de 1960 e 1970, espalhando-se a partir daí para os países subdesenvolvidos.

2.3 ESTRUTURA DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

Na tentativa de garantir que os consumidores recebam proteção adequada no os consumidores do mercado abordaram o problema de dois pontos diferentes: melhorar a capacidade do consumidor em lidar com os problemas causados pela relação de consumo e constituindo os direitos do consumidor em lei. As estratégias empregadas caem em duas grandes categorias: a primeira é (a) informação e educação do consumidor; e a segunda (b) o reconhecimento legalmente constituído de direitos básicos do consumidor.

A responsabilidade pela geração de informações foi percebida como estando em conjunto com organizações governamentais e de consumidores e pelo reconhecimento legal de direitos com o governo, embora a responsabilidade pela aplicação da lei em casos específicos, esta pode ser do consumidor individual ou do Estado. Sendo desta forma elementos complementares que visam garantir que o consumidor possa proteger ele mesmo é encontrado em todos os países.

Especificamente no caso brasileiro o ordenamento jurídico criado para proteger o consumidor é o Código Brasileiro de Defesa do Consumidor – CDC, sendo está uma norma que visa a proteção aos direitos do consumidor, bem como dispõem sobre as relações e as responsabilidades deste com o fornecedor, aplicando-se tanto ao fabricante de produtos ou ao prestador de serviços, com o consumidor, O Código de Defesa do Consumidor é instituído pela Lei Federal nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990, e estabelece os padrões de conduta, os prazos e as penalidades para ambas as partes.

A Lei Federal nº. 8.078 é fruto de uma determinação constitucional que buscou preencher uma lacuna prevista na Constituição de 1988 no seu artigo 5º, inciso XXXII: que dispõem que “O Estado promoverá na forma da lei a defesa do consumidor”. Com a promulgação da Carta Magna Brasileira de 1988, ocorre um fortalecimento das entidades não-

governamentais, com estas ganhando maior poder frente a busca e conseqüentemente a regulamentação dos direitos sociais, o que de certa forma se fez refletir na criação do CDC.

O CDC gerou importantes mudanças no decorrer dos anos de 1990 e 2000, alterando consideravelmente as relações entre fornecedores e consumidores, impondo para os fornecedores a necessidade de uma maior qualidade na fabricação dos produtos e também atribuindo a estes requisitos mínimos quanto ao atendimento do consumidor. Desta forma as premissas básicas no ordenamento jurídico brasileiro quanto a relação de consumo, estão estabelecidas na Lei Federal nº. 8.078 que em seus artigos 2º e 3º, assim qualificam os agentes envolvidos nas relações de consumo abrangidas pela lei:

- (a) Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. (art. 2º); e
- (b) Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. (art. 3º).

Ainda nos parágrafos 1º e 2º do artigo 3º estão descritos os produtos e serviços aos quais estão contemplados nas diretrizes de consumo da Lei.

- (c) Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial. (art. 3º, § 1º); e
- (d) Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista. (art. 3º, § 2º).

2.4 INFORMAÇÃO E EDUCAÇÃO DO CONSUMIDOR

Através da posse de todas as informações relevantes, o consumidor poderá fazer uma escolha racional entre ofertas de produtos e serviços e geralmente se proteger. As informações seriam fornecidas por revistas, publicações, agências governamentais e centros de pesquisa, comparativos independentes organizações de teste e, é claro, o próprio negócio. A educação do consumidor é responsabilidade das organizações e do governo.

O objetivo da educação do consumidor é de desenvolver nestes um senso crítico de avaliação tanto de fornecedores como de produtos fornecidos por estes, afim de alargar as habilidades para proteger seus direitos. Embora a educação do consumidor deva ser diferenciada de uma simples prestação de informações, os dois processos são, na prática, em grande parte complementares. A educação financeira permite que os consumidores saibam usar em benefício próprio as informações do fornecedor ou produto através da capacidade de absorver e compreendê-lo mais completamente, enquanto as informações de compras formam uma contribuição importante para o processo educacional do consumidor.

Em vários países, a educação do consumidor foi introduzida nas escolas de uma maneira a garantir que os jovens se familiarizem com os problemas causados pelo consumismo, estudos de Melo; Moreira; (2000) identifica uma diferença significativa no nível de educação financeira dos alunos, graduandos de Administração e Ciências Contábeis comparados aos de Direito. Estes resultados sugerem que ter cursado disciplinas financeiras ajuda os alunos na tomada de decisão quanto a sua vida financeira.

No mesmo sentido Fachini; Stuu; Faveri; (2000) trazem uma análise do controle financeiro pessoal e familiar nas decisões de consumo ao analisar os hábitos de consumo e o nível de educação financeira dos respondentes nas escolas da rede pública de ensino em uma cidade do Alto Vale do Itajaí em Santa Catarina. Identifica que há preocupação em manter controle dos gastos pelos jovens, quase a metade dos respondentes afirmaram que às vezes seus gastos excedem sua renda, o que leva a interpretação de que o planejamento financeiro não reflete a realidade ou não está sendo seguido. E ainda que cerca de 45% dos respondentes possui planejamento a longo prazo, contribuindo com previdência complementar e outros fundos para assegurar uma aposentadoria com boa saúde financeira.

A educação do consumidor pode tornar os futuros consumidores mais conscientes e mais capazes de lidar com problemas do consumidor. Teria também o benefício adicional de fazer futuros executivos de negócios conscientes dos problemas do consumidor. Infelizmente a maioria dos consumidores atuais estão fora do sistema educacional e, enquanto a educação de adultos poderia ser introduzidos cursos sobre assuntos do consumidor, é improvável que eles frequentem aquelas pessoas que mais precisam educar sobre questões do consumidor. Sob essas circunstâncias a educação do consumidor, mesmo se implementada adequadamente, só pode ser vista como um longo período de tempo.

Neste sentido o estudo de Souto, Silva, Botelho (2019) estudam a influência da educação financeira no comportamento financeiro realizado com discentes e egressos dos cursos de ciências contábeis, economia e administração ao avaliar a relação entre o conhecimento e o comportamento financeiro destes. Os autores concluem em seu estudo que dentre os participantes da pesquisa quem possuía maior conhecimento financeiro apresentou menor tendência a um comportamento de risco e ao endividamento. a pesquisa evidencia desta forma a importância da educação financeira para os indivíduos aos autores concluírem que o investimento em educação financeira para a população pode ser uma das possíveis soluções para os problemas de inadimplência e endividamento no Brasil.

2.5 BIBLIOMETRIA

A bibliometria é uma metodologia de pesquisa que é oriunda do campo das ciências da informação que usa a análise quantitativa de dados, mediante procedimentos estatísticos. O Instituto Brasileiro de Informação Científica e Tecnológica – IBICT, desde a década de 1970 já realizava estudos sobre diferentes temáticas, usando o método bibliográfico. No entanto, a primeira vez que o termo "Bibliometria" foi usado, foi com a finalidade de substituir o termo "bibliografia estatística", o qual foi usado em 1922 por Edward Wyndham Hulme em uma conferência na Universidade de Cambridge da Inglaterra, "e que mais tarde foi popularizado por Pritchard (1969), com a então substituição dos termos" (GUEDES, 2012).

Para Nicholas e Ritchie (1978, apud ARAÚJO, 2006), a diferença essencial entre a tradicional bibliografia e a bibliometria é que esta utiliza mais métodos quantitativos do que discursivos para uma avaliação objetiva da produção científica. Ademais, destaca Figueiredo (1977) que a "bibliometria desde sua origem é marcada por uma dupla preocupação: a análise da produção científica e a busca de benefícios práticos imediatos para bibliotecas".

Desta forma pela bibliometria ser um campo de estudo da área da biblioteconomia também da ciência da informação, esta aplica métodos estatísticos para construir indicadores

sobre a evolução dos estudos científicos sobre determinado assunto, no caso deste estudo sobre o Consumismo. Podemos acrescentar que a bibliometria tem aplicação multidisciplinar podendo ser aplicada em diversas áreas. Em meio as diversas possibilidades de seu uso podemos destacar: (a) Identificar tendências ou não do crescimento do conhecimento em determinado campo de estudo, (b) Medir o impacto das publicações e a conseqüentemente disseminação destes, (c) Medir a cobertura das revistas científicas, e (d) Identificar autores mais influentes e produtivos.

2.6 ESTUDOS ANTERIORES

No quadro a seguir constam estudos anteriores os quais utilizaram a bibliometria como método quantitativo de análise e que possuem como temática relação com os assuntos tratados neste estudo, ou-seja o consumismo como tema central e suas conexões com a propensão ao endividamento, a educação financeira, a estrutura da proteção do consumidor e informação e educação do consumidor apresentando-se o autor, ano, objetivo e respectivo resultado do estudo:

Quadro 1 – Estudos anteriores

Autor(es)	Ano	Estudo	Objetivo	Resultado
GUSMÃO, Alexandre Braga; BRITO, Felipe Reis de; BRESSA, Rosimar; OLIVEIRA, Rossard Ribeiro de; TROCCOLI, Irene Raguenet.	2013	Consumo e Anticonsumo: um estudo bibliométrico dos artigos dos EMAS de 2004 a 2012.	Identificar algumas características de todos os artigos em coautoria apresentados nos Encontros de Marketing (EMA) promovidos bianualmente pela Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) entre os anos de 2004 a 2012.	Verificou-se que este tipo de parceria encontra-se muito concentrada na opção por não mais do que dois autores e que mais de metade dos trabalhos foi oriundo de esforço conjunto de docentes e discentes.
NOGAMI, Vitor Koki da Costa; PACAGNAN, Mario Nei.	2011	Produção Acadêmica sobre o Consumo na Base da Pirâmide na Área de Marketing: uma pesquisa bibliométrica.	Levantamento dos trabalhos sobre marketing e o consumo da base da pirâmide nos artigos do EnANPAD e do EMA entre 1997 e 2010.	Contribuir para a reflexão sobre a necessidade de se incentivar a pesquisa e a publicação nessa vertente.

METTE, Frederike M. B.	2018	Uma Análise Bibliométrica dos Estudos em Educação Financeira no Brasil e no Mundo.	Revisão de alguns dos principais estudos teórico-empíricos, nacionais e internacionais, da área de educação financeira. Este mapeamento buscou identificar os principais objetivos das pesquisas.	Os resultados obtidos demonstraram uma convergência em amostras utilizadas, como coleta de dados, e uma variedade de métodos de análise para tais amostras. Percebe-se que o maior desafio, principalmente aos pesquisadores brasileiros, ainda está no fato de que os países carecem de um bom programa de incentivo à educação financeira e da conscientização da população de sua importância.
MEDEIROS, Natane de Cassia Leivas de; MEDEIROS, Flaviani Souto Bolzan.	2017	A Educação Financeira e as Finanças Pessoais sob a Ótica da Bibliometria: Uma análise em eventos da administração no Brasil realizados no triênio 2012-2014.	Analisar a produção acadêmica acerca da educação financeira e finanças pessoais em eventos da Administração, no Brasil, realizados no triênio 2012-2014 sob a ótica da bibliometria	Observou-se que os temas abordados ainda são pouco explorados nos eventos científicos de Administração no país e vêm sendo estudados por um grupo específico de pesquisadores, responsáveis por uma parte considerável das publicações dentro do triênio analisado.

Fonte: Elaborada pelos autores, com base na pesquisa.

3 METODOLOGIA

O presente estudo acer-car-se de uma revisão bibliográfica e bibliométrica baseada em um conjunto de artigos da base de dados da *Scopus* e que continham em seu título a palavra consumismo (na língua portuguesa) ou consumerism (na língua inglesa) visando informações a respeito da disseminação de informações sobre o consumismo. Beuren (2008) destaca que os métodos a serem utilizados no trabalho científico referem-se à maneira pela qual são obtidos os dados dos fatos sociais que contemplam a pesquisa relacionando as etapas necessárias para a elaboração do estudo.

Desta forma, o estudo é classificado de acordo com o objetivo como descritiva, quanto aos procedimentos como bibliográfica, enquanto que sua abordagem do problema é qualitativa. O caráter descritivo decorre do fato de se analisar e classificar as características da evidência social das empresas, pois segundo Raupp e Beuren (2009) “ela busca esclarecer alguns aspectos comuns a certas populações visando observar, registrar, analisar, classificar e interpretar os dados sem interferência do pesquisador”. Cervo e Bervian (1983) acrescentam que a pesquisa bibliográfica explica um determinado problema através de referenciais teóricos publicados, assim, no presente estudo se tem como base os artigos científicos que tratam sobre o consumismo.

Para a concretização deste estudo, utiliza-se a bibliometria cujo método organiza os resultados de pesquisas anteriores e oferece apoio para a tomada de decisão e a melhoria das práticas de gestão, além de apontar lacunas nos estudos sobre o consumismo que precisam ser preenchidas. Para realizar o estudo bibliométrico, se estabeleceu as seguintes etapas: primeiramente ocorreu a definição do tema; para posteriormente se executar o levantamento

bibliográfico e por fim ocorreu a interpretação dos resultados. O levantamento bibliográfico foi atingido por meio do banco de dados da *Scopus* e processados pelo software de análise bibliométrica VOSviewer(R). Os resultados e análise dos dados coletados são apresentados na seção a seguir.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta seção do estudo é dedicada em quantificar a produção científica sobre o consumismo, desta forma a coleta dos artigos foi realizada através do portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, extraído da base de dados da Socopus (Elsevier) no dia 20 de junho de 2020, com a seleção de 843 artigos publicados, sendo a primeira publicação datada de 1969 até os estudos publicados e disponibilizados na base de dados consultada até a data da realização da coleta dos dados. Para melhor visualizações da evolução quantitativa das publicações os artigos foram agrupados de acordo com a data de sua publicação em décadas conforme padronização da normal internacional para representação de data e hora da Organização Internacional de Padronização – ISO.

Tabela 1 – Quantidade de artigos com a palavra consumo nos títulos por período - Totais e participações percentuais

Período	Total de artigos	Participação percentual sobre o total
Década de 2020	23	2,73%
Década de 2010	346	41,04%
Década de 2000	205	24,32%
Década de 1990	115	13,64%
Década de 1980	66	7,83%
Década de 1970	87	10,32%
Década de 1960	1	0,12%
1969 - 20 junho de 2020	843	100,00%

Fonte: Elaborada pelos autores, com base na pesquisa.

Como já colocado anteriormente o consumismo ganha impulso nos Estados Unidos, e se espalhou para os demais países desenvolvidos, atingindo seu pico em muitos destes países no final das décadas de 1960 e 1970, período este onde surgem os primeiros estudos sobre o tema. O período de maior produção científica ocorre na década de 2010, também referida como anos 2010, que compreende, o período de tempo entre 1º de janeiro de 2010 a 31 de dezembro de 2019, neste período o total de artigos publicados totaliza 346 ou seja, 41,04% desta amostra.

O que se vê ao identificarmos as revistas em que os artigos estão publicados observamos que a imensa maioria está pulverizada em 160 diferentes revistas, destaque para o “Journal Of Consumer Culture” que concentra 14 artigos, ou seja, 1,66%, da amostra. Para fins metodológicos para tabulação das revistas (Tabela 1) se utilizou o critério de participação superior a 0,47% de participação nas publicações do total da amostra, desta forma na tabela a seguir temos uma relação das 16 revistas que possuem 4 ou mais artigos sobre consumismo durante o período da amostra.

Tabela 2 – Quantidade de artigos com a palavra consumismo nos títulos por revista - Totais e participações

Título da Revista	Total de artigos	Participação percentual sobre o total
(1) Journal Of Consumer Culture	14	1,66%
(2) International Journal Of Consumer Studies	13	1,54%
(3) European Journal Of Marketing	12	1,42%
(4) Journal Of Consumer Affairs	11	1,31%
(5) Benefits Quarterly	9	1,07%
(6) Cultural Studies	7	0,83%
(7) Journal Of Cleaner Production	6	0,71%
(8) Public Money And Management	6	0,71%
(9) EBRI Issue Brief Employee Benefit Research Institute	5	0,59%
(10) Healthcare Financial Management Journal Of The Healthcare Financial Management Association (11) Journal Of Advertising (12) Journal Of Consumer Behaviour (13) Managed Care Quarterly (14) Public Administration (15) Social Science And Medicine (16) Tourism Recreation Research	4	0,47%
(17) Agriculture And Human Values (18) Annals Of Public And Cooperative Economics (19) Annals Of The American Academy Of Political And Social Science (20) British Food Journal (21) Business Horizons (22) California Management Review (23) Consumption Markets And Culture (24) Critical Sociology (25) Dialog (26) Foreign Literature Studies (27) Global Bioethics (28) Health And Social Service Journal (29) Hospitals Health Networks Aha (30) International Journal Of Cultural Studies (31) International Journal Of Educational Management (32) International Political Science Review (33) Journal Of Business Ethics (34) Journal Of Contemporary Religion (35) Journal Of Historical Research In Marketing (36) Journal Of International Consumer Marketing (37) Journal Of Medical Ethics (38) Journal Of Popular Culture (39) Journal Of Social History (40) Nature (41) New York State Dental Journal (42) Nln Publications (43) Nursing Administration Quarterly (44) Public Opinion Quarterly (45) Revue Du Mauss (46) Theory Culture Society	3	0,36%
(47) Advanced Science Letters (48) American Behavioral Scientist (49) American Journal Of Managed Care (50) Anaesthesia And Intensive Care (51) Analytical Chemistry (52) BMJ (53) British Journal Of Criminology (54) British Journal Of Nursing Mark Allen Publishing (55) British Journal Of Social Work (56) British Journal Of Sociology Of Education (57) Business Strategy And The Environment (58) Capitation Management Report (59) Community Development Journal (60) Comparative Studies Of South Asia Africa And The Middle East (61) Contemporary Islam (62) Continuum (63) Dental Survey (64) Development (65) Ecological Economics (66) Employee Benefits Journal (67) Energy Policy (68) Environment And Behavior (69) Filosofija Sociologija (70) Gender And History (71) Gerontologist (72) Global Media And Communication (73) Health (74) Health Communication (75) Health Education (76) Health Management Technology (77) Historical Archaeology (78) Hospital Progress (79) Hts Teologiese Studies Theological Studies (80) Information Communication And Society (81) International Area Studies Review (82) International Journal Of Commerce And Management (83) International Journal Of Comparative Sociology (84) International Journal Of Engineering And Advanced Technology (85) International Journal Of Phytoremediation (86) International Journal Of Production Economics (87) Jahrbuch Fur	2	0,24

Wirtschaftsgeschichte (88) Journal Of Advanced Nursing (89) Journal Of Australian Studies (90) Journal Of Consumer Studies Home Economics (91) Journal Of Euromarketing (92) Journal Of Sociology (93) Journal Of Youth Studies (94) Legacy (95) Logos Lithuania (96) Marketing Management (97) Marketing Theory (98) Media Culture And Society (99) Medical Anthropology Cross Cultural Studies In Health And Illness (100) Michigan Health Hospitals (101) Middle East Journal Of Scientific Research (102) New Media And Society (103) Organization And Environment (104) Partecipazione e Conflitto (105) Past And Present (106) Philosophy And Public Affairs (107) Policy And Politics (108) Politica Y Sociedad (109) Qualitative Health Research (110) Rethinking Marxism (111) Review Of Radical Political Economics (112) Russ Coile S Health Trends (113) Sexualities (114) Social History (115) Social Policy And Administration (116) Social Problems (117) Social Semiotics (118) Sociology Of Health And Illness (119) Sustainability Switzerland (120) Sustainable Development (121) Teaching Sociology (122) Textilwirtschaft (123) Tourism And Hospitality Research (124) Urban Studies (125) World Affairs (126) World Applied Sciences Journal		
(127) ASHA (128) Academe (129) Acta Politica (130) Active Learning In Higher Education (131) Administration And Policy In Mental Health (132) Administrative Radiology Journal AR (133) Advances In Consumer Research (134) Aesthetic Surgery Journal (135) Age And Ageing (136) Agrekon (137) Albion (138) Alternatives (139) Ambiente e Sociedade (140) American Journal Of Economics And Sociology (141) American Journal Of Health Promotion (142) American Journal Of Obstetrics And Gynecology (143) American Journal Of Pharmacy And The Sciences Supporting Public Health (144) American Politics Research (145) American Surgeon (146) Amfiteatru Economic (147) Annals Of The Academy Of Medicine Singapore (148) Annual Review Of Anthropology (149) Anthropology And Medicine (150) Antipode (151) Applied Radiology (152) Architectural Review (153) Archives Of Disease In Childhood (154) Archives Of Internal Medicine (155) Archives Of Physical Medicine And Rehabilitation (156) Asia Life Sciences (157) Asia Pacific Business Review (158) Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics (159) Asian Medicine	1	0,12%
Indefinido	2	0,24%

Fonte: Elaborada pelos autores, com base na pesquisa.

As 16 revistas que possuem o maior número de publicações somam juntas 111 publicações, ou seja, 13,17% da amostra demonstrado na Tabela 2, temos ainda publicações em 30 revistas que no período tiveram 3 artigos cada uma publicada, ou seja, 10,68%, da amostra total, 80 revistas com duas publicações cada, cuja participação total é de 18,98%. Ainda temos 33 revistas com uma publicação cada, para finalizar constam dois estudos cuja identificação da revista é indefinida, na qual não foi possível identificar a revista a qual o estudo foi publicado.

No que diz respeito ao idioma dos artigos, por termos como estrato de pesquisa os periódicos publicados na base da Scopus (Elsevier), torna-se natural que a maioria dos estudos seja publicada em língua inglesa. A tabela 3 apresenta o detalhamento da quantidade de artigos com a palavra consumismo nos títulos por idioma com seus totais e participações.

Tabela 3 – Quantidade de artigos com a palavra consumismo nos títulos por idioma - Totais e participações

Idioma	Total de artigos	Participação percentual sobre o total
(1) Inglês	804	95,37%
(2) Francês	7	0,83%
(3) Espanhol	5	0,59%
(4) Alemão	4	0,47%
(5) Chinês (6) Lituano (7) Polonês	3	0,36%
(8) Croata (9) Holandês (10) Japonês (11) Português (12) Russo	2	0,24%
(13) Grego (14) Persa (15) Romena (16) Sérvio (17) Esloveno	1	0,12%
Indefinido	2	0,24%

Fonte: Elaborada pelos autores, com base na pesquisa.

O que se vê ao identificarmos o idioma em qual os artigos foram publicados observamos que a imensa maioria está publicada em inglês, ou seja 95,37% ou 804 artigos. As publicações em língua francesa - 7 publicações -, espanhola com 5 e na língua alemã com 4 publicações fecham a lista dos idiomas com mais publicações na amostra. As publicações em língua chinesa, lituana e polonesa possuem 3 publicações cada, as línguas croata, holandesa, japonesa, portuguesa e russa 2 cada, por fim ainda temos artigos em grego, persa, romeno sérvio e esloveno.

No que diz respeito ao país ou território dos autores dos artigos (Tabela 4), identificamos que 31,08% das publicações são provenientes de estudos produzidos dentro dos Estados Unidos ou 262 artigos. Destaque ainda para a produção no Reino unido com 15,30% ou 129 publicações. Os estudos produzidos no Brasil somam 8 artigos ou 0,83% da amostra.

Tabela 4 – Quantidade de artigos com a palavra consumismo nos títulos por país/território - Totais e participações

País/Território	Total de artigos	Participação percentual sobre o total
(1) Estados Unidos	262	31,08%
(2) Reino Unido	129	15,30%
(3) Canadá	34	4,03%
(4) Austrália	29	3,44%
(5) Índia	19	2,25%
(6) Suécia	18	2,14%
(7) Itália	15	1,78%
(8) Alemanha	12	1,42%
(9) China (10) Malásia (11) Países Baixos (12) Coreia do Sul (13) Espanha	9	1,08%
(14) Brasil (15) Indonésia (16) Israel	8	0,95%
(17) Finlândia (18) França (19) África do Sul (20) Peru	7	0,83%
(21) Dinamarca	6	0,71%
(22) Irlanda (23) Japão (24) Cingapura	5	0,59
(25) Áustria (26) Croácia (27) Nova Zelândia (28) Polónia (29) Romênia (30) Arábia Saudita (31) Eslovênia (32) Suíça (33)	4	0,48%
(34) República Checa (35) Grécia (36) Lituânia (37) México (38) Noruega (39) Federação Russa	3	0,36%
(40) Bélgica (41) Estônia (42) Hong Kong (43) Nigéria (44) Filipinas	2	0,24%
(45) Colômbia (46) Geórgia (47) Cazaquistão (48) Quênia (49) Marrocos (50) Namíbia (51) Portugal (52) São Vicente e Granadinas (53) Eslováquia (54) Taiwan (55) Emirados Árabes Unidos	1	0,12%
Indefinido	191	22,66%

Fonte: Elaborada pelos autores, com base na pesquisa.

Por fim, foi realizado o levantamento quanto a área de estudo da amostra (Tabela 5), a análise dos artigos mostra que o consumismo possui relação com as áreas multidisciplinares, principalmente com as áreas de ciências sociais, a qual está contemplada em 53,14% da amostra. As ciências sociais, por sua vez é uma ampla área de estudos a qual abranger a forma de desenvolvimento, funcionamento e organização das sociedades, sendo, portanto, estudados os aspectos relacionados a uma sociedade, dentre estes as suas origens e processos históricos, conflitos, e seus aspectos de desenvolvimento, além de suas características culturais e hábitos.

Tabela 5 – Quantidade de artigos com a palavra consumismo nos títulos por área de estudo - Totais e participações

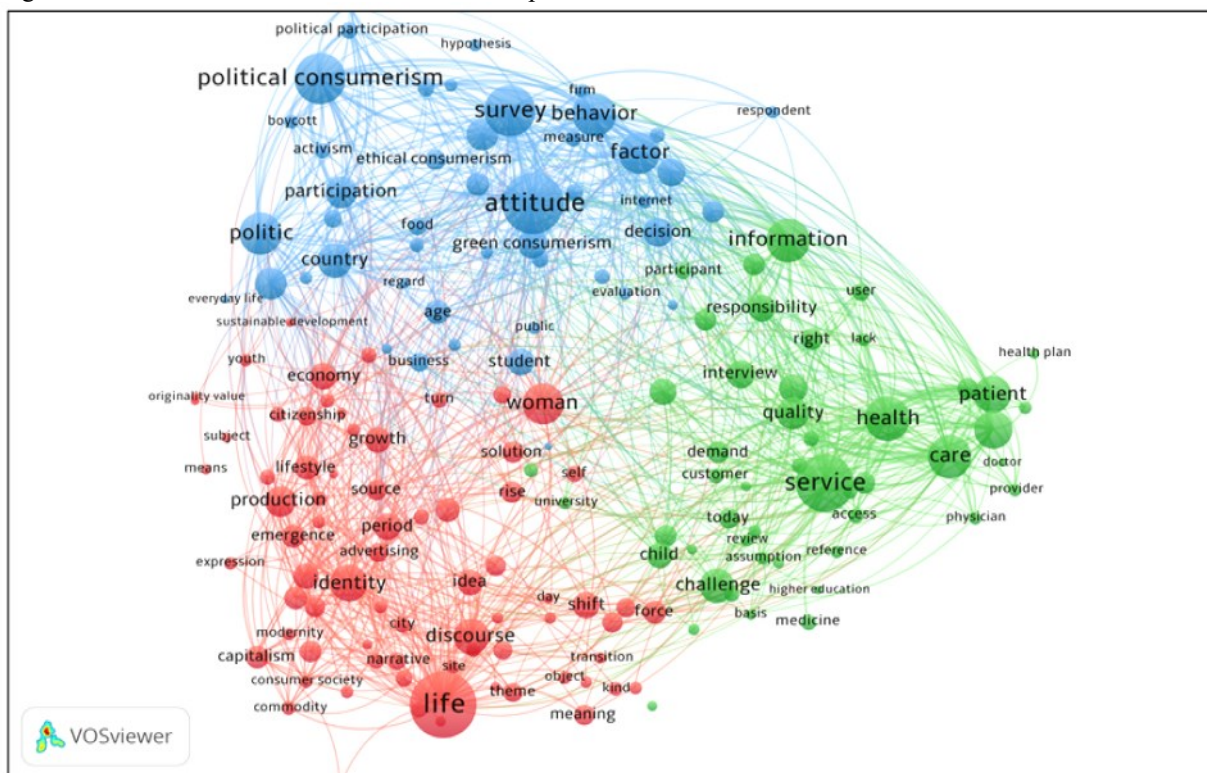
Área de Estudo	Total de artigos	Participação percentual sobre o total
Ciências Sociais	448	53,14%
Artes e Humanidades	213	25,27%
Medicamento	198	23,49%
Negócios, Gestão e Contabilidade	170	20,17%
Economia, Econometria e Finanças	95	11,27%
Psicologia	72	8,54%
Ciência ambiental	63	7,47%
Enfermagem	27	3,20%
Engenharia	26	3,08%
Ciências Biológicas e Agrícolas	18	2,14%
Ciência da Computação	16	1,90%
Energia	15	1,78%
Multidisciplinar	11	1,30%
Ciências da Terra e do Planeta	9	1,07%
Profissões de Saúde	9	1,07%
Ciências da Decisão	5	0,59%
Ciência de materiais	5	0,59%
Bioquímica, Genética e Biologia Molecular	3	0,36%
Farmacologia, Toxicologia e Farmacêutica	3	0,36%
Química	2	0,24%
Odontologia	2	0,24%
Matemática	2	0,24%
Engenheiro químico	1	0,12%
Física e Astronomia	1	0,12%

Fonte: Elaborada pelos autores, com base na pesquisa.

Ao visualizarmos a Tabela 5 identificamos ainda que as áreas de estudos de Artes e Humanidades - 213 -, Medicamentos - 198 - Negócios, Gestão e Contabilidade - 170 - Economia, Econometria e Finanças - 95 -, possuem grande relevância dentre as áreas de estudos abrangidos pelos artigos com a palavra consumismo nos títulos, dentre a amostra coletada através do portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, extraído da base de dados da Socopys (Elsevier).

Nos mapas bibliométricos foram incluídos todos os artigos os artigos da base de dados da Scopus (Elsevier) e que continham em seu título a palavra consumismo ou consumerism, no dia 20 de junho de 2020, com a seleção de 843 artigos publicados, com utilização dos termos que apareceram pelo menos 10 vezes em todos eles. Quanto a definição da escolha do número de termos utilizadas para a criação dos mapas o software de análise bibliométrica VOSviewer(R) selecionou 2463 termos.

Figura 1 – Temas relacionados ao consumismo – por cluster



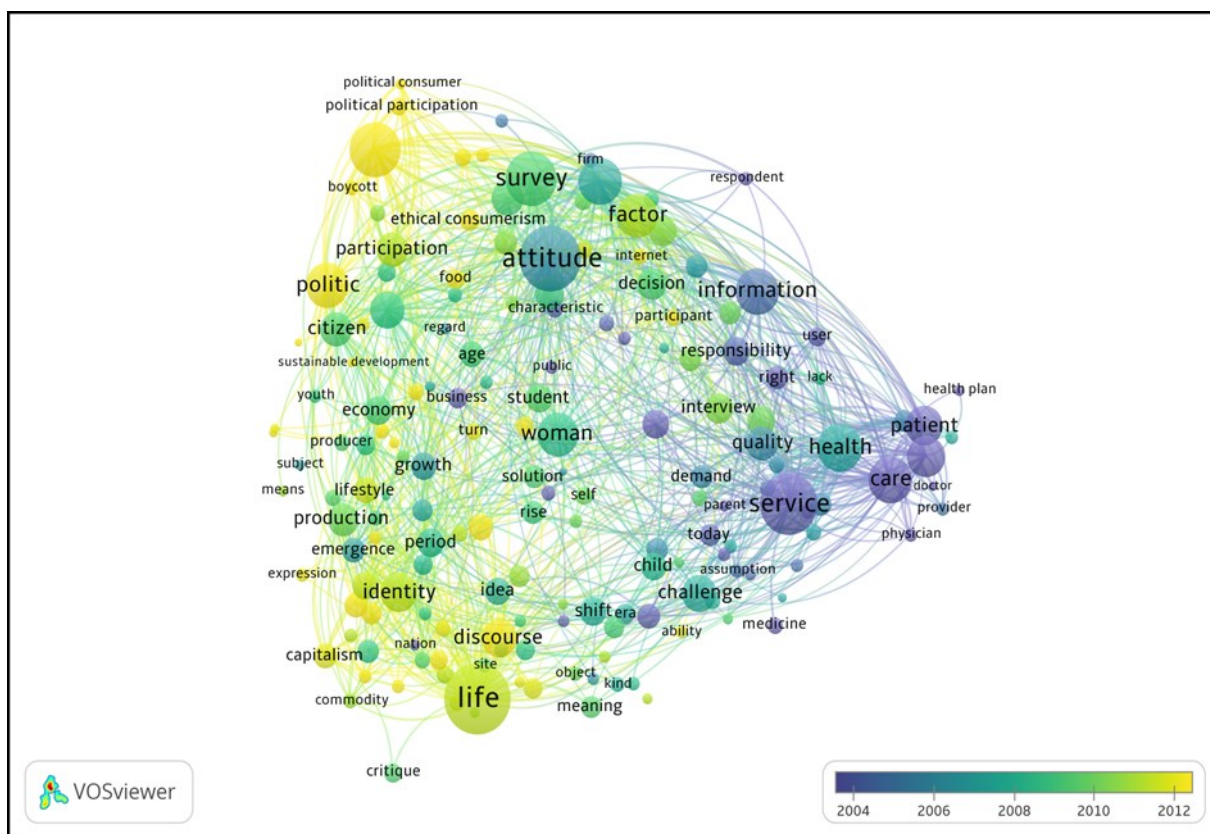
Fonte: Elaborada pelos autores, com base na pesquisa com a utilização do software de análise bibliométrica VOSviewer(R).

Para cada um destes termos, uma pontuação de relevância foi calculada, com base nessa pontuação, os termos mais relevantes foram selecionados, sendo utilizada a opção padrão do software ao se selecionar os termos mais relevantes em 60%, ou seja 1478. Nessa análise, o aumento de densidade representado pela maior intensidade da cor nas figuras é diretamente proporcional à quantidade de repetição dos termos no material extraído. Assim observa-se a formação de 3 cluster.

Um primeiro cluster com forte ligação a atitude e comportamento do consumidor, ao estudo das motivações ao consumo, consumo verde, participação, política e consumismo político. Um segundo cluster se forma em torno da economia, dos produtos e da produção e do capitalismo.

Já o terceiro cluster é formado a partir das expressões: serviço, responsabilidade, informação, participante, saúde, cuidado, desafios e paciente. O que se vê ao identificarmos os períodos em que se os temas relevantes relacionados ao consumismo foram abordados em seus estudos através do mapa bibliométrico montado (Figura 2) que estes são frutos de estudos publicados entre 2004 e 2012.

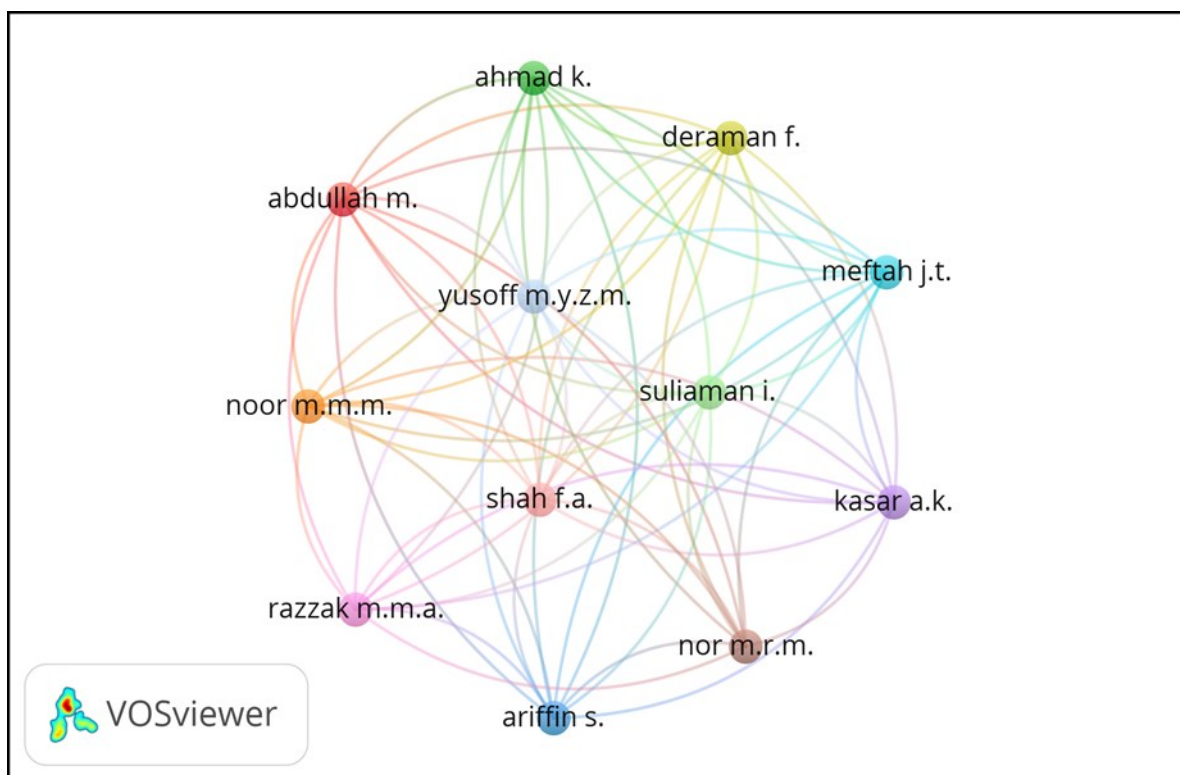
Figura 2 - Temas relacionados ao consumismo – por ano



Fonte: Elaborada pelos autores, com base na pesquisa com a utilização do software de análise bibliométrica VOSviewer(R).

As pesquisas mais recentes e cuja relevância foi calculada pelo software ao se selecionar os termos mais relevantes em 60%, ou seja 1478 centra-se por meados do ano de 2012, estando diretamente ligada a vida, identidade, capitalismo, política, participação política e consumidor político. Assim ocorre uma mudança nos temas que envolvem o consumismo em relação aos anos de 2006 a 2010 na qual se centrava na atitude do consumidor, na produção, economia e nos produtos. Já no período de 2004 a 2006 os estudos estavam relacionados na responsabilidade, qualidade e na informação.

Figura 3 – Mapa de co-citação e citações recíprocas – por cluster

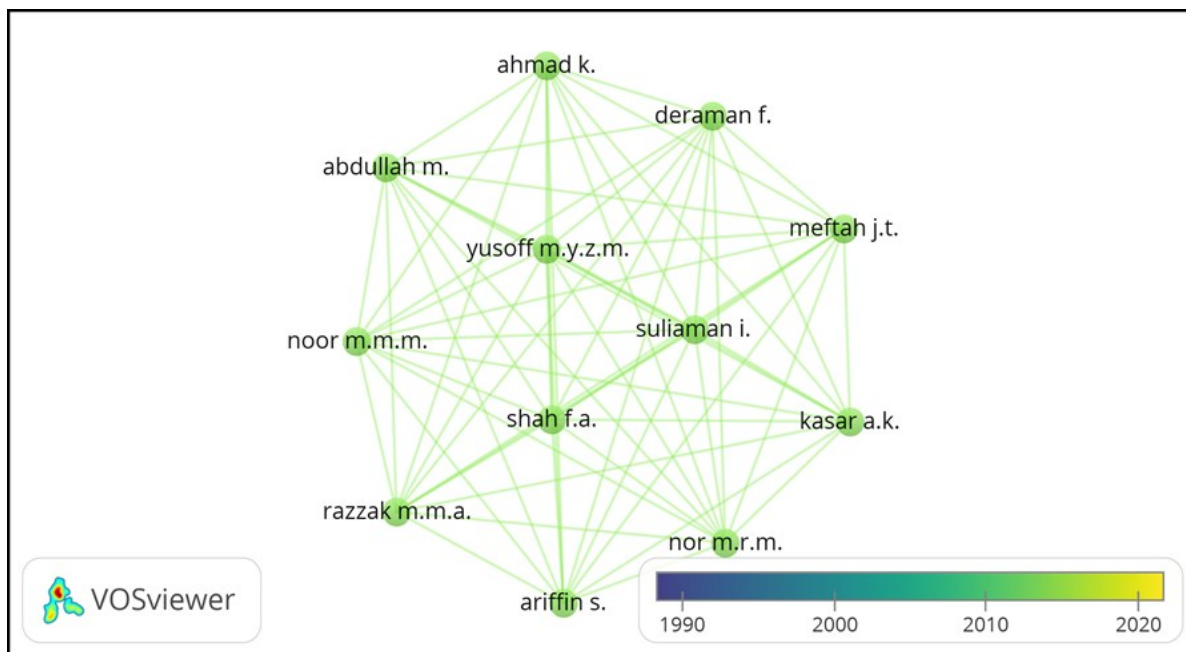


Fonte: Elaborada pelos autores, com base na pesquisa com a utilização do software de análise bibliométrica VOSviewer(R).

As figuras 3 e 4 apresentam os mapas com base nos dados bibliográficos, e são destinados a demonstrar os mapas de co-autoria, co-ocorrência de palavra-chave, citação, acoplamento bibliográfico ou co-citação. Assim a figura 3 apresenta o mapa dos autores, visualiza-se a formação de um cluster composto por 12 autores: Abdullah M.; Ahmad K.; Ariffin S.; Deraman F.; Kasar A. K.; Meftah J. T.; Noor M. M. M.; Nor M. R. M.; Razzak M. M. A.; Shah F. A.; Suliaman I.; Yusoff M. Y. Z. M.

Sendo que os autores centrais do cluster são: Shah F. A.; Suliaman I.; Yusoff M. Y. Z. M. Estes basicamente estão influenciando as pesquisas apontados nos temas relacionados ao consumismo dentro da rede de co-citação e citações recíprocas que se forma nos anos de 2010, conforme observa-se no mapa apresentado na Figura 4, tornando este um período que ganha força por ser justamente o período de maior produção científica que ocorre na década de 2010, sobressaindo-se desta forma tanto os temas estudados como os autores dos artigos.

Figura 4 – Mapa de co-citação e citações recíprocas – por ano



Fonte: Elaborada pelos autores, com base na pesquisa com a utilização do software de análise bibliométrica VOSviewer(R).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente revisão bibliográfica e bibliométrica mostra a crescente evolução na abrangência da pesquisa científica sobre o consumismo. Entende-se que o objetivo deste estudo foi atingido, dentro das fronteiras plausíveis relativas ao espaço físico disponível da amostra, sendo assim, mapeado o estudo do consumismo especificamente no que tange aos 843 artigos que apresentavam as palavras consumismo em seus títulos, e que fazem parte da base de dados da *Scopus*.

O consumismo inicia-se nos Estados Unidos, e se espalha para os demais países desenvolvidos, atingindo seu pico em muitos destes no final das décadas de 1960 e 1970, período no qual pode se observar que surgem os primeiros estudos sobre o tema. O período de maior produção científica ocorre na década de 2010, também referida como anos 2010. A análise dos artigos mostrou que consumismo possui relação com as mais diversas áreas de estudo, mas principalmente com as Ciências Sociais, Artes e Humanidades.

A observar as naturais limitações desta pesquisa. Uma delas é o extrato da subamostra estudada: 843 artigos da base de dados da *Scopus*, sendo que esta delimitação naturalmente excluiu as demais bases de dados e uma infinita quantidade de publicações. O segundo obstáculo é basicamente, uma consequência inevitável da rigidez que se impôs à metodologia de análise adotada, pois não se fez esforço algum de interpretação para a extração de informações primárias. Utilizando-se para tanto da coleta dos artigos através do portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, extraído da base de dados da *Socopus* (Elsevier) e para a realização do levantamento bibliográfico foi atingido por meio do pelo processamento dos artigos coletados pelo software de análise bibliométrica VOSviewer(R).

Como os elementos analisados são aqueles oriundos estritamente daquilo que se encontrava na base de dados da *Socopus* (Elsevier) e do processamento deste pelo VOSviewer(R), a eventual carência destes elementos, ou até a sua precocidade, pode ter gerado desvios nos resultados finais. Como sugestões para posteriores estudos englobam a pesquisa de outros aspectos bibliométricos dos estudos desta amostra, tais como os meios e as finalidades das pesquisas. Da mesma forma se indica que outras pesquisas analisem as citações e cocitações e citações recíprocas envolvendo os autores dos estudos de uma mesma linha de pesquisa, afim de se avaliarem a longitudinalmente e as mudanças nas estruturas intelectuais e consequentemente nas propriedades de um determinado campo de estudo.

REFERÊNCIAS

- ADMINISTRADORES.COM. **Educação financeira**. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/educacao-financeira/56641/>. Acessado em: 24 jun. 2020.
- AEF-BRASIL. **Educação financeira nas escolas**. Disponível em: <http://www.aefbrasil.org.br/index.php/programas-e-projetos/educacao-financeira-nas-escolas>. Acessado em: 29 maio 2020.
- ARAÚJO, Carlos A. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Revista em Questão**. Rio de Janeiro. 2006. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/16>. Acesso em: 24 jun. 2020.
- AVDZEJUS, Érica Elena. **Endividamento precoce**: uma análise da concessão de crédito e dos fatores que influenciam no endividamento de jovens universitários da faculdade UNIME no município de Lauro de Freitas/BA, 2012. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/61416762.pdf>. Acesso em: 29 maio 2020.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Caderno de Educação Financeira**. Gestão de Finanças Pessoais (Conteúdo Básico). Brasília, 2013. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/pre/pef/port/caderno_cidadania_financeira.pdf. Acesso em: 29 maio 2020.
- BATISTA, João Paulo Monteiro. **Educação financeira**: contribuições de uma proposta de prática pedagógica integradora para o fortalecimento do ensino médio integrado. 2019. Disponível em: <https://repositorio.ifpe.edu.br/xmlui/handle/123456789/133>. Acesso em: 15 jun. 2020.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. 1. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BENICIO, João Carlos. **Gestão financeira para organizações da sociedade civil**. 1. Ed. São Paulo: Global. 2000.

BEUREN, Ilse Maria *et al.* Adequação da Evidenciação Social das Empresas de Capital Aberto no Relatório da Administração e Notas Explicativas às Recomendações da NBCT15. **RCO – Revista de Contabilidade e Organizações – FEA-RP/USP**, v. 4, n. 8, p. 47-68, jan-abr 2010. Artigo apresentado no XII - SemeAd - Seminários em Administração da FEA-USP, 2009, São Paulo.

BEUREN, Ilse Maria (org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 3. ed. 2ª reimp. São Paulo: Atlas, 2008.

BRASIL. **Decreto nº 7.397, de 22 de dezembro de 2010**. Institui a Estratégia Nacional de Educação Financeira - ENEF, dispõe sobre a sua gestão e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF. 2010.

BRASIL. **Decreto nº 7.397, de 22 de dezembro de 2010**. Institui a Estratégia Nacional de Educação Financeira - ENEF, dispõe sobre a sua gestão e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF. 2010.

BRASIL. **Lei Federal nº 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor – CDC. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 24 jun. 2020.

CARVALHO, L. S. **Planejamento econômico e o plano real**. 2010. Disponível em: http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=4225. Acesso em: 29 maio 2020.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica para uso dos estudantes universitários**. 3. Ed. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.

CORTEZ, Ana Tereza Caceres. **Embalagens: o que fazer com elas?** Rio Claro: Viena Gráfica e Editora, 2011.

D'AQUINO, Cássia. **Educação financeira**. Disponível em <http://educacaoofinanceira.com.br/>. Acesso em: 20 jun. 2020.

FACHINI, Carlos Alberto; STUPP, Diego Rafael; FAVERI, Baldo de. Análise do controle financeiro pessoal e familiar nas decisões de consumo. **Revista de Auditoria Governança e Contabilidade**, v. 8 n. 35, 2020. Disponível em: <http://fucamp.edu.br/editora/index.php/ragc/article/view/2083>. Acesso em: 15 jun. 2020.

FIGUEIREDO, Nice. **Tópicos modernos em Bibliometria**. 1. ed. Brasília: Associação dos Bibliotecários do Distrito Federal, 1977.

FERNANDES, Ronaldo Augusto Silva; PARAISO, Sandra Chaves Silva. O crescimento do índice de endividamento das famílias brasileiras. **Revista Eletrônica Cosmopolita em Ação**. v. 6, n. 2 (2019). Disponível em <http://revistas.icesp.br/index.php/Cosmopolita/article/view/1031/0>. Acesso em: 15 jun. 2020.

FONSECA, Edson Nery da (Org). **Bibliometria: teoria e prática**. São Paulo: Cultrix, Ed. da USP, 1986.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GUEDES, Vânia; BORSCHIVER, Suzana. Bibliometria: uma ferramenta estatística para a gestão da informação e do conhecimento, em sistemas de informação, de comunicação e de avaliação científica e tecnológica. In: CINFORM – ENCONTRO NACIONAL DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 6, 2005, Salvador. **Anais [...]**. Salvador: ICI/UFBA, 2005.

GUEDES, Vania Lisboa da Silveira. A bibliometria e a gestão da informação e do conhecimento científico e tecnológico: uma revisão da literatura. **PontodeAcesso**, v. 6, n. 2, p. 74-109, 2012.

LOPES, Samia Lorraine Mendes. **A importância da educação na sociedade**. 2009. Disponível em: http://www.faculdadevertice.com.br/programasocial/index.php?option=com_content&view=article&id=65&catid=7&Itemid=8. Acesso em: 20 jun. 2020.

KERBER, Gilberto; JESUS, José Lauri Bueno de; BOFF, Salette Oro. **Educação para o consumo sustentável e prevenção do superendividamento**. 1 ed. Campinas, SP: Editora Millenium, 2015.

LUCION, Carlos Eduardo Rosa. Planejamento financeiro. **Revista Eletrônica de Contabilidade**, v. 1. n.3, mar./maio, 2005. Disponível em <http://cascavel.cpd.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/contabilidade/article/viewFile/142/3955>. Acesso em: 20 jun. 2020.

LUNKES, Rogério João. Controladoria: um estudo bibliométrico no Congresso Brasileiro de Contabilidade de 2000 a 2004. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE FINANÇAS E CONTABILIDADE; 2. 2008. Florianópolis. **Anais [...]**. Florianópolis: UFSC, 2008. Disponível em <http://dvl.ccn.ufsc.br/congresso/arquivosartigos/artigos/139/20080709092844.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2020.

MELO, Jorge Moreira; MOREIRA, Caritsa Scartaty. **Educação financeira: estudo comparado entre discentes de ciências contábeis, administração e direito**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) – Universidade Federal Rural do Semi Árido. Mossoró, RN, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufersa.edu.br/handle/prefix/4553>. Acesso em: 24 jun. 2020.

OLIVIERI, Maria de Fátima Abud. Educação financeira. **ENIAC Pesquisa**, Guarulhos, SP, p. 43-51, v. 2, n. 1, jan./jun. 2013. Disponível em http://ojs.eniac.com.br/index.php/EniacPesquisa/article/view/108/pdf_9. Acesso em: 24 jun. 2020.

PROGRAMA EDUCAÇÃO FINANCEIRA NAS ESCOLAS. Disponível em: <http://www.edufinanceiranaescola.gov.br/o-programa>. Acesso em: 30 maio 2020.

PUCRS. **Pesquisa revela perfil do jovem brasileiro**, nov. 2013. Disponível em: <http://www.pucrs.br/portal/?p=noticias&n=1384966040.html>. Acesso em: 30 maio 2020.

RAUPP, Fabiano Maury., BEUREN, *Ilse Maria*. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: BEUREN, *Ilse Maria*. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

RIZZO, Fabrice. **Le traitement juridique de l'endettement**. Université de Droit, D'Économie et Des Sciences D'Aix-Marseille. Institut de Droit et des Affaires, 1996, p.15.

SARKIS, Juliet. **Aprendizagens de alunos que participam de aulas exploratório-investigativas com foco na educação financeira**. 2020. Dissertação (Mestrado Profissional em Educação Escolar) – Universidade Estadual de Campinas. Campinas, SP, 2020. Disponível em <http://repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/342043>. Acesso em: 20 jun. 2020.

SANTOS, Adla Carla; SILVA, Maciel. Importância do planejamento financeiro no processo de controle do endividamento familiar: um estudo de caso nas regiões metropolitanas da Bahia e Sergipe. **Revista Formadores**, v. 7, n. 1, p. 05-17, 2014.

SOUTO, Marília Cerqueira Soares Martins; SILVA, César Augusto Tibúrcio; BOTELHO, Ducineli Régis. Influência da educação financeira no comportamento financeiro: um estudo com os discentes e egressos dos cursos de ciências contábeis, economia e administração. **Revista de Ciências Contábeis RCiC-UFMT**, v. 10, n. 19, jan./jun. 2019. Disponível em: <http://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/rcic>. Acesso em: 15 jun. 2020.

STROPARO, Telma Regina; DOMBROSKI, Luciane. Logística reversa e responsabilidade ambiental empresarial: uma análise bibliométrica. **Revista Espacios**, v. 39, n. 4, 2018. Disponível em: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n04/18390430.html>. Acesso em: 24 jun. 2020.

TORRES; Desirê Blum Menezes. **Produtos orgânicos: uma análise do varejo e do consumidor nos supermercados de Londrina, PR**. 2003. 149 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2003.

VILHENA, Bernadette. **Controle financeiro pessoal**. Disponível em: <http://www.controlefinanceiropessoal.com.br/controlefinanceiro/ARTIGO-CONTROLE-FINANCEIRO-PESSOAL-498AS+DIFICULDADES+FINANCEIRA+E+CRESCIMENTO+PESSOALhtm>. Acesso em: 27 maio 2020.