

Matemática aplicada à economia para o Ensino Fundamental

Julia Dias Leite Laranjeira¹
Magda da Silva Peixoto²
DFQM/CCTS/UFSCar, Sorocaba, SP

A pesquisa surgiu mediante reflexões sobre o consumo desordenado gerado por impulsos, propagandas e frases de efeito, a indagação do porquê grande parte da população brasileira pouco entende de economia, e observação de uma lacuna entre os conceitos propostos para o ensino da Matemática Financeira e os conceitos básicos de Economia.

O principal objetivo do trabalho foi complementar o ensino da Matemática Financeira com conceitos básicos de microeconomia [3]. Trazer luz a compreensão do consumismo e de outros conceitos de economia para que os alunos pudessem entender o papel de um agente econômico racional [1, 2]. Deste modo, propomos uma sequência didática que ocorreu em quatro encontros compostos por duas aulas de 50 minutos cada.

No primeiro encontro foi aplicado um questionário investigativo contextualizado com alguns conceitos de microeconomia. Após a aplicação do questionário, abordamos com os alunos uma breve introdução sobre microeconomia. O segundo encontro foi dividido em dois momentos, uma aula teórica onde discutimos sobre o principal conceito da microeconomia, a oferta e a demanda e, em seguida, uma aula experimental na qual utilizamos o computador e o software calculadora gráfica on-line GeoGebra como uma ferramenta para consolidação do conteúdo. O terceiro encontro foi semelhante ao segundo, visto que na primeira aula realizamos uma discussão teórica sobre elasticidade - preços da demanda e da oferta, ou seja, a variação do preço em relação as mudanças do mercado. Na segunda aula, uma atividade prática utilizando o programa Microsoft Excel online foi realizada. No último encontro, conversamos sobre fronteiras de possibilidades de produção, que são os recursos limitados de uma sociedade e as quantidades de bens e serviços que esses recursos podem produzir. Com a finalidade de despertar no aluno uma nova realidade, contextualizamos o conteúdo em uma atividade. Para finalizar a sequência didática, aplicamos o mesmo questionário investigativo do primeiro encontro.

Durante os encontros realizamos muitas discussões sobre o consumo em excesso e como essa prática é prejudicial ao meio ambiente. Abordamos como a publicidade e o marketing influenciam nas tomadas de decisões, distorcendo o que de fato é necessário e o que é supérfluo. Desta forma, notamos, após os encontros, uma inclinação dos alunos ao consumo racional, e uma compreensão dos efeitos de suas ações.

Nas argumentações feitas pelos alunos pudemos observar que houve um entendimento, assim como em uma sociedade, se todos os recursos disponíveis estão sendo usados para uma determinada produção, a única possibilidade de avançar essa fronteira é o aprimoramento das tecnologias envolvidas na produção. Nesse sentido percebemos que os alunos compreenderam que o tempo é um recurso escasso e, deste modo, estão dispostos a se dedicar aos estudos sempre que possível, pensando assim, no futuro profissional.

Finalmente, em síntese, o trabalho exposto pode ser analisado em dois períodos, antes dos encontros e depois dos encontros, e como mencionado, é notória a nova percepção dos alunos

¹m_ateuso@hotmail.com

²magda@ufscar.br

em relação ao consumo, o amadurecimento diante de situações econômicas corriqueiras, e, por conseguinte, a compreensão da necessidade de administrar os recursos e serviços escassos para a qualidade de vida das próximas gerações.

Agradecimentos

A primeira autora agradece ao Programa de Pós-Graduação em Ensino de Ciências Exatas (PPGECE).

Referências

- [1] Filho, G. G. *Meio Ambiente e Consumismo*. Senac, São Paulo, 2019.
- [2] Frank, R. H. *Microeconomia e Comportamento*, 8a. edição. AMGH Editora LTDA, Porto Alegre, 2013.
- [3] Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. L. *Microeconomia*, 8a. edição. Pearson Education Do Brasil, São Paulo, 2013.