



**Design da informação como
ferramenta para educação financeira:**
criação de um e-book sobre investimentos
para alunos do ensino médio

Maria Clara de Medeiros Santos

Uberlândia
2025



FICHA TÉCNICA

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em
Design pela Universidade Federal de Uberlândia

Autora: Maria Clara de Medeiros Santos

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Cristiane Alcântara

Uberlândia, Minas Gerais
2025



AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer à professora Cris, que, com seu apoio e leveza, me orientou com maestria ao longo deste processo. Também deixo meu agradecimento à Liga de Mercado Financeiro da UFU, pela colaboração e dedicação na construção deste material.

Se este trabalho foi concluído e entregue, é graças ao apoio incondicional dos meus pais, Welington e Juliana. Obrigada por serem meus maiores incentivadores, por me ensinarem o valor da educação e por garantirem um ambiente leve no qual eu pude florescer.

À Isabela, minha irmã mais nova, que, mesmo com menos experiência, sempre me confortou com suas sábias palavras e piadas genuínas. Obrigada pelas incontáveis risadas compartilhadas e por ser minha parceira de vida.

Aos meus colegas da divisão de divulgação científica, ou, como apelidamos com carinho, dirquinha. Durante meu estágio, aprendi a enxergar a universidade com outros olhos e a perceber a beleza e o potencial dos conhecimentos gerados dentro dos campi. Foi graças a essa visão que defini o tema do meu TCC. Sou grata pelo tempo que passamos juntos e por tudo o que aprendi com vocês.

Também não teria conseguido finalizar a graduação sem o apoio dos meus amigos, tanto os de longa data quanto os que encontrei durante a faculdade. Acredito muito nos milagres dos encontros, e sou imensamente feliz por ter cruzado o caminho de vocês.

Preciso ainda agradecer à Carol, minha psicóloga, que esteve comigo em todos os altos e baixos e me ajudou a encontrar minha voz em um mundo tão confuso e barulhento.

E, por fim, agradeço à pequena Maria, que teve coragem de sair do seu casulo quando entrou na UFU. Acredito que sou quem sou hoje porque, há quatro anos, decidi encarar a universidade como uma oportunidade de me conhecer melhor, de explorar novas facetas e de aproveitar cada porta que se abriu no caminho. O percurso muitas vezes foi difícil, mas estou feliz por ter chegado até aqui.


SUMÁRIO

1. PROBLEMA PROJETUAL	6
1.1 DESIGN DA INFORMAÇÃO	6
1.2. EDUCAÇÃO FINANCEIRA	7
1.3. BRIEFING	8
1.3.1 CONTEÚDO	9
1.3.2 PÚBLICO-ALVO	9
1.3.3 FORMATO	9
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	10
2.1 LIGA DE MERCADO FINANCEIRO DA UFU	10
2.2 O CENÁRIO DO MERCADO FINANCEIRO	10
2.3 COMUNICAÇÃO VISUAL DO MERCADO FINANCEIRO NO BRASIL	11
2.4 MERCADO DE TOURO E URSO	12
2.5 ELEMENTOS PARATEXTUAIS	12
3. ANÁLISE DE SIMILARES	13
3.1 UM GUIA PRÁTICO PARA APRENDER A GUARDAR DINHEIRO	13
3.2 COMO CONSTRUIR UMA CARTEIRA DE INVESTIMENTOS	14
3.3 EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA JOVENS	15
4. CRIATIVIDADE	17
4.1 TIPOGRAFIA	17
4.2 PALETA DE CORES	17
4.3 ELEMENTOS E ESTRUTURA	18
5. EXPERIMENTAÇÃO E VERIFICAÇÃO	19
5.1 ESTRUTURA	19
5.2 VISUALIDADE	20
5.2.1 ELEMENTOS GRÁFICOS	20
5.3 CAPA	21
5.4 ADAPTAÇÃO DO CONTEÚDO	22
5.5 COLOFÃO	23
5.6 GLOSSÁRIO	24
5.7 MATERIAL IMPRESSO	24
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	26
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	27



**Para visualização do e-book,
clique no link:**

[https://drive.google.com/drive/
folders/1HHNd3GihZaJSXne_
aT9UmvbpSsDcLG1?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1HHNd3GihZaJSXne_aT9UmvbpSsDcLG1?usp=sharing)



1. PROBLEMA PROJETUAL

O presente trabalho trata da criação de um e-book sobre investimentos voltada para alunos do ensino médio. O conteúdo desse material foi criado e disponibilizado pelos participantes da Liga de Mercado Financeiro da Universidade Federal de Uberlândia (UFU). A proposta é utilizar dos princípios do design da informação para traduzir o conhecimento acadêmico em uma linguagem acessível para adolescentes que estão começando a aprender sobre finanças.

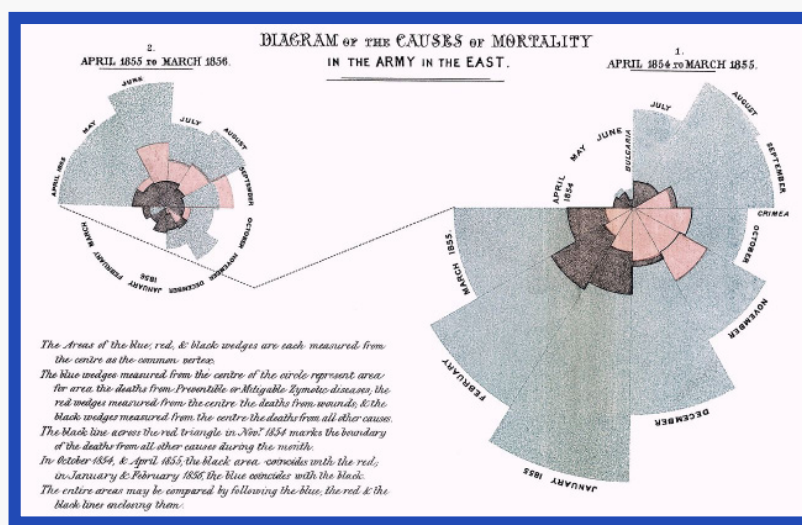
1.1 DESIGN DA INFORMAÇÃO

A sociedade usa a comunicação gráfica para registrar e transmitir mensagens há muito tempo. As pinturas rupestres da pré-história são um exemplo disso, pois eram um dos meios usados para retratar os aspectos cotidianos e compartilhar conhecimentos acumulados com gerações futuras (Justamand, 2015).

Com o passar do tempo e os avanços tecnológicos, os meios de registrar informações e símbolos evoluíram. A prensa e os tipos gráficos de Gutenberg criados em 1455 são um retrato disso, pois possibilitaram a impressão em larga escala, originando mais mudanças nos processos de comunicação gráfica (Jorente; Nakano e Padua, 2020).

A partir da prensa de Gutenberg e a viabilidade do uso de uma matriz para reproduzir informações, nasce a demanda de se organizar esses materiais. O 'Diagrama da Rosa', usado no século 19, exemplifica a necessidade que existia de encontrar meios para organizar e visualizar informações, pois na época era um modelo de síntese gráfica considerado eficaz e inédito.

O design da informação surge como uma disciplina voltada para a demanda de se organizar informações de maneira gráfica, mais especificamente durante a década de 1940, quando Ladislav Sutnar reuniu conhecimentos para consolidar o conceito de Design da Informação (DI). Segundo a Sociedade Brasileira de Design da Informação (SBDI), o Design da Informação pode ser definido como



uma área do Design cujo propósito é a definição, planejamento e configuração do conteúdo de uma mensagem e dos ambientes em que ela é apresentada, com a intenção de satisfazer as necessidades informacionais dos destinatários pretendidos e de promover eficiência comunicativa (SBDI, 2020).

O DI é uma área importante pois une diversas especialidades do Design, além de dialogar também com disciplinas que estudam o comportamento humano. Essa interdisciplinaridade é um dos fatores que ajuda a construir materiais que facilitem os processos para a construção de conhecimentos (Jorente; Nakano e Padua, 2020).

De acordo com Horn (*apud* Jorente; Nakano e Padua, 2020), o design da informação auxilia na organização das informações em ambientes físicos e digitais, buscando a exatidão, a clareza e a acessibilidade dos documentos, transformando-os em ações efetivas.

Além disso, compreende-se que o DI, conforme Frascara (*apud* Jorente; Nakano e Padua, 2020), exige a habilidade de processar, organizar e apresentar informações de maneira verbal e não verbal buscando minimizar problemas e cansaço. Afinal, o objetivo do Design da Informação é descobrir qual o tipo de estrutura mais adequada para apresentar o conteúdo, para tanto é necessário adaptar o material, utilizando-se para além de textos, gráficos e ilustrações (Jorente, Nakano e Padua 2010).

Logo, compreende-se que o Design da Informação contribui para este trabalho no sentido de organizar as informações pensando na usabilidade do usuário e no melhor aproveitamento dos recursos oferecidos. A proposta gira em torno da necessidade de ter um material complementar fora da sala de aula, em que os alunos consigam consultar informações de maneira prática e se interessar ainda mais pelo assunto.

1.2. EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Traduzir os conhecimentos adquiridos no meio acadêmico para a sociedade externa é um trabalho frequentemente complicado. O conteúdo criado e estudado muitas vezes é elaborado numa linguagem formal, com vocabulário que não é comum de ser usado no dia a dia (Basile; Gomes, 2023). Dessa forma, é necessário um trabalho interdisciplinar para que a população externa tenha acesso à essas informações visando uma evolução do conhecimento como sociedade.

Uma das maneiras disso ocorrer é através dos projetos de extensão. Um exemplo é a Liga de Mercado Financeiro (LMF) da UFU, um projeto que une estudantes de diversos cursos da universidade com o propósito de capacitar os membros para o mercado financeiro. Eles atuam através de grupos de estudos e capacitação e ministram minicursos para alunos do ensino médio em escolas que os convidam. O tema mais recorrente trabalhado pelo grupo é o tema de educação financeira e investimentos, algo que eles estudam e têm conhecimento.

Educação financeira é um tema importante e relevante no Brasil. Uma pesquisa do Serasa¹ de abril de 2025, feita com jovens de

¹ Pesquisa disponível em: <https://www.serasa.com.br/imprensa/jovens-da-geracao-z-sao-os-principais-responsaveis-pelas-suas-proprias-financas-revela-serasa/>. Acesso em: 15 set. 2025.

18 a 29 anos, mostra que 55% deles já assumem responsabilidades com seus próprios gastos mensais. Quanto a guardar dinheiro, 33% dos jovens pretendem investir, enquanto 51% economizam para fazer aquisições grandes, como casa e carro. Contudo, apenas 1 em cada 10 diz ter tido “contato significativo” com educação financeira com a família.

Quanto ao aprendizado de finanças, outra pesquisa do Serasa² de setembro de 2023 mostra que 68% dos pais e mães consideram a escola como fundamental para ensinar os filhos sobre educação financeira e 65% acreditam que a internet também é um canal importante. Entretanto, 56% dos pais e mães disseram que a escola não ensina educação financeira aos filhos.

Tendo isso em vista, entende-se que, embora considerem importante o ensino de finanças para crianças e adolescentes, os pais não costumam tomar essa iniciativa em casa e esperam que eles aprendam na escola. Por isso, é importante que aulas como as ministradas pela LMF ocorram, mas, além disso, é necessário que os ensinamentos sejam reforçados fora da sala de aula e os estudantes consigam aplicar e revisar o que aprenderam quando estiverem fora do ambiente escolar.

A educação financeira está entre os temas da atualidade sugeridos para compor a Base Nacional Comum Curricular (BNCC). Entende-se que esse é um conjunto de conhecimento essencial para criar uma sociedade autônoma e consciente financeiramente. Porém, ainda não é um conteúdo obrigatório, então, como incentivo, o Ministério da Educação (MEC) criou o Programa Educação Financeira na Escola, com o intuito de formar professores da educação básica para o ensino de educação financeira nas escolas do Brasil.

Além disso, também existem outros incentivos governamentais como a Semana Nacional de Educação Financeira (Semana ENEF), que tem como objetivo incentivar a educação financeira, securitária, previdenciária e fiscal. Outro programa existente é o Aprender Valor, criado pelo Banco Central, voltado para incentivar a educação financeira no ensino fundamental.

Também existem iniciativas promovidas presencialmente, um exemplo é a Oficina de Educação Financeira promovida por estudantes da Universidade de Uberaba (UNIUBE). Foi um evento executado na cidade de Uberlândia-MG com foco nos desafios enfrentados pela Geração Z no controle das finanças.

1.3. BRIEFING

Nesta etapa, peço licença para usar a primeira pessoa, a fim de descrever como se deu a proposta para o presente trabalho. Durante o ensino médio, tive a oportunidade de participar de uma oficina de educação financeira quando fiz uma Iniciação Científica Júnior. Essa oportunidade me mostrou a importância de aprender

² Pesquisa disponível em: <https://www.serasa.com.br/imprensa/pesquisa-financas-infantis/>. Acesso em: 13 set. 2025.

sobre finanças e investimentos e, embora na época não entendesse muito o que estava fazendo, o conhecimento financeiro adquirido nesse período foi essencial para o crescimento. Também foi nessa época que descobri meu interesse por design gráfico, por isso, nada mais justo do que juntar os dois temas neste trabalho de conclusão de curso para representar o progresso que ocorreu com o tempo e o meu amadurecimento.

1.3.1 CONTEÚDO

Quanto ao conteúdo, se trata de um material curto em laudas, que possui em torno de 12 páginas e foi criado pelos integrantes da LMF. Apresenta como características textuais: textos curtos - em grande quantidade, subitens, glossário, informações com necessidade de destaque, dados numéricos, siglas, texto versátil e com ritmo.

Levando-se em consideração as características do *briefing*, entende-se que é possível trabalhar por meio de diretrizes próprias do design editorial para meios digitais, explorando o uso da tipografia, formato de composição de páginas, elementos gráficos e até uso de links e *pop ups*.

1.3.2 PÚBLICO-ALVO

O público-alvo definido para o e-book, a partir das informações passadas pelo cliente, consiste em alunos do ensino médio, mais especificamente indivíduos de 15 a 18 anos, de ambos os gêneros, que estudam em escolas públicas ou privadas de Uberlândia-MG: público que participa das oficinas ofertadas pela Liga de Mercado Financeiro da UFU.

1.3.3 FORMATO

Como dito anteriormente, o projeto trata da diagramação de um e-book no formato A4, que será disponibilizado em PDF no Google Drive da Liga, o que possibilita compartilhar o material a partir de um link.

Na condição de auxiliar o ensino e complementar os estudos fora da sala de aula, definiu-se que seria criado um e-book, pois, por ser um livro adaptado para leitura em telas, contribui para a distribuição do material, já que não possui custo de impressão. Além disso, esse formato possui vantagens que são características de um livro digital ao apresentar a possibilidade de acrescentar materiais interativos como hiperlinks, vídeos e ferramentas de busca (Souza; Machado, 2021).

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 LIGA DE MERCADO FINANCEIRO DA UFU

A Liga de Mercado Financeiro da UFU (LMF), é um projeto de extensão vinculado ao Instituto de Economia e Relações Internacionais (IERI). Foi fundada em 2017, a partir da iniciativa dos alunos que se interessavam pelo mercado financeiro, mas sentiam falta de cursos e aulas sobre o assunto dentro da própria universidade. O projeto tem como objetivo desenvolver e compartilhar conhecimento sobre o mercado financeiro, a fim de preparar profissionais capacitados para ingressar no mercado.

Atualmente, os cursos de graduação que fazem parte da LMF são Economia, Administração, Ciências Contábeis, Direito, Engenharia Biomédica, Engenharia Elétrica, Engenharia da Computação e Gestão da Informação, mas o projeto é aberto para todos os cursos da UFU, sem exceção.

A organização da liga é dividida entre núcleos de estudo e diretorias, onde cada membro participa de um núcleo e uma diretoria. Os núcleos são grupos de pesquisa focados em entender e analisar áreas do mercado financeiro, são elas Equity Research, Asset Management e Renda Fixa. Já as diretorias são os setores usados para organizar o funcionamento do projeto. Cada cargo exerce uma função diferente que engloba desde relações internas ao grupo até relações externas com outras organizações e projetos.

A principal atividade exercida é a colaboração e os estudos conjuntos nos núcleos. Porém, eles também realizam projetos para atuar na parte prática do mercado financeiro, visitas técnicas em Uberlândia e São Paulo, participação em desafios entre universidades para melhorar a visibilidade da liga, e conexões com empresas e profissionais da área por meio de palestras e mentorias.

Por ser uma organização formada apenas por alunos da universidade, eles enfrentam algumas dificuldades, como o planejamento a longo prazo, visto que a rotatividade dos membros é semestral e há falta de suporte financeiro, o que às vezes impede os participantes de investirem em cursos e materiais extras.

A realização deste trabalho só foi possível devido a contribuição dos membros da LMF, que além de disponibilizar o conteúdo textual utilizado no e-book, foram solícitos e ajudaram com informações e referências sobre o mercado financeiro.

2.2 O CENÁRIO DO MERCADO FINANCEIRO

O mercado financeiro no Brasil vem apresentando uma crescente nos últimos anos. Com o avanço da acessibilidade à informação, a população brasileira têm apresentado mais interesse sobre o assunto e aumentado sua presença nesse setor.



Uma pesquisa realizada anualmente pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (ANBIMA)³ mostrou um aumento de 6% no percentual de pessoas investidoras no Brasil entre 2021 e 2024. Contudo, a mesma pesquisa apontou que dentre as pessoas que pouparam dinheiro em 2024, apenas 39% aplicou esses recursos em produtos financeiros.

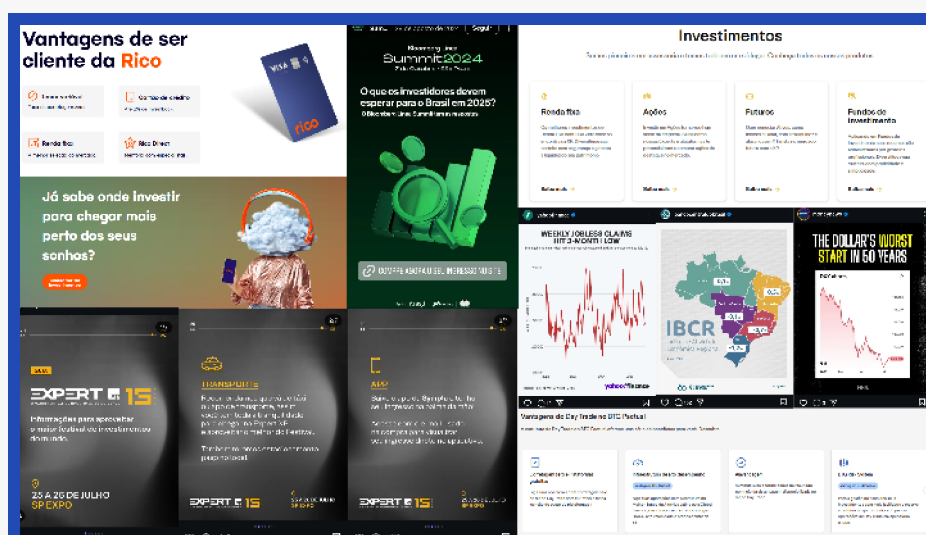
Assim, compreende-se que existe um interesse no assunto por parte da população, porém, as pessoas enfrentam uma dificuldade de ultrapassar a barreira do conhecimento financeiro. Tal fato pode ser percebido ao ser constatado na pesquisa da ANBIMA que a caderneta de poupança ainda é o investimento mais utilizado por brasileiros, mesmo sendo o que menos rende remuneração (Elias, 2020). Portanto, é necessário democratizar ainda mais o acesso à educação financeira no Brasil, fazendo com que essas informações chegue à mais públicos diferentes.

2.3 COMUNICAÇÃO VISUAL DO MERCADO FINANCEIRO NO BRASIL

Para compreender a visualidade do mercado financeiro, foi produzido um painel semântico para entender os padrões da comunicação visual nas instituições financeiras, que são meios que inspiram esse trabalho.

Foram escolhidos analisar sites e perfis de corretoras no Instagram, como a XP, Rico, BTG Pactual e de sites informativos como InfoMoney. Essas escolhas vieram a partir de conversas com a LMF, pois esses perfis são usados como inspiração para a criação de conteúdo deles.

A partir dessa análise, foi possível entender que o mercado financeiro possui um certo padrão de visualidade nas redes. Os bancos e corretoras usam o minimalismo como estética guia e usam de ícones e dos pesos das fontes para diferenciar títulos. Os ícones são no estilo *line drawn*, que contribui para a estética. Já os sites informativos possuem uma comunicação mais chamativa, com muitas imagens e alguns gráficos. Os estilos, no geral, são mais sóbrios e formais, pois o público-alvo é o público adulto.



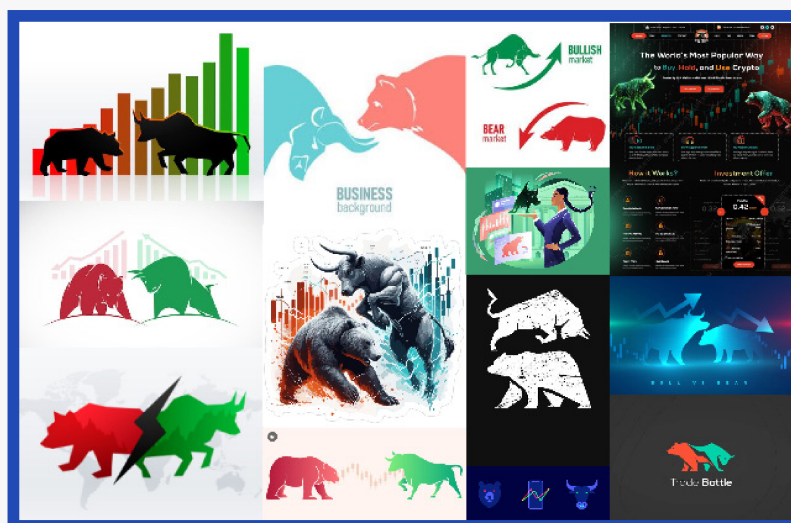
Painel semântico sobre o mercado financeiro feito pela autora.

³ Pesquisa disponível em: https://www.anbima.com.br/pt_br/especial/raio-x-do-investidor-brasileiro.htm. Acesso em: 13 set. 2025.

2.4 MERCADO DE TOURO E URSO

Durante a pesquisa do painel semântico e do tipo de visualidade que almejamos alcançar com esse trabalho encontramos a figura de linguagem de *Bull e Bear Market* (Mercado de touro e urso).

Segundo o portal InfoMoney, a metáfora do urso e touro é um exemplo usado no mercado financeiro para falar sobre as altas e baixas do mercado de ações. Se o mercado está em baixa, diz-se que é um *bear market*, se está em alta, usa-se o termo *bull market*. A metáfora se originou no século 18, o urso ataca com as patas de cima para baixo, ou seja, caindo. Enquanto o touro ataca com os chifres de baixo para cima, ou seja, crescendo.



Painel semântico sobre *bull e bear market* feito pela autora.

A partir de uma pesquisa e análise do conteúdo digital produzido a partir dessa metáfora, percebe-se que usualmente utiliza-se a cor vermelha para representar o urso e as baixas, e a cor azul para representar o touro e as altas. Além disso, compreendemos que os elementos gráficos utilizados nesses materiais giram em torno de setas, gráficos e da própria figura dos animais.

2.5 ELEMENTOS PARATEXTUAIS

Para a construção de um projeto de design editorial utiliza-se de elementos verbais ou não verbais complementares para reforçar o texto principal. Segundo Mattos; Ribeiro; Vianna (*apud* Menegazzi; Debus, 2018, p.16), tais componentes são chamados de elementos paratextuais e convencionalmente referem-se a áreas do livro como a capa e a contracapa, a página de rosto, a tipografia, o nome de autor, o índice, o título e os subtítulos, entre outros.

Contudo, para Ramos (*apud* Menegazzi; Debus, 2018, p. 17), os elementos paratextuais possuem a função de dialogar com o texto, trazendo sentido ao que está sendo lido, reforçando informações e criando expectativas. Assim, partimos do ideal de que elementos paratextuais podem se referir também a componentes do miolo do conteúdo, desde que cumpram a função de colaborar com a leitura do texto.

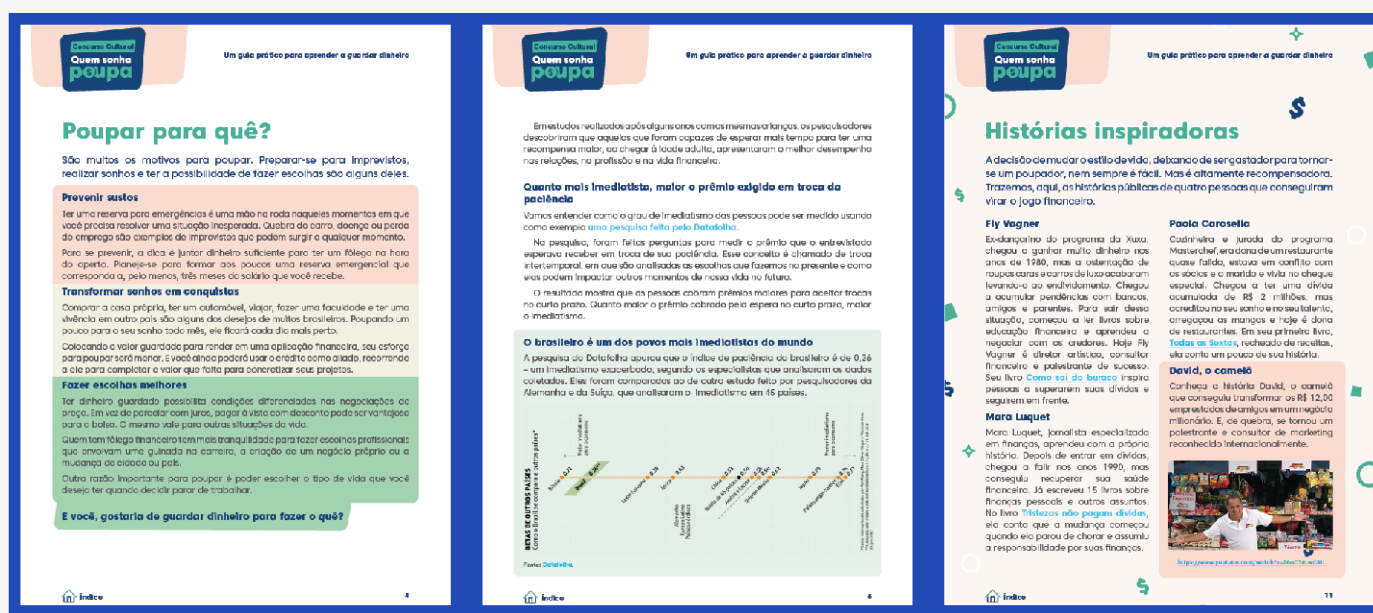
Dessa forma, neste trabalho, consideramos como elementos paratextuais os elementos gráficos inseridos no conteúdo, pois estes cumprem o objetivo e a função de contribuir para a comunicação e compreensão do material.

3. ANÁLISE DE SIMILARES

A fim de entender melhor o mercado já existente, foi feita uma análise de similares, buscando abranger e-books sobre finanças voltados para públicos mais jovens. Foram escolhidos três e-books disponibilizados por instituições financeiras ou relacionadas ao assunto. Os tópicos de análise foram *branding*, composição/estrutura, visualidade, cores e tipografia.

3.1 UM GUIA PRÁTICO PARA APRENDER A GUARDAR DINHEIRO

Com o objetivo de contribuir com a educação financeira dos brasileiros, a Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN) criou em 2010 o site Meu Bolso em Dia, que possui um compilado de diferentes formas de conteúdo sobre finanças. Uma das vertentes deste portal é a disponibilização de e-books gratuitos sobre diversos assuntos. Para este trabalho, escolheu-se analisar o e-book “Um guia prático para aprender a guardar dinheiro”, que foi disponibilizado em 2020 durante um concurso cultural realizado pela federação voltado especificamente para jovens.



Miolo do e-book da FEBRABAN.

BRANDING

O e-book busca ensinar jovens que estão começando a ganhar dinheiro sobre comportamento financeiro, isso reflete no tom amigável e motivacional do material e na tentativa de ser informacional sem ser muito técnico, explicando conceitos de forma simples.

COMPOSIÇÃO/ESTRUTURA

Os textos são longos, porém possuem um bom ritmo devido

ao uso de elementos gráficos. Utiliza-se de boxes, quadros, tópicos e listas. Na maior parte do texto o *grid* é em uma coluna centralizada na página, fugindo desse padrão em poucas páginas que tratam de assuntos específicos, como o tópico de histórias inspiradoras.

VISUALIDADE

As fotografias aparecem apenas na capa do livro e para indicar vídeos do YouTube como material de revisão. Utiliza-se ilustrações vetoriais em alguns pontos, apresenta símbolos que remetem a dinheiro e cofrinho e possui áreas clicáveis que ajudam a navegar pelo próprio conteúdo ou direcionar para materiais extras.

CORES

A paleta de cores utilizada é consistente durante todo o material. Foram usadas diferentes variações das cores verde, azul e rosa, em sua maioria, em tonalidades menos saturadas. As cores principais passam a ideia de algo leve e calmo. Contudo, em algumas ilustrações e gráficos as cores fogem um pouco da paleta principal. Para indicar hiperlinks foi usado um azul vibrante que também foge das cores principais.

TIPOGRAFIA

A família tipográfica é a mesma durante todo o material. É uma tipografia sem serifa de baixo contraste que possui curvas suaves e transmite a sensação de amigabilidade e leveza. Foi usado das variações de peso, estilo, tamanho e cor para diferenciar títulos, subtítulos e áreas de destaque.

3.2 COMO CONSTRUIR UMA CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

Criado em 2013, o Mobills é um aplicativo/sistema de educação e gerenciamento financeiro pessoal online. Uma das vertentes da marca é o MobillsEdu, uma rede de educação financeira que contém diversos tipos de conteúdos gratuitos, incluindo vários tipos de e-books. Para esta análise, escolheu-se o e-book “Como construir uma carteira de investimentos”, pois o conteúdo é similar ao do projeto que pretende-se criar com este trabalho.

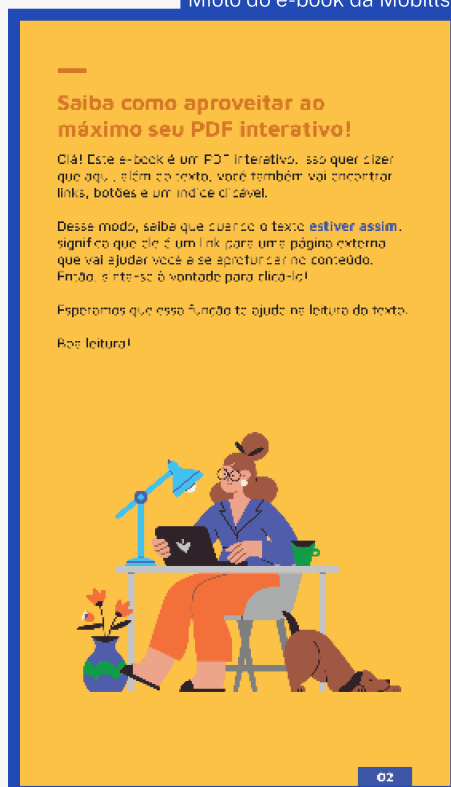
BRANDING

O objetivo deste e-book é ser instrutivo, didático e direto. O texto é orientado à ação e oferece muitas possibilidades de conteúdos extras através de hiperlinks.

COMPOSIÇÃO/ESTRUTURA

A comunicação deste livro digital é formal e prática. O formato usado é na proporção 16:9, uma inovação, pois o mais comum é ver materiais na proporção de uma folha A4.

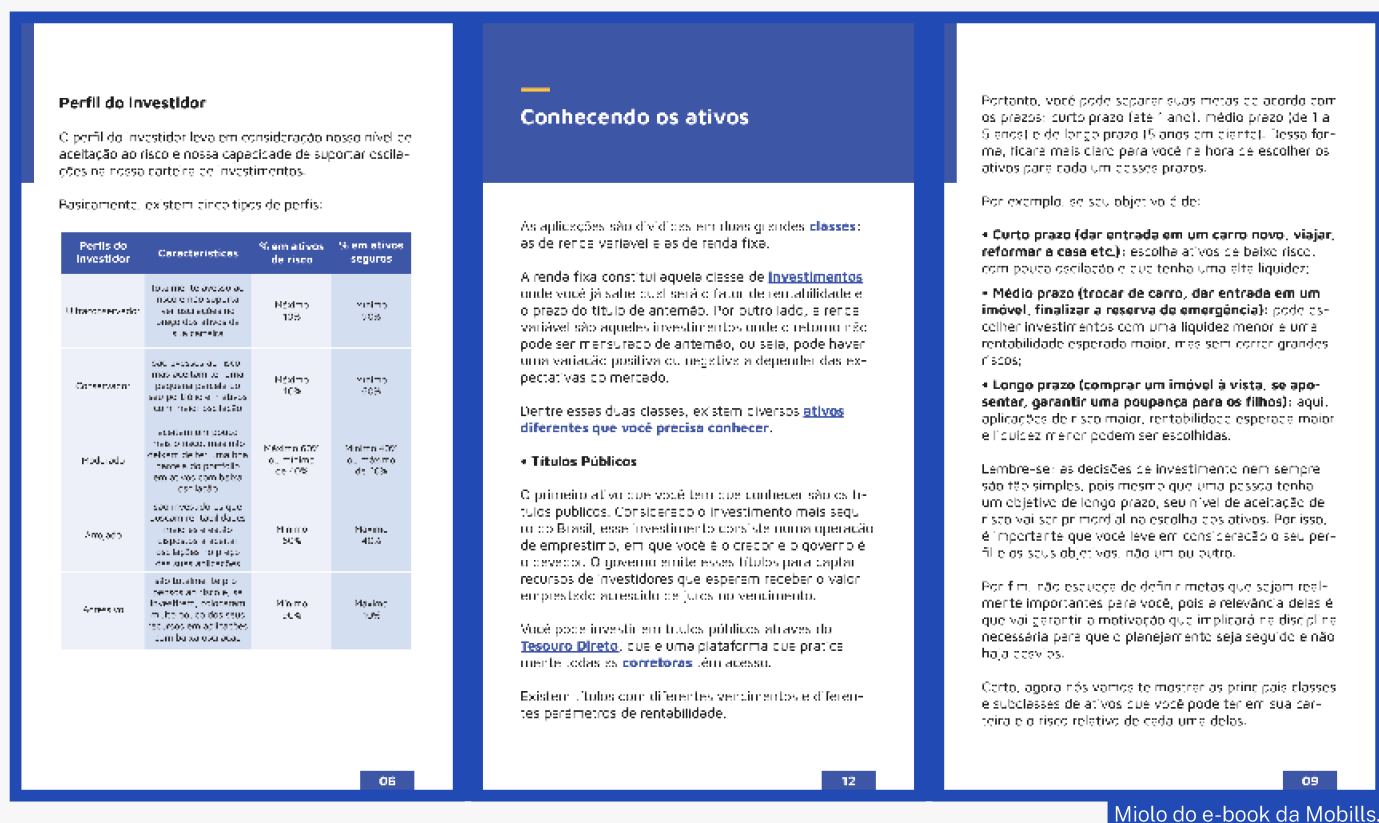
Miolo do e-book da Mobills.



O *grid* é formado por apenas uma coluna fixa em todo o texto.

VISUALIDADE

Utilizou-se poucas figuras ilustrativas, a maior parte do conteúdo se dá em textos corridos, com eventuais tópicos e apenas uma coluna. A maioria dos textos são curtos, mas a falta de elementos gráficos torna a leitura menos dinâmica. Utiliza-se de elementos retangulares coloridos para diferenciar páginas e títulos.



CORES

Predominância de cores vivas e saturadas, especialmente azul, com detalhes em verde e amarelo. Nesse material, as cores são o principal ponto de criatividade e diversão.

TIPOGRAFIA

Utiliza-se a mesma família tipográfica em todo o arquivo. É uma fonte sem serifa levemente geométrica com terminações retas. Utiliza-se da variação do peso e tamanho para diferenciar títulos e tópicos.

3.3 EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA JOVENS

Sicredi é uma instituição financeira cooperativa que possui uma plataforma que oferece e-books sobre diferentes temas no intuito de educar a população sobre o setor financeiro. O e-book escolhido para análise foi o “Educação financeira para jovens”, por

ser voltado para um público similar ao deste trabalho.

BRANDING

É um material voltado para adultos, portanto possui uma comunicação formal e direta. O objetivo é ser um material curto, de rápida leitura e centrado na venda de produtos da instituição que disponibiliza o conteúdo.

COMPOSIÇÃO/ESTRUTURA

O *grid* é fixo, com uma coluna alinhada ao lado esquerdo e com os elementos de ilustração do lado direito. Apesar de ser um *grid* fixo, possui bastante ritmo e leveza.

VISUALIDADE

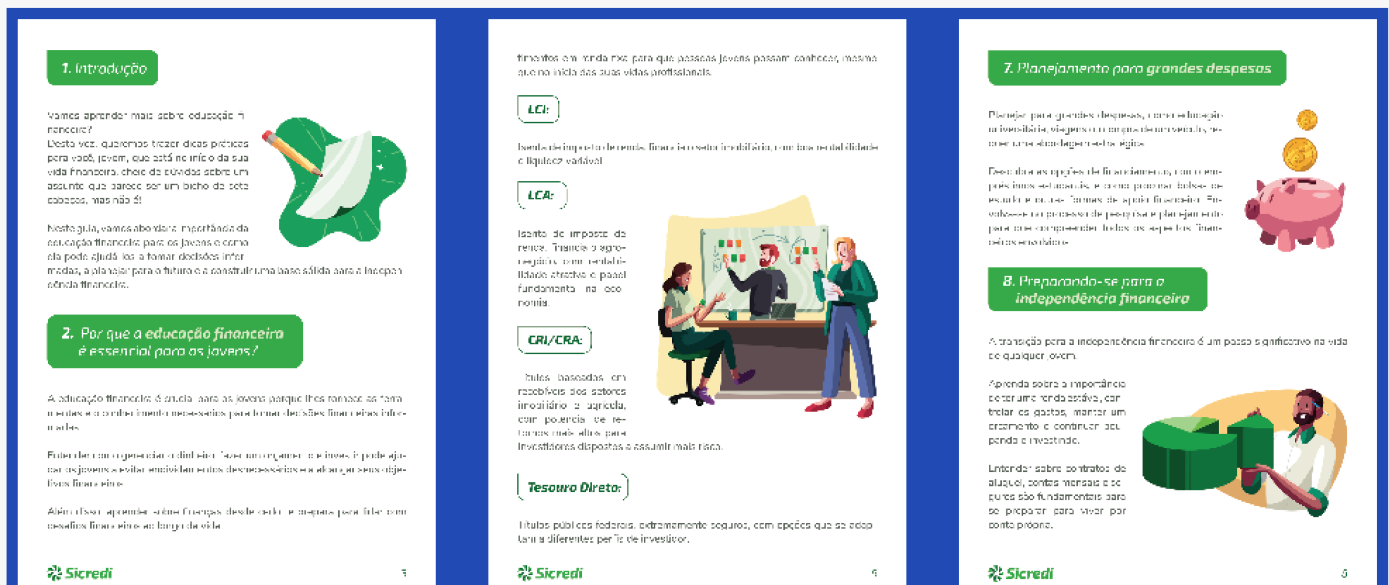
Apresenta bastante elementos paratextuais, como boxes e ilustrações, trazendo dinamismo e ritmo para a leitura. As manchas textuais são pequenas, então não traz a sensação de cansaço.

CORES

As cores principais são o verde e branco em diferentes tonalidades. Por serem cores claras, contribuem com o sentimento de leveza. Além de serem as cores da instituição dona do conteúdo, o verde também remete a dinheiro, contribuindo para o reforço da estética do tema.

TIPOGRAFIA

Utilizou-se duas famílias tipográficas, uma para título e outra para texto. A fonte para título é sem serifa, com terminações retas e possui um formato levemente geométrico. A fonte usada para o texto também é sem serifa, porém com terminações redondas e baixo contraste. O uso de duas fontes diferentes ajuda na quebra de monotonia e contribui para o ritmo da leitura.



4. CRIATIVIDADE

A partir da análise da pesquisa feita até aqui com os similares, os painéis semânticos e o *briefing*, foi possível definir a estética pretendida e alguns elementos-chaves que guiaram o projeto editorial. Por exemplo, a partir da análise da visualidade do mercado financeiro, entende-se que é necessário adaptar a comunicação formal e séria para algo que se relacione com o público-alvo deste trabalho, tomando cuidado para não ficar infantilizado e sim jovial.

Para nortear o tema do trabalho, determinou-se que as palavras-chave seriam dinamismo e ritmo, por refletirem a ideia de movimento e mudança constante do mercado financeiro. Seguindo esse mesmo conceito, decidiu-se utilizar a figura de linguagem do touro e urso como inspiração para a estética, usando as cores e elementos gráficos como base para a criação do material.

4.1 TIPOGRAFIA

Duas famílias foram escolhidas para a tipografia. A primeira para títulos foi a Unbounded, por ser uma fonte sem serifa, o tipo ideal para uso em meio digital como mostrado na análise de similares, e também por possuir personalidade com terminações levemente tortas, que remetem a proposta estabelecida de movimento.

A segunda tipografia para o texto foi a Inter, que também é uma fonte sem serifa e com terminações retas, além de possuir bom contraste para o texto. A escolha de usar duas tipografias diferentes contribui para a criação do ritmo do texto.

Unbounded
TÍTULO
Subtítulo

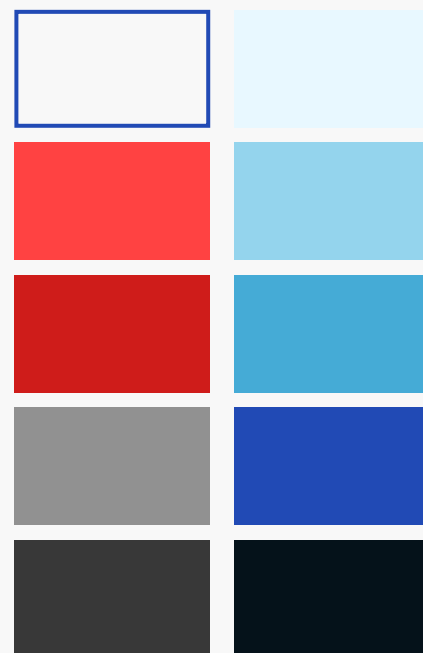
inter
Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur
adipiscing elit euismod

Demonstração da tipografia.

4.2 PALETA DE CORES

Para a paleta de cores, foi usado como base as cores vermelho e azul, pois são cores muito usadas no mercado financeiro e estavam muito presentes no painel semântico da metáfora do urso e touro, onde o vermelho era usado para representar o urso e as baixas, enquanto o azul era usado para representar o touro e as altas.

Dado o público-alvo, o principal desafio é equilibrar todos os elementos de forma que não fique nem infantilizado, nem adulto demais. Esse desafio também se apresenta na paleta de cores, por isso foi definido uma paleta em que o azul cobalto é a cor principal, o vermelho é usado para destaques e tons derivados dessas cores são usados para elementos extras para trazer equilíbrio ao material. Também definiu-se tons de branco, preto e cinza para serem usados e trazer contraste para o livro.



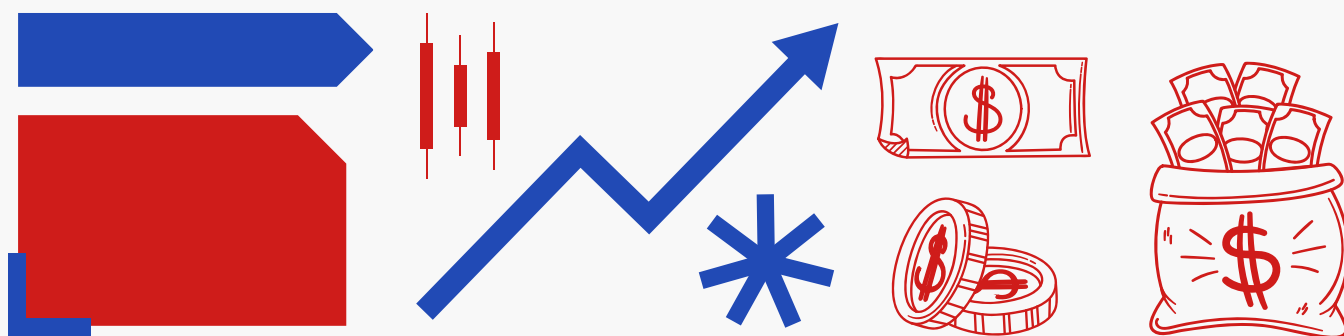
Paleta de cores definida.

4.3 ELEMENTOS E ESTRUTURA

Os elementos gráficos são parte essencial do livro digital produzido, pois cumprem o objetivo de contribuir na organização e entendimento do conteúdo. Para isso, definiu-se que o *grid* seria composto por uma coluna fixa alinhada à esquerda para o texto principal e que os elementos gráficos seriam alinhados à direita ou estariam avançando sobre a coluna textual.

Além disso, utilizou-se de boxes, gráficos, olho textual, linhas e formas com terminações retas, com a intenção de dar ritmo, variação, destaque e quebra de monotonia. Para a utilização desses elementos, fez-se um estudo dos itens e subitens para entender os assuntos e as necessidades do texto. Os elementos principais são as linhas, que refletem os gráficos utilizados no mercado financeiro, o asterisco, que remete aos numerais, e os boxes com as bordas chanfradas, que ajudam a criar o movimento da leitura.

Considerou-se usar a figura do touro e urso como parte da comunicação visual, porém, foi concluído que não seria bem utilizado pois remeteria a algo infantil, que não é o objetivo deste trabalho. Ao invés da figura dos animais, decidiu-se utilizar imagens com filtro preto e branco para agregar a visualidade do material e ajudar a traduzir os textos. As imagens utilizadas remetem a dinheiro e foram retiradas da internet e adaptadas pela autora para se encaixar na estética pretendida.



Elementos gráficos utilizados.

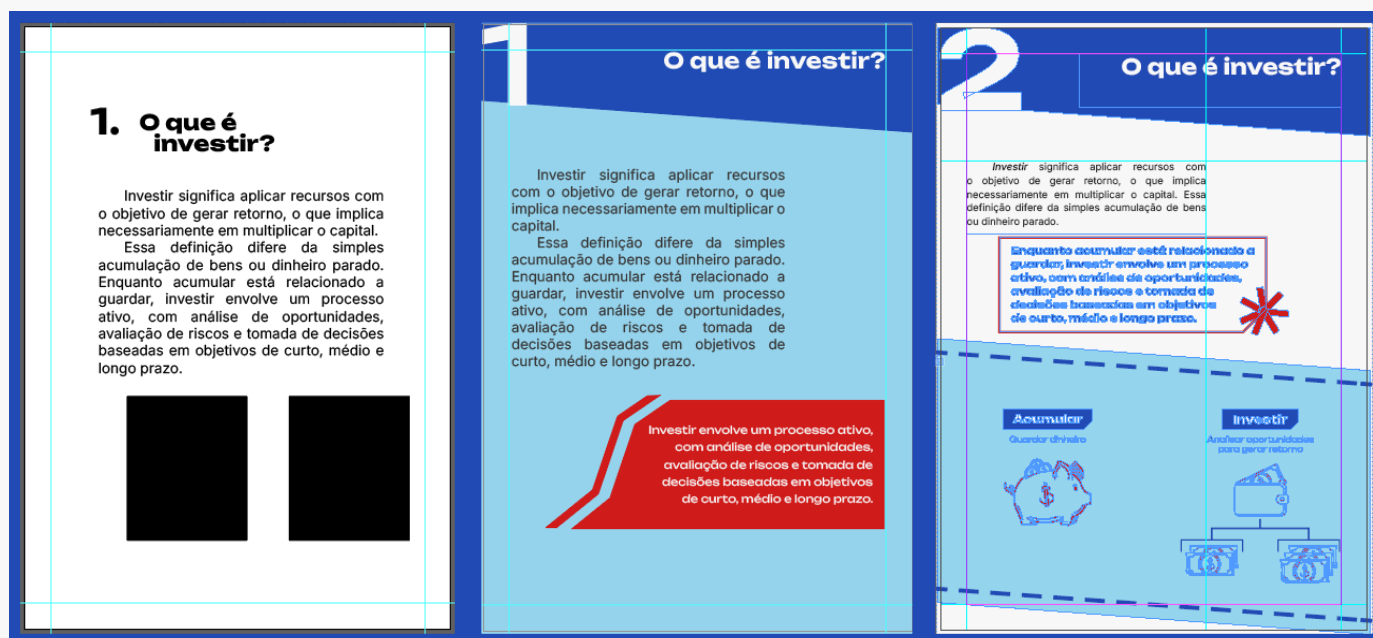
5. EXPERIMENTAÇÃO E VERIFICAÇÃO

5.1 ESTRUTURA

O *grid* foi definido a partir da observação de referências de outros projetos editoriais. A composição final escolhida foi uma coluna fixa para o texto de 118 mm de largura, alinhada à margem da esquerda, pois foi observado a partir dos testes feitos que esse era um espaço suficiente para se inserir o texto, sobrando, ainda, espaço vazio para a complementação com os outros elementos, que dariam o ritmo necessário ao projeto.

O título de cada capítulo ficou fixo do lado superior direito, enquanto sua numeração ficou alinhada à borda página do lado superior esquerdo, o numeral foi alinhado para expandir e vaziar da forma geométrica, contribuindo com o movimento da página, característica que também é reforçada pela forma geométrica que fica de fundo como parte do título. A posição desses elementos é fixa durante todo o livro, alterando apenas a cor de fundo da página a cada mudança de capítulo, a fim de se manter o padrão editorial.

A criação de páginas mestres ajudou na padronização do texto e títulos principais, contudo, por ser um material dinâmico e de caráter muito visual, a parte gráfica varia conforme a necessidade de cada conteúdo em cada capítulo, mas segue a forma definida desde o início.



Testes de grid do capítulo 2-na ordem do primeiro modelo para o último.

5.2 VISUALIDADE

A fim de se deixar o conteúdo fluido e dinâmico, foram aplicados elementos gráficos como linhas retas e pontilhadas, blocos de cor, asterisco, setas e ilustrações no estilo *line draw*, para remeter aos ícones utilizados pelas instituições financeiras, assim como observado no painel semântico. Todos esses elementos reafirmam a proposta de criar um conteúdo que facilite a interpretação das informações apresentadas nos textos, pois ajudam a criar ritmo e guiar a leitura, evitando a fadiga.

5.2.1 ELEMENTOS GRÁFICOS

A criação dos elementos gráficos foi gradual conforme aparecia a necessidade durante o texto. Os olhos do texto foram bastante utilizados nos momentos em que havia a demanda de se destacar alguma afirmação ou recomendação. Para garantir o destaque do olho, foi aplicado um padrão gráfico composto pelo texto com a tipografia unbounded no peso semi-bold e o boxe vazado com a borda chanfrada. Esse padrão foi mudado em duas páginas, onde dentro do boxe vazado foi colocado outro boxe com cor sólida, pois nesses casos entendemos que a frase precisaria de maior destaque na página.

Esse formato de boxe se repete em outras páginas a fim de dar destaque a pequenas listas ou conceitos que mostravam a necessidade de ser melhor exemplificado. Para esse padrão, foi utilizado o boxe com a borda chanfrada preenchido de cor, a tipografia unbounded no peso semi-bold para palavras de destaque e o peso regular para o texto. Também combinou-se linhas nas bordas do boxe para simular um *post-it*, sendo colado com as anotações.



Exemplos de utilização dos diferentes formatos de olho e boxe.

5.2.2 IMAGENS

As imagens utilizadas foram escolhidas na intenção de representar o contexto geral do capítulo trabalhado. Por exemplo, na página 19, onde o título é “Construindo patrimônio”, a imagem escolhida mostra “tijolos de dinheiro” sendo empilhados, igual se faz para construir uma casa, fazendo uma ilustração quase literal do conteúdo apresentado. Além disso, em algumas imagens foram feitas intervenções gráficas com vetores para agregar a representação e ajudar a fortalecer a mensagem. A escolha de utilizar o filtro preto e branco se deu para ajudar na harmonização com o resto da composição visual.

As imagens foram retiradas do site Pinterest e pertencem a diferentes autores. Por ser um projeto autoral, que visa o compartilhamento de conhecimento de forma gratuita sem fins lucrativos, não colocamos os créditos no e-book.

Em algumas imagens é possível perceber o uso de inteligência artificial para a construção. Esse é um tópico relativamente novo e ainda existem muitas discussões acerca do uso de inteligência artificial como forma de arte. Para esse projeto considerou-se o tipo de uso e mensagem que pretendia passar e foi concluído que tais imagens contribuem para o entendimento e a visualidade do material.

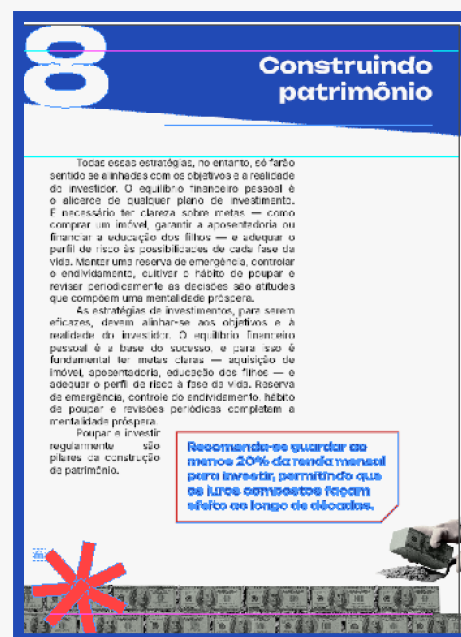
5.3 CAPA

Para a construção da capa, a visualidade construída no miolo do e-book foi utilizada como base, seguindo a mesma escolha de cores, tipografia e elementos.

O título do e-book veio a partir de uma chuva de ideias da autora, buscando resumir em poucas palavras o objetivo do material. Foram apresentadas as melhores ideias para os membros da Liga de Mercado Financeiro, que escolheram o título: “Investindo no Futuro: um guia da Liga de Mercado Financeiro da UFU”.

A princípio, a figura do touro e urso seria usada na capa como meio de exemplificar o conceito. Porém, com os testes, foi estabelecido que não passava a mensagem desejada.

A versão final utiliza dos elementos principais que se repetem no miolo, o bloco de cor, a linha pontilhada, o asterisco e as linhas em zig zag que remetem aos gráficos. O conteúdo é chamativo para que o leitor se sinta convidado a leitura.



Exemplo do uso das imagens escolhidas.



Primeira versão da capa.

5.4 ADAPTAÇÃO DO CONTEÚDO

Grande parte do processo envolveu uma tradução e adaptação do conteúdo escrito. Isso se deu devido ao conteúdo relativamente complexo. Para solucionar, foi necessário muitas tentativas, pesquisas e reflexões sobre como seria a melhor maneira de organizar as informações.

Um exemplo disso é o capítulo 4, que trata de juros compostos. Para representar tal conteúdo foram criados dois tipos de elementos diferentes. O primeiro é uma espécie de ilustração e gráfico combinados juntos, pois para se compreender o conceito e o funcionamento de juros compostos é necessário entender que existem elementos diferentes: o valor inicial, o rendimento, o tempo e o valor final. Através dessa simples ilustração de moedas e da utilização de boxes, foi possível representar essa imagem de forma didática. O segundo elemento é um gráfico mostrando a diferença entre utilizar os juros compostos como meio de investimento e apenas poupar dinheiro. Para conseguir representar isso, foi elaborado um gráfico para mostrar a diferença entre a quantia final em cada cenário.

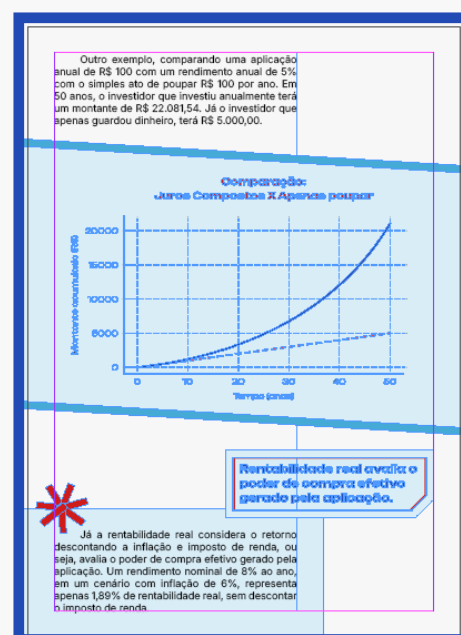


Gráfico criado para o capítulo 4.



Primeira e última versão da ilustração do capítulo 4.

Outra adaptação feita foi a adição de elementos que não foram disponibilizados no texto original, mas que percebeu-se a necessidade durante a leitura. Durante o capítulo 5, que trata sobre o perfil de investidor, foi percebido a falta de uma explicação sobre esse termo específico, então foi acrescentado um box clicável que redireciona para um site com uma explicação sobre o assunto e um teste para o leitor descobrir em qual perfil ele se encaixa. Visualmente, o box segue a mesma forma dos anteriores, com a borda chanfrada e o asterisco.

Além disso, no capítulo 6, que trata sobre tipos de investimentos, encontrou-se uma dificuldade em criar algum padrão visual com tantos tópicos e subtópicos diferentes. Soma-se a isso, o fato de ser esse um conteúdo muito textual e teórico, não detectando maneiras de utilizar ilustrações e imagens. Portanto, a solução encontrada foi a de se criar uma tabela ao final do capítulo, com uma síntese das principais diferenças em cada tipo de investimento. Percebe-se que a tabela auxilia no reconhecimento rápido do conteúdo.

5.1

Erros comuns

Depender de uma única fonte de renda, o que deixa o indivíduo vulnerável a imprevistos;

Permanecer prolongado em aplicações pouco rentáveis, como a poupança, por falta de conhecimento ou medo de migrar para alternativas mais vantajosas. A manutenção do FGTS em análise crítica também representa uma oportunidade perdida de alocação mais eficiente dos recursos;

Alavancagem financeira (endividamento) usada de forma inadequada, pode agravar perdas e comprometer o patrimônio;

Ignorar a inflação, que diminui o poder de compra do patrimônio;

Postergar o início do planejamento financeiro;

Não começar a investir cedo.

Para superar esses desafios, é fundamental desenvolver um perfil de investidor equilibrado. Isso envolve planejamento de metas, disciplina para seguir o plano traçado, diversificação de ativos para diluir riscos e o rebalanceamento periódico da carteira conforme as condições do mercado e as mudanças nos objetivos. A inteligência tributária também desempenha um papel importante, permitindo que se pague menos impostos de forma legal, aumentando a rentabilidade líquida dos investimentos.

Ter um plano B é igualmente essencial. Imprevistos fazem parte da vida e, por isso, é importante contar com uma reserva de emergência e com opções de renda alternativa. Além disso, manter relações de confiança com profissionais especializados pode oferecer suporte qualificado na tomada de decisões mais complexas.

Que é?

Perfil de investidor

Outros investimentos

Além disso, há quem busque oportunidades de lucro na compra e venda de ativos físicos, como veículos, equipamentos, antiguidades e eletrônicos. Essa prática exige conhecimento aprofundado do mercado específico, habilidades de negociação e atenção à legalidade da operação, incluindo recolhimento de impostos e emissão de notas fiscais. Leilões judiciais, por exemplo, podem oferecer ativos com valores abaixo do mercado, mas exigem cautela quanto à situação jurídica dos bens.

Principais diferenças

	Renda fixa	Renda variável
Rentabilidade	Previsível ou previamente definida	Cada vez de acordo com o mercado
Risco	Geralmente mais baixo	Geralmente mais alto
Tipos de Ativos	Títulos públicos, CDBs, LCI, LCA, etc.	Ações, fundos imobiliários, ETFs
Indicado para	Investidores iniciantes e conservadores	Investidores que possuem recursos em busca de maior retorno
Consideramento	Não exige muito conhecimento para operar	Exige mais estudos sobre o mercado e as empresas

Adaptações feitas no capítulo 5 e 6 respectivamente.

5.5 COLOFÃO

A última página do e-book contém um colofão com especificidades do projeto. Para finalizar o conteúdo, foi utilizado um fundo azul escuro, o texto alinhado ao centro e a ilustração do touro e urso, que inicialmente foi pensado para ser usado na capa, mas que compreendeu-se que seria melhor representado no final do e-book, trazendo um fechamento pro material. Além disso, o contraste do fundo com a ilustração dos animais ajuda na quebra da infantilidade das imagens e contribui para o sentimento juvenil e dinâmico. Propositamente, o touro foi feito na cor azul e com o chifre virado para cima, enquanto o urso representado na cor vermelha com as patas voltadas para baixo, seguindo de acordo com a metáfora do touro e urso que se mantém presente em todo o conteúdo.



Arquivo aberto do colofão.

5.6 GLOSSÁRIO

Com o objetivo de trazer uma visualidade diferente, tornando a leitura mais interessante, decidiu-se mudar a visualidade do glossário, como se ele fosse um caderno à parte, para consulta do conteúdo.

O conteúdo textual deste capítulo são as definições dos conceitos utilizados durante o e-book e no mercado financeiro. Portanto, é um conteúdo com muito texto e pouca opção de imagens literais ou ilustrações.

Tendo em vista a característica do conteúdo, foram utilizadas imagens da bolsa de valores como inspiração para a construção da visualidade. Os pontos principais considerados foram o alto contraste entre a cor de fundo e da tipografia, a quantidade de texto e o *grid* em forma de tabela.

Assim, o glossário teve o *grid* alterado para duas colunas, seguindo a tipografia com a tipo Unbounded para o nome do conceito e a tipo Inter para a definição. As cores branco e amarelo foram utilizadas para contribuir com o alto contraste com o fundo azul escuro e a escolha de alternar as cores nos conceitos serve para ajudar na separação dos conceitos facilitando, a leitura.

5.7 MATERIAL IMPRESSO

Na reta final, foi percebida a necessidade de criar um material impresso. A comunicação visual e branding da marca criada pede para ser explorada para além de uma peça digital. Como o projeto possui tangibilidade visual, seria interessante trazer essa para o físico. Numa chuva de ideias, surgiram duas principais: fazer um infográfico em tamanho A5 para ser distribuído aos alunos ou um conjunto de *flashcards*. Em consenso com a liga, decidiu-se produzir um conjunto de dez *flashcards* tamanho A6, com alguns conceitos presentes no glossário.

A escolha desse material levou em conta a falta de recurso financeiro da LMF, por isso foi criado um material que pode ser utilizado várias vezes na sala de aula como recurso de revisão para os alunos. O tamanho foi escolhido para manter a ideia de um *flashcard*, algo pequeno, mas grande o suficiente para ser utilizado em grupos para revisão. O material também será disponibilizado em formato digital para os alunos acessarem em casa.

A visualidade desse material complementar segue as



Painel semântico de inspiração para o glossário.

10 Glossário	
Alocação financeira: Uso do crédito para aumentar o potencial de ganho em um investimento. Pode aumentar os riscos, mas também os prejuízos.	Capitalizar: Reinvestir os lucros de um investimento para que o valor aplicado cresça ainda mais, aproveitando os juros compostos.
Análise fundamentalista: Método para avaliar ações e empresas, observando dados financeiros, estratégias, setor e perspectivas futuras, e fim de apresentar se o investimento vale a pena.	Carteira de investimentos: Conjunto de todos os investimentos que uma pessoa possui. Pode incluir renda fixa, ações, imóveis, fundos, entre outros.
Aplicação: É o ato de colocar seu dinheiro em algum tipo de investimento, como poupança, ações ou fundos, esperando retorno futuro.	CDB (Certificado de Depósito Interbancário): Título emitido como referência para a rentabilidade de muitos investimentos de renda fixa. É como uma taxa média dos empréstimos entre bancos.
Ativo: Qualquer bem ou direito que tenha valor. Pode ser um carro, imóvel, eletrodoméstico, celular, ação, etc.	Corretora: Empresa que intermediária a compra e venda de investimentos, como ações, títulos públicos e fundos. Atua como ponte entre o investidor e o mercado financeiro.
Ativos financeiros: São ações, títulos públicos, CDBs, fundos de investimento e qualquer outro investimento financeiro.	Crédito: É o acesso a um valor emprestado, geralmente por uma instituição financeira, com a promessa de devolução futura com juros. Exemplo: cartão de crédito, empréstimo pessoal.
Benefício Fiscal: Vantagem oferecida pelo governo que reduz o valor de impostos a pagar ou adia o pagamento, como ocorre em alguns planos de previdência privada.	Desempenho financeiro: É o quanto uma empresa, investimento ou pessoa gerou de lucro ou prejuízo em um período. Existem indicadores que medem o desempenho financeiro de empresas, como retornos e margens.
Bolsa de valores: Ambiente onde são negociadas ações de empresas, fundos imobiliários, títulos e outros ativos. É como um "mercado" onde investidores compram e vendem participações em empresas e investimentos.	Diversificação de investimentos: Estratégia que consiste em distribuir o dinheiro em diferentes tipos de ativos (como ações, renda fixa, imóveis) para reduzir riscos. O objetivo é evitar "colocar todos os ovos na mesma cesta".
Capital: É o dinheiro ou patrimônio disponível para investir ou fazer um negócio.	

Versão final do glossário.

mesmas escolhas do e-book, visando o padrão editorial. Assim, segue a mesma paleta de cores, tipografia e elementos gráficos, como boxe com a borda chanfrada e o asterisco, colocado na posição pretendida para fazer o furo para criar o *deck* de cards.

A fim de verificar o tamanho e a qualidade do papel foi feita uma impressão teste. Definiu-se duas possibilidades: a primeira seria a impressão no papel couchê com gramatura maior que 200g, para garantir certa durabilidade mantendo um preço acessível. A segunda opção, que foi utilizada para esse trabalho, é a impressão em papel sulfite e a plastificação de cada peça. Essa opção possui um valor de produção maior, mas garante durabilidade ao material.

Esse material pode ser implementado conforme o tempo e a necessidade da Liga de Mercado Financeiro da UFU. Portanto, para garantir a continuidade do material, o arquivo foi disponibilizado para os membros da liga terem a liberdade de adaptar conforme a necessidade que aparecer.



Flashcards impressos e plastificados.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo a criação de um e-book sobre investimentos voltado para adolescentes estudantes do ensino médio. O projeto foi iniciado a partir de um estudo sobre design da informação e educação financeira, uma análise do mercado financeiro e sua visualidade, além de um estudo do material disponibilizado pela Liga de Mercado Financeiro da UFU para compreender quais oportunidades de intervenção gráfica existiam.

A partir desses estudos, definiu-se a visualidade pretendida, focando no uso de tipografia, paleta de cores, elementos gráficos e imagens, priorizando a comunicação clara do conteúdo. Durante o processo percebeu-se que criar um material impresso complementaria o projeto, portanto, foi criado um conjunto de *flashcards* que podem ser utilizados para dinâmicas durante as oficinas presenciais. O resultado final foi um e-book de 26 páginas e um conjunto de *flashcards* com dez conceitos do mercado financeiro, ambos disponíveis para acesso no Google Drive.

Com o resultado final, conclui-se que o design da informação colabora de modo importante na tradução do conteúdo e que a criação de elementos paratextuais como gráficos, tabelas e ilustrações contribui na organização e entendimento das informações.

A partir desse trabalho, também foi possível compreender como a interdisciplinaridade entre os cursos de graduação contribui grandemente para a disseminação do conhecimento acadêmico e como pode ser algo de muito valor para ser cultivado. Afinal, o conhecimento adquirido pela autora durante uma oficina no ensino médio inspirou esse trabalho, que da mesma forma pode contribuir para que o mesmo aconteça com outras pessoas.

Como melhorias, sugere-se a expansão dos *flashcards* e a criação de outros e-books sobre outros temas, pois o mercado financeiro é um tema extenso que possibilita a criação de diversos materiais a fim de contribuir com a educação financeira da população.



7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



55% dos jovens da Geração Z são os principais responsáveis pelas suas próprias finanças, revela Serasa. Disponível em: <<https://www.serasa.com.br/imprensa/jovens-da-geracao-z-sao-os-principais-responsaveis-pelas-suas-proprias-financas-revela-serasa/>>.

ANBIMA. Raio X do Investidor Brasileiro – ANBIMA. Disponível em: <https://www.anbima.com.br/pt_br/especial/raio-x-do-investidor-brasileiro.htm>.

BASILE, R.; GOMES, S. H. de A. A comunicação da ciência como atividade para as Relações Públicas. Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática, [S. l.], v. 21, n. 47, 2023. DOI: 10.5902/2175497772280. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/72280>. Acesso em: 12 set. 2025.

Bull e bear market: o que são e o que esses animais dizem sobre o mercado? Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/guias/bull-e-bear-market/>>. Acesso em: 21 fev. 2024.

ELIAS, J. Poupança rende menos do que a inflação: para onde fugir? Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/financas/poupanca-rende-menos-do-que-a-inflacao-para-onde-fugir/>>. Acesso em: 10 set. 2025.

JUSTAMAND, M. As comunicações e as relações sociais nas pinturas rupestres. Anuario de Arqueología, Rosario, n. 7, p. 51–65, 15 dez. 2015.

MEC apoia inserção da temática educação financeira no currículo da educação básica.

Disponível em: <<https://portal.mec.gov.br/ultimas-noticias/211-218175739/34351-mec-apoia-insercao-da-tematica-educacao-financeira-no-curriculo-da-educacao-basica>>. Acesso em: 10 set. 2025.

Pesquisa Finanças Infantis 2021 | Serasa. Disponível em: <<https://www.serasa.com.br/imprensa/pesquisa-financas-infantis/>>. Acesso em: 10 set. 2025.

Semana ENEF. Disponível em: <<https://www.gov.br/semanaenef/pt-br>>.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE DESIGN DA INFORMAÇÃO (SBDI). Brasil, 2020. Disponível em: <<https://www.sbdi.org.br/definicoes>>. Acesso em: 11 set. 2025.

Souza, Juliane Brito Scoton de ; Machado, Carolina Calomeno ; “**Uma análise do e-book Design Methods a partir de conceitos de Design da Informação e Design Centrado no Usuário**”, p. 648-660 . In: Anais do 10º CIDI | Congresso Internacional de Design da Informação, edição 2021 e do 10º CONGIC | Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design da Informação. São Paulo: Blucher, 2021. ISSN 2318-6968, DOI 10.5151/cidicongic2021-049-355757-CIDI-Educacao.pdf

UNIUBE. Uniube Uberlândia promove oficina sobre educação financeira e os desafios do endividamento | Acontece na Uniube. Disponível em: <<https://uniube.br/acontece-na-uniube/uniube-uberlandia-promove-oficina-sobre-educacao-financeira-e-os-desafios-do-endividamento>>. Acesso em: 10 set. 2025.