

SITUACIONES-PROBLEMA FINANCIERAS Y ECONÓMICAS Y LOS SIGNIFICADOS PRODUCIDOS POR INDIVIDUOS-CONSUMIDORES

Marco Aurélio Kistemann Jr.
marco.kistemann@ufjf.edu.br
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)-Brazil

Tema: Educación Matemática y Diversidad (Cultural, Lingüística, de Género, etc.).

Modalidad: Comunicación breve

Nivel educativo: No específico

Palabras claves: producción de significados, consumo, educación financiera, matemacia

Resumen

Esta investigación es el resultado de preguntas sobre los significados producidos y la toma de decisiones de los individuos-consumidores en una sociedad de consumo líquido-moderna. En la asamblea demótica, sobre la base de supuestos teóricos de la educación matemática crítica de Ole Skovsmose, modelo de campos semánticos (MCS) Romulo Campos Lins, rector de la investigación y teorías acerca de las prácticas de consumo de Zigmunt Bauman, se investigan cómo los individuos-consumidores se comportan y toman decisiones ante situaciones de consumo realasy como la matemática influye en sus decisiones. Guía de nuestra investigación por pauta de pregunta: ¿Hasta qué punto, en la sociedad líquido-moderna, los consumidores toman sus decisiones y que significados producen cuando se trata de situaciones económica-financiera? En este sentido, investiga la producción de significado y toma de decisiones de individuos consumidores, expertos y no expertos en matemáticas tratando de entender cómo estas personas, situadas en una moderna sociedad líquida-moderna, toman decisiones en cuanto a consumo, buscando el desarrollo de una matemática económica y financiera, es decir, proporcionar habilidades financieras y económicas para ayudar a individuos consumidores a leer y tomar sus decisiones para tratar con los textos y en contextos financieros.

Introducción

Esta comunicación científica tiene como ámbito central presente que los resultados del estudio derecho en la producción de significados y la toma de decisiones de individuos consumidores, así como sus conclusiones que convergen en el génesis de las directrices para la educación matemática financiera con sesgo crítico y un matemacia financiera y económica en las aulas de matemáticas.

Aunque nuestra investigación no ha tenido como aula de matemáticas de investigación, creemos que los resultados señalados por pueden ayudar a la práctica del profesor de matemáticas, desde el contenido financiero que puede ser abordado, y rara vez se ha hecho en las prácticas de la escuela, según nuestra encuesta en nuestra revisión de la literatura, despertar en los estudiantes la importancia de pensar en prácticas basadas en pensamientos financieros y crítico de la toma de decisiones.

Actualmente, los resultados de nuestra investigación han sido preguntas significativas continuidad en otras investigaciones con temas orientados hacia una maestría profesional en educación matemática en la Universidad Federal de Juiz de Fora (UFJF), agregando en todas las cinco investigaciones finalizado, con el tema de la educación de las matemáticas financieras en segmentos de nivel básico, para adultos y educación de la juventud, educación y cursos de servicio, incluidas en el Grupo de Investigación Económicos y Financieros (GRIFE/UFJF).

Objetivos de la investigación y metodología

Con la investigación cualitativa que implica el análisis de documentos, entrevistas semiestructuradas y la creación de escenarios y la investigación bibliográfica, en consonancia con el tema recientemente, se originaron al principio del período de la crisis económica mundial en 2008.

Guía de nuestra investigación por pauta de pregunta: ¿Hasta qué punto, en la sociedad líquido-moderno, los individuos-consumidores toman sus decisiones y que producen significados cuando se trata de objetos económico-financiero?. Por lo tanto, queremos aclarar que nuestros referentes teóricos, así como de los individuos que participan en esta investigación fueron los consumidores como nuestros informantes, con quien hablamos y tratar de descubrir cómo estas actúan y que producen significados, tanto en la investigación piloto, como en la segunda etapa de la investigación.

El objetivo central de nuestra investigación fue a investigar la dinámica de los procesos de producción de significados y toma de decisiones de individuos-consumidores, expertos y no expertos en matemáticas, tratando de entender cómo estas personas, situadas en nuestra sociedad, toman estas decisiones relativas al consumo y como utilizan las "matemáticas" en estas acciones, tratando de desarrollar una matemacia financiera y económica, es decir, proporcionar habilidades financieras y económicas para ayudar a individuos-consumidores leer y tomar sus decisiones, para tratar con los textos y en contextos financieros. Para tales en embasamos en teórico-metodológico referencial de Lins (1997,1999), Bauman (2008), Baudrillard (2007) y Skovsmose (2000).

Referencias teóricas

Como dice Lins (1999), el punto central es que producir significado para ese crecimiento fuera una práctica social o, en mayor escala a una cultura tanto como producir enunciações por la misma razón. La importancia de investigar la producción de significados es expresada por Lins (1999, p.75) cuando dice: "(...) para mí, el aspecto central de toda cognición humana es la producción de significados".

Tanto el análisis realizado en el estudio experimental, con cinco personas, los individuos-consumidores y en posteriores entrevistas, con siete otros individuos-consumidores que buscan caracterizar las prácticas de consumo y toma de decisiones, utilizamos la Lectura Plausible de las líneas de los participantes de la investigación.

El concepto de la Lectura Plausible es presentado por Lins (1999, p. 93), siendo uno de los instrumentos del modelo de campos semánticos (MCS) para investigar las legitimidades de la producción de significados matemáticos y no matemáticos de individuos en distintos contextos, así como la dinámica de la toma de decisiones y, por lo tanto, para caracterizar los elementos que organizan las prácticas y las decisiones de consumo de los individuos-consumidores. En definitiva, lo que fue en foco estaba tratando de entender cómo el individuo hace lo que hizo, "es tratar de hacer una lectura de otro a través de sus legitimidades, interlocutores, compartiendo el mismo espacio comunicativo" (SILVA, 2003, p. 54).

Nuestra investigación ha ayudado a facilitar discusiones con individuos-consumidores haciendo hincapié en la importancia del tema financiera y económica. Desde la creación de objetos (matemáticos y no matemáticos), la producción de significados y la toma de decisiones de individuos consumidores, nuestra investigación revela el modus operandi de estos individuos en finanzas, economía y líquido-moderno. Podemos ver que hay todavía los efectos de individuos-consumidores con respecto a tratar con una matemática financiera económica, que ocurren en la vida cotidiana y que para tener más contacto con los conceptos matemáticos, las situaciones de individuos-consumidores pueden desarrollar lo que llamamos la matemacia financiera y económica, que es la lectura crítica y la interpretación de los textos que implican situaciones económicas y financieras y toma de decisiones.

Categorías de análisis y situaciones problemáticas

El estudio piloto cuenta con la participación de cinco individuos consumidores, ayudarnos considerablemente a darse cuenta de sus limitaciones y la necesidad de crear otros instrumentos de verificación y la intervención por las prácticas de consumo de estos temas. En posesión de la información recogidas y analizados a la luz de la MCS presentamos, introductoriamente, reflexiones que podría en directos conclusiones parciales sobre las acciones de consumo y modus operandi, de estos individuos consumidores, en la sociedad moderna líquida.

Las entrevistas de la segunda etapa, contó con siete participantes, con algunos ajustes durante las sesiones de orientación, que lleve a cabo en la investigación experimental, trató de investigar las declaraciones de creencias, producción de significado y toma de decisiones de los consumidores de individuos de las doce categorías de consumo pre-estipuladas: 1) anuncios y su influencia; 2) racionalidad del individuo consumidor; 3) la trama de incluir en el presupuesto; 4) situaciones donde el precio de contado es igual al precio a largo plazo; 5) ganar más y gastar más; 6) Planea consumir; 7) las tasas de interés y préstamos; 8) que es una educación financiera; 9) el rol de la familia; 10) el rol de la escuela; 11) La Matemática y su influencia en acciones; 12) el uso de productos ecológicos.

En este segundo paso dividimos nuestras acciones de investigación en dos fases. En la primera fase se realiza la entrevista a los siete participantes. En la fase 2, se pone a seis de los siete participantes ante 5 situaciones problemáticas. El propósito de esta segunda fase es investigar como los seis participantes individuos-consumidores toman sus decisiones de consumo, así como investigar los medios que utilizan (o no matemáticos) para tomar estas decisiones y que significados se producen de la enunciações de los seis individuos-consumidores.

En las situaciones problemáticas, participaron seis individuos-consumidores, tres especialistas en matemáticas (pregrado o postgrado en esta área) y tres individuos-consumidores con formación básica en matemáticas, con tres dobles para el análisis, en el que uno de los integrantes del dúo fue siempre un especialista en matemáticas.

Las cinco situaciones fueron, con sus respectivos objetivos:

1) "fuerza" del interés compuesto: esto tiene como objetivo mostrar al entrevistado el poder del interés compuesto en el tiempo y cómo éstos pueden trabajar para o contra el individuo-consumidor.

2) Precios y ofertas diferentes: esto pretende discutir la realidad de los precios ofrecidos por las tiendas, promoción de ventas en la que dice al consumidor que hay interés individual, compro o a la vista es lo mismo, cuando el precio pagado es la sombra de la misma, deja el interés incorporado y a menudo desconocido a esta persona.

3) Comparando precios y toma de decisiones: esto tiene como objetivo poner al consumidor en una situación real, la decisión individual en la adquisición de un activo, tratando de investigar si el mismo tiene noción de la diferencia en las compras en efectivo y como proceder para pagar el bien consumido.

4) Gastan más: la situación en cuestión busca descubrir como los individuos-consumidores toman sus decisiones ante situaciones en que necesitan dinero para pagar los valores (bienes) que excedieron el presupuesto, por ejemplo.

5) ¿Compra financiada o alquiler de una propiedad?: la quinta situación que se presenta tiene como objetivo investigar como los individuos-consumidores toman sus decisiones cuando deciden vivir en una casa nueva. En esta situación, el valor de la propiedad es muy costoso, así como el tiempo para entrar, así que toma la decisión de la persona.

Ejemplo de dos situaciones problemáticas de la segunda etapa, para leer plausible, toma de decisiones y la producción de significados de individuos consumidores, tenemos:

Situación 1: Un par de individuos- consumidores a partir de un determinado año depositan la cantidad de R\$100,00 mensual en ahorros con el fin de asegurar el futuro de su hijo alcance la mayoría de edad. En un mes determinado del año (mes de vacaciones de la familia) descubre el estado de cuenta de ahorros tiene un déficit igual a \$1000,00 en tarjeta de crédito, es decir, con un saldo negativo en su cuenta de no poseer reservas personales para cubrir este desbalance (déficit). a)¿ Si usted tiene una tarjeta de crédito, e tiene crédito, que decisión debe tomar la pareja para pagar este valor en la medida que aparece en su cuenta bancaria? b) el par de individuo-consumidor, en virtud de no tener reservas, decide utilizar el sobregiro bancario para pagar estos R\$1000, 00. ¿Qué opinas de esta decisión?

Situación 2: Un individuo-consumidor está buscando un nuevo hogar donde vivir, porque decide irse a vivir en un barrio del centro de la ciudad, donde vive en la actualidad. Busca en los periódicos, se enfrenta a un dilema: para comprar la casa nueva a través de la financiación (valor de la casa: \$ 100.000.00) durante 20 años pagando un interés de 0.99% a.m. \$1101,09 beneficios o irse a una nueva casa, pagar el alquiler (en un edificio del mismo valor comercial que el anterior para financiarse) pagando alquiler cada mes

\$800,00. ¿Qué decisión, en su opinión debe tomar la pareja al conocer su estado de cuenta?

De nuestra investigación se llega a la conclusión de que los individuos consumidores deben tener acceso a discusiones con anuncios: tener desarrollar la habilidad (Matemacia económica y financiera) para leer un anuncio y producir un significado al texto que cuenta con el mismo, que le permita guiar sus decisiones. El discurso de los individuos-consumidores, en el primer paso de las entrevistas indica que el valor de la parcela es el principal factor para la toma de decisiones, a expensas de análisis de la tasa de interés en la adquisición del mismo.

En cuanto a ingresos y gastos los consumidores entrevistados, personas de ingreso medio, en general, gastán demasiado. Justifica sin embargo, incluso sin tener acceso directo a un mayor aumento, muchos individuos-consumidores, para que, hoy, amplio acceso y facilitar las líneas de crédito e instrumentos financieros económicos (tarjetas de crédito, financiación, préstamos, sobregiros, etc.), pueden terminar de consumir más allá de sus necesidades, es decir, consumiendo el impulso o deseo.

Cuando se trata el tema sobre préstamos, concluimos que los individuos consumidores tienen la noción de las consecuencias de la contratación de un préstamo, sin embargo, dirección sus discursos en detalle el valor de la tasa de interés. Las justificaciones refieren al carácter perjudicial de contrato de un préstamo que no tiene una meta de emergencia. Consenso entre individuos-consumidores, que contrata o que no contrata los mecanismos de funcionamiento de los préstamos (la tasa de interés, términos, cargos y penalidades por incumplimiento de las normas) o "las escenas de los contratos de servicios financieros" no son claros, a menudo pasa desapercibido y desconocidas por el individuo consumidor en general.

Con respecto a la familia, se concluye de que se configura como medio principal para hacer la educación financiera. Reiteramos que la escuela también sería es una parte de esta educación, flanqueada por su familia. Según individuos- consumidores, base de la familia, el ejemplo en la familia, junto con la escuela de educación puede proporcionar el inicio del pensamiento económico-financiero en el individuo.

Las entrevistas revelaron que, incluso después de haber pasado, en promedio, 12 años en la escuela básica sujetos consumidores, expertos, o no en matemática, hacen uso, para su

decisión financiera económica, matemática básica, en algunas cuentas el consumidor usa sólo las cuatro operaciones y la intuición con respecto a los porcentajes, con el fin de analizar los pros y los contras de una acción del consumidor, así como las tasas de interés involucrados en estas acciones. El texto económico-financiero (cálculos, aplicación de la fórmula, simulaciones) de situaciones problemáticas planteadas a algunos de los entrevistados como límite epistemológico y para otros como obstáculo epistemológico a la producción de significados matemáticos para especialistas en matemática y no especialistas en esta área.

El sobregiro era como un instrumento financiero económico ampliamente utilizado por algunos de los participantes de la investigación los individuos- consumidores, sobre todo de forma intuitiva, pero sin la orientación adecuada por que proporciona y, sin el conocimiento apropiado (económica y financiera) de quien lo utiliza. Según nuestra investigación, los individuos-consumidores constituyen el sobregiro como objeto, produciendo significados matemáticos (altas tasas de interés de compostos) y no-matemáticos (préstamos, deuda, intereses abusivos) para este instrumento financiero económico.

Las simulaciones se presentan después de la enunciaç inicial de individuos a los consumidores, que sirve como otra posibilidad de toma de decisiones no enunciado por el demandado inicialmente se presentó como sin precedentes para los consumidores particulares. A pesar de estas simulaciones como instrumento de toma de decisiones, reducir lo que llamado privilegio de acceso a la información (PAI), algunos individuos-consumidores consideran les inviable para el consumidor acciones y prácticas, ya que muchos consumidores de individuos no son, en general, educados financieramente los lectores de estas simulaciones o deben producir significados (matemáticos y no matemáticos) para el mismo. Por otro lado, encontramos en algunas entrevistas, que el conocimiento de estas simulaciones puede incluso cambiar la decisión o dar una opción para el individuo consumidor proporcionando la más información y cómo llegar a tomar sus decisiones.

Estamos de acuerdo con lo dicho anteriormente, que la producción de significados para un texto determinado influye significativamente en el análisis económico financiero, la constitución y la toma de decisiones financiera de los individuos-consumidores. Por otra parte, una educación financiera incipiente, llegamos a la conclusión, que puede ser la

justificación para que muchos individuos-consumidores produciendo significados a las situaciones problema usando, significados distintos de significados matemáticos para objetos presentados en las enunciações de las situaciones problemáticas. Además de ser capaz de justificar el hecho de que pagar a la vista todavía no forma parte de la cultura de muchos individuos-consumidores, que encuentran esta decisión una limitación de presupuesto consecuente en sus actos y ningún beneficio explícito.

Consideraciones finales

Finalmente, nuestra investigación también revela que la tasa de interés es un elemento no muy utilizado para el análisis y toma de decisiones, ya que presenta un carácter abstracto y difícil de entender a mediano y largo plazo (interés compuesto), está obsoleta a favor del análisis del valor de la parcela. Por lo tanto, aseveramos que el modelo matemático de simulación, es un objeto de suma importancia para ayudar a los consumidores individuales para examinar y tomar decisiones sobre la base de los significados producidos por este chico, sin embargo, tiene limitaciones, ya que existen algunas variables (no matemáticos) que debe tenerse en cuenta y que no se expresan en modelos matemáticos, tales como la disciplina financiera para ahorrar a largo plazo el sueño y la tradición de la compra de una vivienda.

Actuando sobre la sociedad de consumo líquida-moderna hace que las matemáticas si constituye como un conocimiento importante, tanto como en otros períodos históricos, desde el consumidor individual en nuestra sociedad necesita conocimientos financieros, recursos científicos y tecnológicos, que a su vez son esenciales para su integración como ciudadanos en el mundo del trabajo, consumo, cultura y relaciones sociales.

Referencias bibliográficas

- Baudrillard, J. (2007). *A sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70.
- Bauman, Z. (2008). *Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Lins, R. C. y Gimenez, J. (1997). *Perspectivas em aritmética e álgebra para o século XXI*. Campinas: Papirus.
- Lins, R. C. (1999). *Por que discutir teoria do conhecimento é relevante para a Educação Matemática*. En: M. A. V. Bicudo (Eds.). *Pesquisa em Educação Matemática: concepções e perspectivas*, Capítulo 8, pp. 255-288. São Paulo: Editora Unesp.
- Skovsmose, O. (2000). Cenários para investigação. *Boletim de Educação Matemática*, 14, 1214-1240.