O Boletim de Conjuntura (BOCA) publica ensaios, artigos de revisão, artigos teóricos e empíricos, resenhas e vídeos relacionados às temáticas de políticas públicas.

O periódico tem como escopo a publicação de trabalhos inéditos e originais, nacionais ou internacionais que versem sobre Políticas Públicas, resultantes de pesquisas científicas e reflexões teóricas e empíricas.

Esta revista oferece acesso livre imediato ao seu conteúdo, seguindo o princípio de que disponibilizar gratuitamente o conhecimento científico ao público proporciona maior democratizacão mundial do conhecimento.



BOLETIM DE CONJUNTURA

BOCA

Ano VI | Volume 18 | Nº 52 | Boa Vista | 2024

http://www.ioles.com.br/boca

ISSN: 2675-1488

https://doi.org/10.5281/zenodo.11177169

BOLETIM DE CONJUNTURA

www.ioles.com.br/boca

ATITUDES EM RELAÇÃO AO DINHEIRO: ESTUDO COM PROFESSORES DA EDUCAÇÃO BÁSICA DO ESTADO DE GOIÁS[1]

Sônia Bessa[2]

Maria Belintane Fermiano[3]

Elton Anderson Santos de Castro[4]

Cristiano Guedes de Souza[5]

Jadir Gonçalves Rodrigues[6]

Resumo

O consumo presente nas sociedades pós-modernas pode atuar como um meio regulador das relações sociais. Esta pesquisa teve como objetivo investigar as atitudes em relação ao dinheiro de 153 professores da educação básica da rede pública, de três regiões do estado de Goiás. As atitudes em relação ao dinheiro foram levantadas a partir da utilização de uma escala de atitudes frente ao dinheiro criada por Denegri e colaboradores composta por 17 itens e quatro dimensões (felicidade, poder, respeito e influência negativa) e, cujos resultados foram associados às variáveis sociodemográficas. Participaram professores de ambos os sexos, de etnia branca, parda e negra de níveis socioeconômico baixo e médio, com média de idade de 42,9 anos. Foram utilizados testes de análises de correlação e regressão linear. Os dados foram analisados por meio de correlação de Pearson e Modelos de Regressão Linear Múltipla. Os resultados demonstraram uma alta valorização do dinheiro como meio de acesso a símbolos materiais às dimensões de respeito e poder. Os professores residentes na cidade de Cavalcante, uma comunidade Quilombola, bem como aqueles de etnia negra/parda e os de maior poder aquisitivo, revelaram-se sensíveis à dimensão de poder, associando a posse do dinheiro à dimensão de influência entre pares, poder, status, posição e projeção social. Os dados sinalizam que as atitudes em relação ao dinheiro podem estar associadas à autoestima construída cultural e historicamente e ao materialismo como sinônimo de felicidade. As descobertas abrem espaço para discutir a inclusão de temas econômicos na formação inicial e continuada de docentes frente ao impacto desse profissional na formação das próximas gerações.

Palavras-chave: Educação Econômica; Formação de Professores; Significado do Consumo; Significado do Dinheiro.

Abstract

Present consumption in post-modern societies can act as a mechanism for regulating social relations. This research aims to investigate the attitudes in relation to money of 153 public school basic education teachers, from three regions of the state of Goiás. The attitudes in relation to money were raised from the use of a scale of attitudes towards money created by Denegri and collaborators composed of 17 items and four dimensions (happiness, power, respect and negative influence) and, whose results are associated in a variety of ways. sociodemographic. Teachers of both sexes will participate, of white, brown and black ethnicity of low and middle socioeconomic levels, with an average age of 42.9 years. Foram used linear regression and correlation analysis tests. The data are analyzed by Pearson Correlation Means and Multiple Linear Regression Models. The results demonstrate a high value of money as a means of access to material symbols in the dimensions of respect and power. The resident teachers in the city of Cavalcante, a Quilombola community, like those of black/brown ethnicity and those with greater purchasing power, reveal themselves to be sensitive to the dimensions of power, associating the possession of money with the dimensions of influence among peers, power, status, position and social projection. The data indicate that attitudes in relation to money can be associated with culturally and historically constructed self-esteem and with materialism as a synonym for happiness. As you discover, we open space to discuss even economic issues in the initial and continuing training of teachers against the impact of professional training in future generations.

Keywords: Financial Education; Meaning of Consumption; Meaning of Money; Teacher Education.

[1] A presente pesquisa com o apoio institucional do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

[2] Docente da Universidade Estadual de Goiás (UEG). Doutora em Educação pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). E-mail: sonia.bessa@ueg.br

[3] Docente na Faculdades NetWork. Doutora em Educação pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). E-mail: maria.belintane@gmail.com

[4] Docente da Universidade Estadual de Goiás (UEG). Doutor em Química pela Universidade de Brasília (UnB). E-mail: eltonkastro@gmail.com

[5] Docente da Universidade de Brasília (UnB). Doutor em Ciências da Saúde pela Universidade de Brasília (UnB). E-mail: c.bsb.br@gmail.com

[6] Docente da Universidade Estadual de Goiás (UEG). Doutor em História pela Universidade Federal de Goiás (UFG). E-mail: jadirueg@gmail.com

INTRODUÇÃO

Preparar as próximas gerações para o exercício da cidadania responsável, a promoção da qualidade de vida e a sustentabilidade emergem como desafios prioridade inegável. Nesse contexto, a análise das atitudes e comportamentos torna-se crucial, dada a intrínseca relação entre atitudes e o comportamento do consumidor. Esta área de estudo é de suma relevância, uma vez que as atitudes podem desempenhar um papel fundamental na explicação e até mesmo na definição dos hábitos e condutas de consumo.

No contexto brasileiro, verifica-se escassez de estudos com professores da educação básica com o objetivo de investigar atitudes frente ao dinheiro, mesmo sendo esse um assunto primordial num país continental como o Brasil. Esse é o tipo de estudo que inclui o uso do dinheiro, os significados que as pessoas atribuem ao dinheiro, às emoções nas decisões de consumo, ao materialismo, ao comportamento impulsivo, compulsivo ou racional de consumo, às atitudes austeras ou hedonistas, ao consumismo e ao endividamento etc. Mesmo diante dessa necessidade, ainda são poucos os instrumentos de pesquisa que são psicometricamente adequados e que reúnem evidências de validade e precisão.

Na busca por um instrumento adequado ao contexto brasileiro, recorreu-se à "escala de atitudes frente ao dinheiro" criada por Marianela Denegri e colaboradores composta por 17 itens e quatro dimensões (felicidade, poder, respeito e influência negativa). Assim, essa investigação, com aporte teórico no campo da Psicologia econômica com natureza descritiva correlacional, teve como objetivo investigar as atitudes em relação ao dinheiro de professores da educação básica, em associação com idade, gênero, classe social, etnia e domicílio. Para tanto foram selecionados 153 professores da educação básica em exercício profissional na educação infantil, anos iniciais e finais do ensino fundamental e ensino médio, de quatro regiões do estado de Goiás.

Uma vez coletados os dados, procedeu-se a uma análise descritiva com apresentação das médias e desvio-padrão e análise inferencial em que se recorreu a uma correlação de Pearson a fim de verificar o grau de associação linear entre as dimensões da escala: felicidade, poder, respeito e influência negativa. Foi utilizada uma regressão linear simples e múltipla para as variáveis de desfecho, poder e respeito. Essa análise permitiu em linhas gerais, mostrar evidências estatísticas da capacidade de predição das variáveis dependentes (variáveis sociodemográficas) sob a variável independente (atitudes em relação ao dinheiro), potencialmente explicativa.

Com essa estruturação, o presente artigo está dividido em quatro seções. Após esta breve introdução, a primeira seção aborda a revisão da literatura, destacando pesquisas nacionais e da América do Sul que exploram o tema do dinheiro e consumo, assim como outros temas relacionados à educação

econômica e financeira. A segunda seção descreve os materiais e métodos utilizados, fornecendo informações detalhadas sobre a consistência psicométrica e o coeficiente de confiabilidade da escala empregada neste estudo. Na terceira seção, são apresentados os resultados e realizada a discussão correspondente. Por fim, são fornecidas as considerações finais do estudo, acompanhadas de sugestões para pesquisas futuras, que possam se fundamentar nos resultados obtidos aqui.

REVISÃO DA LITERATURA

As finanças permeiam o dia a dia dos cidadãos comuns. A mercantilização do dinheiro incluiu as instituições culturais na lógica de finanças, produtos e serviços que não faziam parte da vida das pessoas há 50 anos, hoje são questões cotidianas, como empréstimos ao consumidor, cartões de crédito, empréstimos estudantis, seguros, fundos de pensão entre outras ofertas de crédito. Esses produtos de crédito ao consumidor, processos conhecidos como mercantilização do dinheiro, se tornaram centrais no orçamento familiar (GONZALES-LOPES, 2021).

Nas últimas décadas, diversas disciplinas começaram a investigar em uma perspectiva interdisciplinar os significados atribuídos ao dinheiro, desafiando a visão clássica do dinheiro como um objeto neutro. O dinheiro é um elemento poderoso e emocionalmente carregado que afeta a vida diária das pessoas em vários níveis e requer o estudo dos aspectos emocionais que circundam o dinheiro (SESINI; LOZZA 2023).

As atitudes em relação ao dinheiro são significativamente influenciadas por diferentes variáveis sociodemográficas. Fatores como sexo, idade, educação, rendimento e experiência de trabalho desempenham um papel crucial na formação das atitudes financeiras dos indivíduos (SIMKIV 2020).

Além dos fatores sociodemográficos interferem nas atitudes em relação ao dinheiro componentes afetivos, cognitivos e comportamentais (SHPERLIN; PLOTNIKOV; MAYBORODINA, 2020). Esses autores constataram em população russa atitudes emocionais em relação ao dinheiro, percebido por esses indivíduos como um bem supremo e um símbolo de liberdade, ao mesmo tempo há uma percepção de dinheiro como um mal absoluto e uma convicção de seus danos à vida humana.

Esses estudos evidenciam a complexa interação entre as variáveis sociodemográficas e as atitudes dos indivíduos face ao dinheiro, enfatizando a necessidade de uma abordagem abrangente no estudo dos comportamentos financeiros.

As atitudes em relação ao dinheiro variam numa perspectiva entre as culturas, com padrões distintos observados. Na Suíça, prevalecem três atitudes principais: a atitude de prestígio e poder, a atitude de gestão do dinheiro e a atitude orientada para objetivos, com diferenças de distribuição entre

regiões linguísticas (HENCHOZ; COSTE; WERNLI 2019). Na Índia, um estudo abrangente identificou seis atitudes predominantes sobre o dinheiro, incluindo 'Financial Prudence', 'Extravagance', 'Financial Knowledge', 'Financial Ansiety', 'Importance Attached to Money' e 'Financial Support Network', categorizando os indivíduos em segmentos como “Prudent Strivers” e “Young and Carefree” com base nas suas características financeiras e demográficas (CHATTERJEE, KESWANI, GUPTA, 2018).

As atitudes em relação ao dinheiro numa perspectiva psicológica englobam uma complexa interação de crenças, valores e comportamentos em matéria financeira. O dinheiro não é apenas um meio de troca, mas possui significados simbólicos que vão além da sua utilidade econômica, impactando as relações sociais e as regulamentações intrapessoais (HOUSEL 2023). Compreender os aspetos psicológicos das atitudes monetárias é crucial para as estratégias de comportamento financeiro, uma vez que as atitudes emocionais e irracionais podem impactar a tomada de decisão e o bem-estar financeiros como destaca Shperlin, Plotnikov e Mayborodina, (2020). As atitudes em relação ao dinheiro estão ligadas a comportamentos financeiros, e tais comportamentos estão intrinsicamente relacionados às emoções e à maneira irracional em tomar decisões, o que pode ou não levar ao consumismo, à poupança e à gestão da dívida.

De La Rosa e Tully (2022) apontam uma série de estudos de laboratório que fornecem provas causais de que frequências de pagamento mais elevadas (vs. mais baixas) aumentam os gastos. O efeito da frequência dos pagamentos sobre os gastos é impulsionado por mudanças nas percepções subjetivas de riqueza dos consumidores. Ou seja, frequências de pagamento mais elevadas reduzem a incerteza dos consumidores em prever se terão recursos suficientes ao longo de um período, aumentando as suas percepções subjetivas de riqueza. A pesquisa apresentou a necessidade de compreender como as variações temporais no rendimento dos consumidores afetam as suas percepções, comportamentos e bem-estar geral.

As pesquisas citadas permitem compreender que a concepção de dinheiro, crédito e o que se consome estão relacionadas e que precisam ser estudadas no contexto em que se manifestam. Para Quintano-Mendez *et al*. (2023), o consumo instalado nas sociedades pós-modernas atua como um meio regulador das relações sociais, e, nesse cenário, os indivíduos são particularmente sensíveis, uma vez que o consumo permite acessar objetos simbólicos que fazem parte da construção de sua identidade e, de acordo com Baudrillard (2019), um mediador na construção da identidade individual. O prestígio está relacionado ao “amor às posses”, e o “amor ao dinheiro” está associado com a felicidade e o sucesso (JÁNOS; ÁGNES, 2020).

Por outro lado, o dinheiro permeia todas as áreas da vida desde a infância até a idade adulta, inclusive para garantir as necessidades que fazem parte da pirâmide de Maslow (1943). Na sociedade

em que vivemos, o dinheiro é fator crucial para a sobrevivência, o que torna importante investigar as atitudes das pessoas em relação a ele. Denegri *et al*. (2012) destacam que essas atitudes poderiam ser conceituadas como julgamentos avaliativos em relação ao dinheiro, que, além de ser um meio para realizar trocas comerciais, nas sociedades atuais, é revestido de vários significados e atributos que superam a função de troca econômica. Campos Monteiro *et al*. (2015) corroboram essa perspectiva e acrescentam que o dinheiro representa uma transação abstrata, mas agrega significados sociais e culturais. Hoetoro (2020), investigando a relação entre o amor ao dinheiro e o comportamento hedônico, concluiu que esses dois elementos, mais a busca pela satisfação com a vida, favorecem o endividamento. Para Oliveira (2020), existe uma forte relação entre o endividamento e o materialismo, consolidada por atitudes hedonistas em relação ao consumo. Os indivíduos buscam incessantemente pelo prazer imediato e resistem a adiar os impulsos de consumo.

Contratar crédito nunca esteve tão fácil, e, ao mesmo tempo, nunca se viu uma população tão endividada. Segundo a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor-Peic (2023), "a cada 10 famílias brasileiras, 8 têm dívidas", essa tem sido a taxa média de endividamento das famílias.

Especialmente nos últimos 30 anos no Brasil, tem prevalecido a lógica neoliberal, e as pessoas, desde a infância, já são submetidas a um processo de socialização econômica em que as atitudes em relação ao dinheiro, o endividamento e o materialismo são transmitidos intergeracionalmente (DENEGRI CORIA *et al*., 2021). A globalização situa o consumo como articulador do processo de construção de identidade individual e coletiva, dando relevância ao materialismo e à impulsividade na compra, o que impacta especialmente as gerações que cresceram dentro desse modelo (CASTELLANOS ALVARENGA *et al*., 2020).

Denegri Coria *et al*. (2021) destacam materialismo e atitudes em relação ao dinheiro como entidades separadas, o materialismo está relacionado à posse de bens materiais e é um potencial inerente ao dinheiro. Há indivíduos preocupados com o custo dos bens e outros descuidados com o dinheiro, que compram sem avaliar o custo-benefício da aquisição ou o custo monetário e não hesitam em jogar fora ou trocar os bens somente para adquirir outros similares. Como destacam Pilch e Górnik-Durose (2017), avaliar bens não significa necessariamente avaliar dinheiro da mesma forma. O dinheiro garante a satisfação das necessidades, mas também permeia trocas simbólicas, representando riqueza e sucesso pessoal (FERMIANO, 2019).

Para jovens e adolescentes, o dinheiro assume um forte significado social. Como descrito em investigações de Castellanos, Sepúlveda, Denegri (2016), o dinheiro promove integração entre os diferentes grupos de jovens e adolescentes, mas, ao mesmo tempo, funciona como um diferencial entre os pares.

Além de diferenciador social, o dinheiro provê *status* social, é fonte de felicidade e bem-estar (CASTELLANOS ALVARENGA *et al*., 2020). Associado ao comportamento hedonista, caracterizado pela busca imediata da satisfação, existe um risco real de endividamento e dificuldades financeiras, especialmente quando o dinheiro for associado à felicidade. Nessas circunstâncias, o dinheiro passa a ser utilizado como meio imediato de satisfação das necessidades de consumo, independentemente de sua disponibilidade, e os indivíduos utilizam o crédito para satisfazer essa necessidade hedônica (YU *et al*., 2018).

Variáveis sociodemográficas podem interferir nas atitudes das pessoas em relação ao dinheiro e influenciar relações econômicas e psicológicas, como características pessoais, personalidade, locais de residência, gênero, faixa etária, estilo de vida, normas e valores culturais, compreensão que o indivíduo possui do mundo econômico e grupo a que pertence. Características sociais e culturais também intervêm nessas atitudes, como nível socioeconômico, expectativas sociais, características dos sistemas políticos e cultural em que os indivíduos estão inseridos. Destacam-se, ainda, as características situacionais, ou seja, condições e circunstâncias que podem limitar as decisões econômicas, como tamanho da família, situações do mercado, demanda, oferta etc., e, por fim, as características econômicas que incluem situação e políticas econômicas do país, como inflação e taxa de juros. Todas essas características podem alterar atitudes e gerar expectativas que influem nas decisões de consumo, poupança e investimento (FERMIANO, 2019).

Essa é uma área de estudo relevante, porque as atitudes podem vir a ser responsáveis por explicar ou até mesmo definir hábitos e condutas de consumo. O uso do dinheiro inclui, ainda, significados que as pessoas atribuem ao dinheiro, às emoções nas decisões de consumo, ao materialismo, ao comportamento impulsivo, compulsivo ou racional de consumo, às atitudes austeras ou hedonistas, ao consumismo e ao endividamento etc. Mesmo diante dessa necessidade, ainda são poucos os instrumentos que são psicometricamente adequados e que reúnem evidências de validade e precisão (PIMENTEL *et al*., 2012).

Um instrumento pioneiro no contexto brasileiro foi a Escala de Significado do Dinheiro (ESD) utilizada por Moreira (2002), que permitiu comparar o significado do dinheiro em diferentes regiões brasileiras. Os resultados foram discutidos a partir de diferenças histórico-culturais e estereótipos, indicando a sensibilidade da ESD para discriminar perfis de significado do dinheiro. Várias pesquisas utilizando esse instrumento foram realizadas, como: Flores (2012); Lunardi (2012); Trindade (2009). Outro instrumento importante foi a Escala de Atitudes Frente ao Dinheiro (MAS) numa versão em português com quatro fatores: poder, retenção, desconfiança e ansiedade (PIMENTEL *et al*., 2012). Essa

escala apresentou evidências de validade e precisão, com aporte na relação entre as atitudes, o comportamento de compra e a compra compulsiva.

Na América do Sul, especificamente no Chile, destaca-se o trabalho pioneiro de Marianella Denegri Coria sobre as ideias da origem e circulação de dinheiro, em um estudo evolutivo com crianças e adolescentes. Essa autora e seus colaboradores ampliaram seus estudos com outras populações, como crianças, adolescentes e jovens universitários: Barros Bustos *et al*. (2019); Castellanos Alvarenga *et al*. (2020) e Arias Lagos *et al*. (2022) e outros.

As diferenças culturais nas atitudes em relação ao dinheiro influenciam significativamente o comportamento individual. Estas nuances culturais evidenciam a importância de compreender e incorporar diversas atitudes monetárias na formação de programas de educação financeira e estratégias comportamentais. As atitudes em relação ao dinheiro e tudo que ele representa não podem ser compreendidas de forma isolada, porque dependem de fatores comportamentais, sociais, culturais e psicológicos, e devendo ser analisados sob uma perspectiva multidisciplinar.

MÉTODOS E MATERIAIS

Estruturada com base em um estudo de caso com aplicação de survey semiestruturado em uma amostra de 153 participantes a presente pesquisa possui uma natureza exploratória, descritiva e correlacional, busca aporte teórico no campo da psicologia econômica com o objetivo de investigar as atitudes em relação ao dinheiro de professores da educação básica e a possível associação delas com idade, gênero, classe social, etnia, etapa de atuação dos professores e domicílio. A abordagem quantitativa será empregada para analisar a associação entre as atitudes em relação ao dinheiro associadas a variáveis sociodemográficas.

Participantes

Um total de 153 professores da educação básica de diferentes regiões da unidade federativa de Goiás participaram do estudo: Goiânia (39,2%), Formosa (17,0%), Cavalcante (4,6%) e Cidades do entorno de Brasília - DF (39,2%).

A média de idade foi de 42,9 anos, com uma predominância do sexo feminino (81%). A distribuição étnica incluiu pardos (49,0%), brancos (34,2%) e negros (16,8%).

Classificação Socioeconômica

Os professores foram classificados de acordo com a escala da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa - ABEP (2021), baseada em faixas de salários-mínimos: Classe A, > 20 salários-mínimos (2,6%), Classe B, 10 a 20 salários-mínimos (9,2%), Classe C, 4 a 10 salários-mínimos (49,7%), Classe D, 2 a 4 salários-mínimos (31,4%) e Classe E, ≤ 2 salários-mínimos (7,2%).

Etapas de Atuação

A distribuição de professores por etapa de atuação foi a seguinte: anos iniciais do ensino fundamental (36,6%), anos finais do ensino fundamental (26,1%), ensino médio (19,6%), educação infantil (9,8%) e cursos técnicos ou período integral (7,8%)

Coleta de Dados

Utilizou-se uma ficha sociodemográfica com os itens idade, gênero, classe social, etnia, etapa de atuação dos professores e domicílio, e uma escala tipo Likert, baseada no modelo de Tang *et al*. (2005) e adaptada por Denegri *et al*. (2012), composta por 17 itens e quatro dimensões (respeito, poder, felicidade e influência negativa). Os professores responderam em seus próprios dispositivos móveis após consentimento voluntário.

O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Estadual de Goiás. Os participantes assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido digitalmente.

Procedimentos

Os professores selecionados atendiam aos critérios estabelecidos neste estudo: ser professor da rede pública de ensino e atuar na educação básica. Eles foram contactados por e-mail, e após a anuência da secretaria de educação, foram apresentados aos participantes os objetivos da pesquisa, esclarecimentos acerca da participação voluntária e demais orientações para garantir a privacidade, a confiabilidade e o sigilo das informações. Os professores que concordaram em participar assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido digital e utilizaram os seus próprios aparelhos celulares para responder às questões. A coleta de dados ocorreu no segundo semestre de 2023.

Análise dos Dados

A análise dos dados coletados neste estudo foi conduzida utilizando dois softwares estatísticos, o SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versão 22.2 e Jamovi versão 2.2.

As análises descritivas envolveram a apresentação das médias e desvios-padrão dos dados. Este tipo de análise é fundamental para oferecer uma visão geral das características dos dados, como a tendência central (média) e a variabilidade (desvio-padrão) das variáveis estudadas. A média informa o valor central em torno do qual os dados se agrupam, enquanto o desvio-padrão mostra quão dispersos estão os dados em relação à média.

Além das análises descritivas, foram realizadas análises inferenciais, que são essenciais para testar hipóteses sobre as relações entre as variáveis. A correlação de Pearson foi utilizada para examinar a relação linear entre duas variáveis contínuas. O coeficiente de correlação, denotado como r, varia de -1 a +1. Um valor de r=1 indica uma correlação positiva perfeita, onde o aumento de uma variável está diretamente associado ao aumento da outra. Por outro lado, r=−1 indica uma correlação negativa perfeita, onde o aumento de uma variável está associado à diminuição da outra. Um valor de r=0 sugere que não há relação linear entre as variáveis (FIELD, 2021).

Foram realizadas regressões lineares simples e múltiplas para investigar a capacidade de uma ou mais variáveis independentes (por exemplo, variáveis sociodemográficas) em prever uma variável dependente (atitudes em relação ao dinheiro). A regressão linear estima a relação entre as variáveis por meio de uma linha de melhor ajuste, determinada pelo método dos mínimos quadrados. O modelo de regressão pode ser representado pela equação:

$$Y = \beta 0 + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \ldots + \beta nXn + \text{erro}$$

Onde Y é a variável dependente, $X1$, $X2$,…, Xn são as variáveis independentes, $\beta 0$ é o intercepto, $\beta 1$, $\beta 2$,…, βn são os coeficientes que medem a influência de cada variável independente sobre Y, e o termo de erro representa a variação não explicada pelo modelo (HAIR *et al*., 2019).

Para todas as análises, foi utilizado um nível de significância de 5%, o que significa que um resultado é considerado estatisticamente significativo se a probabilidade de que ocorra por acaso seja inferior a 5%. Esse nível de significância ajuda a garantir a confiabilidade dos resultados obtidos, minimizando o risco de falsos positivos.

RESULTADOS

O coeficiente Alfa de Cronbach foi utilizado para avaliar a confiabilidade da escala de atitudes em relação ao dinheiro. O valor obtido foi de 0,647, o que indica uma confiabilidade aceitável segundo os padrões da literatura (HAIR *et al*., 2019)., onde valores acima de 0,6 são geralmente considerados aceitáveis para pesquisas exploratórias. Isso sugere que a escala é consistentemente capaz de medir as atitudes em relação ao dinheiro entre os professores participantes.

Foi realizada uma análise fatorial a fim de verificar a fatorabilidade da escala. Os 17 itens da escala apresentaram o índice KMO de 0,76, e o teste de esfericidade de Bartlett X^2 (136) = 687; p = 0,001 indicando fatorabilidade. A partir da análise paralela e análise fatorial por meio do método de rotação oblimim, verificou-se a existência de quatro dimensões com 73,7% da variância explicada (respeito, felicidade, influência negativa e poder). Essa estrutura fatorial encontrada assemelha-se à versão de Denegri Coria *et al*. (2012), com estudantes chilenos, e à de Queiroz *et al*. (2023), com estudantes brasileiros.

A escala de dinheiro é composta por 17 itens dos quais emergem quatro dimensões: "respeito", suscita crenças de que o dinheiro permite uma relação de *status* e respeito social entre as pessoas e que pessoas que têm mais dinheiro são mais respeitadas pelos outros; "poder", relacionado à ideia de que o dinheiro traz liberdade e permite colocar os seus possuidores numa relação de comando, gerando diferença e projeção de poder nas relações sociais; "felicidade", indica a possibilidade do dinheiro agregar a sensação de felicidade e bem-estar, o dinheiro seria um meio de alcançar a felicidade; e, por fim, "influência negativa", relacionado às crenças de que o dinheiro pode ser uma influência capaz de destruir as pessoas e levar a mudanças negativas no caráter, como, por exemplo, a corrupção. Na Tabela 1, estão relacionados os escores da escala separados pelas respectivas dimensões.

Tabela 1 - Escores descritivos da escala de atitudes frente ao dinheiro

Dimensões	Itens	N	Média	Desvio-padrão
Respeito	1. Ter dinheiro permite que os outros admirem você.	153	2,20	0,939
	2. Mais dinheiro, mais amigos.	153	2,18	1,077
	3. O dinheiro permite influenciar outras pessoas.	153	1,79	0,984
	11. O dinheiro dá uma boa imagem a quem o possui.	153	1,76	0,946
	17. O dinheiro permite ser mais respeitado.	153	1,92	1,032
Poder	4. Essa vida é feita para os que têm dinheiro.	153	2,84	0,862
	5. Com dinheiro, é possível comprar tudo.	153	1,87	0,998
	7. Não necessito de dinheiro para alcançar minhas metas pessoais.	153	2,91	0,805
	10. O dinheiro serve para nos relacionarmos com os demais.	153	2,65	0,975
Felicidade	6. Dinheiro ajuda a conseguir a felicidade.	153	1,69	0,845
	8. Com dinheiro, minha vida seria muito melhor.	153	1,69	0,845
	9. Gostaria de ter muito dinheiro.	153	2,59	1,003
	12. Viver sem dinheiro é não viver.	153	2,30	1,058
	13. O dinheiro ajuda a me sentir bem.	153	1,70	0,889
	14. Se tivesse mais dinheiro, me sentiria muito mais feliz.	153	2,58	0,915
Influência negativa	15. O dinheiro muda o caráter das pessoas.	153	2,13	1,049
	16. O dinheiro destrói as pessoas.	153	2,44	1,032

Fonte: Elaboração própria.

Os escores descritivos fornecem uma visão quantitativa das atitudes em relação ao dinheiro. A média da escala foi de 2,14 com um desvio-padrão de 0,956).

A dimensão "Respeito" apresentou uma média de 1,97 com um desvio-padrão de 0,552. Estes valores sugerem uma associação moderada entre a posse de dinheiro e o aumento no respeito social entre os professores. A variabilidade relativamente baixa indica uma concordância geral de que o dinheiro influencia positivamente o respeito que uma pessoa recebe, mas com algumas variações nas opiniões individuais.

A dimensão "Poder" registrou a média mais alta de todas, 2,57, acompanhada de um desvio-padrão de 0,451. Este resultado reflete uma forte convicção entre os professores de que o dinheiro confere poder e influência significativos. O desvio-padrão menor, comparado com outras dimensões, sugere uma opinião mais uniforme sobre o impacto do dinheiro no poder social e pessoal.

Para a dimensão "Felicidade", a média foi de 2,09, com um desvio-padrão de 0,508. Esses números indicam que muitos professores consideram o dinheiro como um facilitador para alcançar a felicidade e o bem-estar pessoal. A variabilidade um pouco maior nesta dimensão pode refletir diferenças nas experiências pessoais e nas crenças sobre o que constitui verdadeiramente a felicidade.

Por fim, a dimensão "Influência Negativa" teve uma média de 2,29 e um desvio-padrão de 0,790, o maior entre as dimensões. Isso mostra que, enquanto há uma conscientização significativa sobre os efeitos negativos do dinheiro, como corrupção e a deterioração do caráter, existe também uma considerável divergência de opiniões sobre a intensidade desses efeitos. A alta variabilidade indica que as experiências e as percepções pessoais influenciam fortemente como os indivíduos veem os aspectos negativos do dinheiro.

As médias encontradas nesta investigação se assemelham às encontradas por Queiroz *et al*. (2023) com adolescentes brasileiros, cuja média da escala foi de 2,39 e os índices foram: poder 2,17 com um desvio-padrão de 0,484; felicidade 2,43 com um desvio-padrão de 0,545; influência negativa 2,85 com um desvio-padrão de 0,842; e respeito 2,34 com um desvio-padrão de 0,584. A média dos participantes brasileiros foi um pouco superior às encontradas por Denegri Coria *et al*. (2021) com estudantes do Equador e do Chile, cujo ponto médio foi de 1,83.

Alguns itens se sobressaíram quanto às quatro dimensões. No fator respeito, sobressaiu-se a necessidade de admiração, “ter dinheiro permite que os outros admirem você” (M=2,20), em que os professores relacionam o dinheiro à admiração.

Dois itens tiveram maiores médias no fator poder: “essa vida é feita para os que tem dinheiro (M=2,84) e “não necessito de dinheiro para alcançar minhas metas pessoais” (M=2,91). Esses dois itens parecem ser contraditórios, pois ao mesmo tempo que o professor reconhece que tem valor pessoal com

metas que independe da posse do dinheiro, admite que sem dinheiro a vida é muito difícil. De fato, é possível alcançar metas pessoais e encontrar satisfação na vida sem depender exclusivamente do dinheiro.

No fator felicidade, também se sobressaem dois itens "Se tivesse mais dinheiro, me sentiria muito mais feliz." (M=2,58) que relaciona diretamente o dinheiro à felicidade e bem estar, e o desejo de ter cada vez mais dinheiro (M=2,59). Esses dois itens expressam o desejo de obter mais dinheiro para conseguir um nível de felicidade cada vez maior.

No fator influência negativa, sobressaiu-se o item "o dinheiro destrói pessoas" (M=2,44), indicando que pode existir a consciência dos professores de que o dinheiro pode estar relacionado à corrupção, ao endividamento, ao materialismo etc.

Optou-se por conduzir um teste de correlação de Pearson (Tabela 2) a fim de analisar o nível de correlação entre as dimensões ou se eles devem ser entendidos como fenômenos independentes. As correlações entre as dimensões foram todas positivas e estatisticamente significativas, sugerindo que as diferentes percepções sobre o dinheiro estão interligadas. Por exemplo, a correlação entre Felicidade e Respeito foi de 0,455, indicando uma associação moderada entre ver o dinheiro como fonte de felicidade e como um meio de ganhar respeito. Essas correlações ajudam a entender como diferentes atitudes em relação ao dinheiro podem coexistir e influenciar-se mutuamente entre os professores.

Tabela 2- Correlação de Pearson entre as quatro dimensões da escala de atitudes frente ao dinheiro

	Felicidade		Influência		Respeito		Poder	
Felicidade	—							
Influência	0.452	***	—					
Respeito	0.455	***	0.378	***	—			
Poder	0.335	***	0.179	*	0.198	*	—	

Fonte: Elaboração própria.
Nota: * p < .05, ** p < .01, *** p < .001.

As seguintes dimensões indicaram correlação positiva, forte e significante: felicidade e influência (r = 0,452 p<0,001); felicidade e respeito (r = 0,455 p<0,0001); e felicidade e poder (r = 0,335 p<0,001). Estas dimensões tiveram correlações fortes: respeito e influência (r = 0,378 p< 0,001). As dimensões poder e respeito (r = 0,198 p<0,05) e influência e poder (r = 0,179; p<0,05) apresentaram correlações positivas, mas classificadas como fracas.

Após a verificação do efeito das variáveis sobre as quatro dimensões e a análise da correlação, recorreu-se à técnica de regressão linear múltipla, a fim de analisar em que medida as variáveis são preditoras das atitudes de respeito e poder em relação ao dinheiro. Inicialmente, foram testados os pré-

requisitos da regressão linear. O valor Durbin-Watson de 2,04 permitiu verificar o pressuposto de independência dos dados coletados. A ausência de *outliers* foi verificada por meio do teste da distância de Cook, obtendo-se o valor médio de 0,002. Os valores de tolerância foram, para a variável raça/cor, 0,979; para classe social, 0,986; e, para idade, 0,984, indicando ausência de multicolinearidade (alta correlação entre as variáveis independentes) nas três variáveis investigadas. A variância explicada para o modelo de regressão múltipla foi de 19,7% (R^2ajustado = 0,197), indicando que, para pelo menos 1/5 dos professores participantes, a raça/cor e a classe social assimilam o respeito como uma importante atitude em relação ao dinheiro. Quem tem dinheiro projeta-se melhor na sociedade, assume posições de comando, tem *status* e posição social e obtém respeito entre as pessoas.

Não foi encontrada diferença significativa quanto ao gênero, idade e etapa de atuação dos professores. As variáveis sociodemográficas raça/cor e classe social foram preditoras do respeito, como pode ser visto na Tabela 3.

Tabela 3 - Parâmetros do modelo real da regressão linear múltipla: preditores sociodemográficos versus atitudes em relação ao dinheiro – fator respeito

Preditor	Estimativa Beta*	t	p	Estimativa Padronizada**	95% IC	
					inferior	superior
Intercept [a]	1.74215	7.062	< .001			
raça_cor:						
Negro/Branco	0.23418	1.914	0.058	0.4293	0.0140	0.8727
Pardo/Branco	0.54045	6.024	< .001	0.9908	0.6657	1.3160
Classe social						
D – E	0.10211	0.609	0.544	0.1872	0.4205	0.7949
C – E	0.08273	0.515	0.607	0.1517	0.4302	0.7336
B – E	0.26354	1.297	0.197	0.4832	0.2532	1.2196
A – E	0.72317	2.471	0.015	1.3258	0.2651	2.3866
Idade	0.00489	1.003	0.318	-0.0750	0.2230	0.0729

Fonte: Elaboração própria.
Nota: *Corresponde ao coeficiente angular beta. **Corresponde ao coeficiente angular beta padronizado.

A percepção de respeito da classe A em comparação com a classe E tem um coeficiente angular β (beta) 0,723; p = 0,015, o que indica que, para a classe A, a ideia de respeito associado ao dinheiro é 0,72 vezes, em média, mais importante do que para a classe E. Os professores pertencentes à classe A entendem que, para ser respeitado na sociedade e no grupo e alcançar maior projeção social, é necessário ter dinheiro. Para as pessoas da classe A, o respeito está fortemente associado à posse do dinheiro. A classe social mostrou-se preditora das atitudes em relação ao respeito, com um valor preditivo importante.

A etnia foi outra variável preditora do respeito: para os pardos, o coeficiente angular β (beta) é 0,54; p<0,001, o que indica que os professores pardos são 0,53 vezes mais sensíveis à relação entre ter dinheiro e ser respeitado. A razão de média entre negro/branco e pardo/branco é 2,3 maior para pardos;

ou seja, para os pardos, é 2,3 vezes mais importante ter dinheiro para garantir o respeito dos outros. Para os professores pardos, o respeito advindo da posse do dinheiro promove a possibilidade de maior *status* e influência social, eles têm crenças de que as pessoas que têm dinheiro obtêm melhor posição social e *status* entre os pares. O respeito se mostrou mais importante nas atitudes frente ao dinheiro para os pardos do que para os brancos.

Ao realizar a interação da idade com o fator respeito e a etnia, verificou-se que a relação do respeito com o dinheiro é maior entre pardos, negros e brancos respectivamente. Quanto mais jovem o indivíduo, maior a associação entre a idade e o respeito, especialmente entre os pardos, mas a associação vai diminuindo com o passar do tempo. À medida que a idade aumenta, a ideia do respeito associado à posse do dinheiro diminui nas três etnias.

A fim de averiguar os preditores do fator poder, procedeu-se à regressão linear múltipla com as variáveis cidade em que reside e raça/cor, variáveis com diferença significativa, conforme pode ser verificado na Tabela 4. Para esse modelo, o teste de Durbin-Watson foi de 2,24, e a ausência de *outliers* foi 0,004. Os valores de tolerância para as variáveis cidade, raça/cor e idade foram superiores a 0,9, o que indica ausência de multicolinearidade.

A variância explicada foi de 5,9% (R^2ajustado = 0,097). Embora seja um índice baixo, é simbólico esse resultado, mediante a análise das variáveis raça/cor e cidade em que residem os professores.

Tabela 4 - Parâmetros do modelo real da regressão linear múltipla: preditores sociodemográficos versus atitudes em relação ao dinheiro – fator poder

Preditores	Estimativa (beta)*	SE	t	p	Estimativa Padronizada **	95% IC	
						inferior	superior
Intercept [a]	2.63735	0.20465	12.89	< .001			
Cidade:							
Goiânia/Formosa	0.10841	0.10754	1.01	0.315	0.239	0.22931	0.7065
Cavalcante/Formosa	0.50364	0.18916	2.66	0.009	1.109	0.28548	1.9316
Entorno D/Formosa	0.21619	0.10750	2.01	0.046	0.476	0.00811	0.9436
Cavalcante/Goiânia	0,39523	0,17726	2,23	0,027	0,870	0,0897	1,6412
Raça/cor:							
Branco – Pardo	0.09777	0.08173	1.20	0.234	0.215	0.14043	0.5708
Negro – Pardo	0.21290	0.10291	2.07	0.040	0.469	0.02082	0.9164
Idade	-0.00679	0.00436	-1.56	0.122	-0.125	0.28413	0.0337

Fonte: Elaboração própria.
Nota: *Corresponde ao coeficiente angular b. **Corresponde ao coeficiente angular b padronizado.

Quanto aos preditores de poder, verifica-se que os professores da cidade de Cavalcante-GO têm uma percepção do poder mais sensível que os professores de Formosa-GO: o coeficiente angular β (beta) = 0,503; p<0,009 indica que os professores de Cavalcante-GO têm 0,50 vezes mais percepção de poder advindo da posse do dinheiro que os professores de Formosa-GO. A diferença entre Cavalcante-GO e Goiânia-GO é menor, mas ainda significativa, com coeficiente angular β (beta) p<0,027 indicando

que os professores de Cavalcante-GO têm 0,39 vezes mais crenças no dinheiro como fonte de poder que os professores de Goiânia-GO. Permanece a crença dos professores da Chapada dos Veadeiros-GO de que o dinheiro é uma fonte de poder que pode predispor situações de comando, relações de poder e *status* social. Para os moradores da cidade de Cavalcante-GO, o dinheiro é visto como um elemento que agrega poder e domínio para aqueles que o possuem, assim as pessoas endinheiradas assumem posições de comando sobre os demais.

Outra comunidade de professores que teve significância foi a formada por professores do entorno-DF e de Formosa, com o β (beta) = 0,216; p<0,046, o que indica que os professores moradores do entorno-DF têm 0,21 vezes mais percepção do poder do dinheiro que os professores de Formosa-GO.

A raça/cor foi a outra variável com significância preditora da variável poder: para os professores negros e pardos, o β (beta) foi de 0,212; p<0,040, o que indica que o poder é percebido 0,21 vezes em média mais presente na vida dos professores negros que dos professores pardos. Os negros sentem-se mais seduzidos pelo poder do dinheiro que os pardos e os brancos. Professores da cidade de Cavalcante e negros são fortemente impactados pelo poder e suas representações. Não foi encontrada diferença significativa quanto às demais variáveis, como gênero, etapa de atuação dos professores, classe social, ou idade.

Ao realizar a interação da idade com o fator poder e a cidade em que reside, verificou-se que a relação do poder com o dinheiro é maior entre moradores de Cavalcante-GO, entorno do DF, Goiânia-GO e Formosa-GO respectivamente. Quanto mais jovem o indivíduo, maior a associação entre a idade e o poder, especialmente entre os moradores de Cavalcante-GO, mas a associação vai diminuindo com o passar do tempo. À medida que a idade aumenta, a ideia do poder associado à posse do dinheiro diminui entre os residentes das três cidades e os moradores do entorno do DF. A idade, nas duas dimensões analisadas, poder e respeito, não teve diferença significativa.

DISCUSSÃO

Em relação aos resultados gerais, a pontuação da escala utilizada indicou que poder e respeito seriam as tendências mais fortes apresentadas pelo grupo de professores em relação ao dinheiro. Verifica-se uma alta valorização do dinheiro como forma de acesso ao respeito e ao poder. Essa valorização excede as propriedades funcionais do dinheiro, como meio de troca para acesso a bens e serviços, e denota uma atribuição de significado ligado a referenciais de prestígio, posição social e *status*, que influenciam na construção da identidade individual e hábitos materialistas (DENEGRI CORIA *et al*., 2010).

Chama a atenção, nesta investigação, a ausência de efeito preditivo de gênero sobre as atitudes em relação ao dinheiro. Infere-se uma forte similaridade nas atitudes de professores independentemente do gênero, homens e mulheres são igualmente atraídos pelo consumo com desejos de felicidade, respeito e poder. Esses resultados diferem de alguns estudos anteriores, como os de Denegri *et al*. (2012), com jovens universitários; Denegri Coria *et al*. (2021), com adolescentes do Equador e Chile; Queiroz *et al*. (2023), com adolescentes; Quintano-Mendez *et al*. (2023), com estudantes universitários; e Denegri Coria *et al*. (2011), com professores em exercício e estudantes universitários. No estudo de Denegri Coria *et al*. (2021), com 799 adolescentes com idade entre 14 e 17 anos, foi encontrada diferença significativa por gênero, observando-se que os homens valorizam mais que as mulheres o *status* promovido pelo poder e a felicidade pessoal que o dinheiro proporciona. A investigação brasileira de Queiroz *et al*. (2023), com adolescentes, também encontrou diferença significativa quanto ao gênero nas dimensões poder e felicidade. Outro estudo importante, de Quintano-Mendez *et al*. (2023), com estudantes universitários constatou que as mulheres são mais propensas a compras compulsivas. Denegri Coria *et al*. (2011) destacaram na pesquisa com professores em exercício e estudantes universitários que as mulheres são mais impulsivas. Contudo, as mulheres professoras de nossa investigação têm simultaneamente atitudes de compras compulsivas e atitudes mais racionais frente ao consumo, indicando um comportamento ambivalente.

Características sociodemográficas, personalidade e inteligência emocional influenciaram de maneira distinta as dimensões da alfabetização financeira de estudantes do ensino superior de universidade pública no Pará (BRITO; SILVA 2024). Verificou-se que variáveis como sexo, renda, idade, inteligência emocional social, conscienciosidade, amabilidade e extroversão exerceram impacto significativo nos níveis de alfabetização financeira dos participantes.

A amostra foi bastante diversificada quanto à etapa de atuação nos diferentes níveis da educação básica. Observou-se que professores de educação infantil, ensino médio e especialistas da educação têm atitudes similares quanto à forma como agem diante da posse do dinheiro. Estudo de Pontes e Penalõza (2023), com 924 adultos, mostrou que o nível socioeconômico não impactou o endividamento, mas impactou as atitudes econômicas como impulsividade, compulsividade e hedonismo. Os autores inferiram que esse pode ser um indício de que o comportamento interfere nas atitudes em relação ao dinheiro, assim como hábitos e sentimentos influenciam nas decisões de consumo.

Apenas duas dimensões apresentaram diferenças significativas: poder e respeito, e essas diferenças concentraram-se nas variáveis cidade em que residem, classe social e etnia dos professores. A diferença com relação à cidade chama a atenção nesta investigação. A cidade de Cavalcante-GO tem características próprias e peculiaridades em relação às cidades de Formosa-GO, Goiânia-GO e entorno

do DF. Ela é uma cidade pequena, com 9.586 habitantes (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE, 2022), tem incidência de pobreza de 49,18%, pobreza subjetiva de 53,81% e índice de GINI de 0,45 (IBGE, 2023). É a única cidade de Goiás com a maioria da população, 57%, composta por quilombolas.

Cavalcante, cidade localizada na região Nordeste do Estado de Goiás, surgiu no século XVIII na esteira da mineração, após ser descoberto ouro em seus rios. Com o declínio do ouro, o município passou a se dedicar a atividades como agricultura e pecuária. Possui uma economia estagnada, em que a exploração agrícola é de subsistência, apresentando baixos índices de produtividade, e a pecuária é, basicamente, de corte, predominando a criação extensiva. O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) dessa cidade é inferior a 0,62, o que a classifica como pertencente ao "corredor da miséria", alcunha popularizada devido às inúmeras dificuldades pelas quais passa a população. Ainda com essa denominação pouco feliz, essa região detém as maiores riquezas naturais do estado e faz parte do patrimônio ambiental e cultural do Goiás.

O município de Cavalcante, juntamente com outras pequenas cidades, abriga a comunidade Kalunga. Como destacam Bessa e Guedes (2020, p. 210), "O povo Kalunga é formado por descendentes dos primeiros quilombolas e de pessoas que se fixaram na região ao longo dos séculos. Estes passaram a viver em relativo isolamento, construindo para si uma identidade e uma cultura própria". A cidade de Cavalcante está encravada na Chapada dos Veadeiros, um local de difícil acesso, com serras, morros, encostas íngremes, caminhos estreitos, muitas curvas e paredões de pedra. Esse é um local que sofre constantemente ameaça e invasão por mineradores, fazendeiros, grileiros, centrais hidrelétricas e representantes de agronegócio na busca por território para novos empreendimentos. O povo Kalunga de Cavalcante e cercanias, grupo afro-brasileiro marcado pelo preconceito, pela discriminação e pela falta de oportunidades (BESSA; GUEDES 2020), tem se engajado numa luta por reconhecimento identitário, visando à regulamentação do secular território e do modo de vida próprio. Essa comunidade caracteriza-se pela resistência e resiliência e luta para manter sua identidade e cultura diante os avanços do consumo.

Com renda média mensal de 2,1 salários-mínimos (IBGE, 2023), os professores da cidade de Cavalcante associam fortemente a posse do dinheiro à relação de poder e *status* social, diferentemente dos professores de Goiânia e Formosa. Eles se mostraram mais sensíveis à percepção de que o poder advindo da posse do dinheiro pode delegar posições de comando e *status* social. É possível que essa valorização do dinheiro como fonte de poder e prestígio ultrapasse a funcionalidade do dinheiro como mecanismo de acesso a bens e serviços, o dinheiro e o consumo seriam formas de acesso ao símbolo de poder. Estudos de Denegri *et al*. (2012) encontraram resultados similares com estudantes universitários

do Chile. Em investigação com 1.216 participantes, os autores concluíram que, mesmo diante de atitudes racionais de compra, foi verificada uma alta valorização do dinheiro como forma de acesso à liberdade e ao poder. Esse tipo de valorização pode afetar a construção da identidade das pessoas.

Em estudo com adolescentes com idade entre 15 e 19 anos, utilizando a escala de atitudes frente ao dinheiro, Queiroz *et al*. (2023) encontraram diferença significativa entre gênero, nível socioeconômico e etnia em relação ao fator felicidade, os adolescentes entendem que o dinheiro pode ser uma fonte de acesso à felicidade e bem-estar. Conforme nosso estudo os resultados entre professores e adolescentes são diferentes.

É possível que as peculiaridades da comunidade, a localização, a história de lutas contra escravidão e pobreza, o legado da herança quilombola e a luta por uma identidade própria tenham influenciado o pensamento dos professores quanto às relações de poder e respeito. Bessa *et al*. (2021) destacam que os povos quilombolas são culturalmente diferenciados, possuem formas distintas de organização social, ocupam o território e usam recursos naturais para produção econômica, utilizando inovações e práticas geradas e transmitidas pela tradição, mas continuam invisíveis para a maioria das políticas públicas no Brasil. A existência dessa comunidade significa uma luta constante contra o estigma da exclusão e do abandono, o que pode favorecer uma visão diferente das representações de poder e respeito que o dinheiro pode ou não promover.

Juntamente com cidade em que residem, a outra variável com diferença significativa no fator respeito foi raça/cor dos participantes. Para os professores pardos, coexiste uma relação entre a posse do dinheiro e o reconhecimento social, o *status* e o respeito. Quanto mais dinheiro possui o indivíduo, mais ele é respeitado pelo grupo. Os professores de etnia parda têm uma visão positiva de poder social e tendem a perceber o dinheiro como um indicador de poder e *status* social. De certa forma, o dinheiro está relacionado à realização pessoal e à formação da identidade, assim como sugere a possibilidade de um padrão mais elevado de consumo e aspirações ao qual o indivíduo vai se ajustando. Esses resultados são corroborados por estudos já realizados por Melo (2018); Castellanos Alvarenga *et al*. (2020); Denegri Coria *et al*. (2021); Queiroz *et al*. (2023) e outros.

Ao analisar o possível efeito da etnia sobre as atitudes em relação ao dinheiro, é importante entender o processo de constituição da população brasileira. No Brasil, a população negra/parda está na base da pirâmide social, por exemplo: dos 33% de brasileiros que vivem na extrema pobreza, 70,8% são negros e pardos; 68,6% dos cargos gerenciais são ocupados por brancos e 29,9% são ocupados por negros e pardos. Além disso, quanto à renda, há uma alta discrepância salarial: o rendimento médio mensal de pessoas brancas no Brasil é de R$2.796 e a renda média mensal de pessoas negras e pardas é de R$1.608, ou seja, uma diferença de R$1.188 (IBGE, 2018).

Quase 400 anos já se passaram, na história do Brasil, desde que pessoas negras e pardas foram escravizadas com o objetivo de prover mão de obra para a colônia na monocultura de cana de açúcar e café, na extração do ouro e em outras atividades econômicas. Somente no ano de 1888 veio a abolição. Essa cosmovisão das relações entre branco colonizador que escraviza e negro escravizado não se dirime de um dia por outro. As relações sociais seguem pautadas na inferiorização da pessoa negra/parda, e sua cultura, sua religião e suas formas de viver continuam sendo estigmatizadas (KILOMBA, 2019). A imagem de pessoas negras/pardas continua associada ao crime e ao ócio, com penalização de suas práticas religiosas e culturais (FERNANDES, 2008). O processo de exclusão da cidadania, do consumo e do pertencimento político da população negra/parda se perpetua no discurso de que pessoas negras e pardas estão associadas à violência e, por isso, devem ser temidas (VARGAS, 2017).

As condições de manutenção do racismo estrutural mantêm-se no mito da democracia racial (BAGGIO *et al*., 2019). A sociedade permanece estruturada no racismo, no classismo e no machismo, e, como nos diz Santos (2019), é necessário lutar contra o capitalismo, o colonialismo e o patriarcado, que produziram pessoas invisíveis, inferiores, perigosas, descartáveis ou ameaçadoras bem como restringiram a existência (promovendo invisibilidade, irrelevância) de grupos sociais e de modos de vida social rotulados de ignorantes, primitivos, inferiores, locais ou improdutivos. Nas palavras de Cesar (2023, p. 2), "A transição da escravização para o trabalho livre teve preço, que ainda é pago por meio da política de encarceramento e de morte [...] pelo estado brasileiro e suas instituições contra a população negra".

Tal contexto histórico continua fortemente influenciando as relações de classe social e etnia mesmo no século XXI, o que torna possível que professores de etnia branca perpetuem as ideias de que o não branco pode ser uma ameaça e de que é necessário impor respeito e projeção social pela posse do dinheiro. A maioria dos participantes são das classes C e D, mas a diferença significativa se concentrou entre a classe A e E, pela estimativa padronizada (Tabela 3) essa é uma variável preditora das atitudes dos professores em relação ao dinheiro. O racismo estrutural está fortemente relacionado à classe social, como esclarecem Eurico *et al*. (2021, p. 88): "[...] as desigualdades de classe estão fundamentalmente entrelaçadas às étnico-raciais e também de gênero, visto que a todo momento a dinâmica do capital reatualiza nossa herança escravocrata, colonialista e heteropatriarcal".

A outra variável que se apresentou como preditora das atitudes em relação ao dinheiro foi a etnia. professores de etnia negra/parda inferem que pessoas que têm dinheiro obtêm uma melhor posição social e *status* entre os pares. O dinheiro, para esse grupo de professores que são descendentes de pessoas escravizadas, é uma possibilidade de respeito e projeção social que nunca tiveram na sociedade.

A idade, embora seja uma importante variável nas atitudes frente ao dinheiro, nesta investigação, não apresentou diferença significativa, apesar de os indicadores mostraram uma tênue associação: quanto mais velho o professor, mais ele se torna indiferente ao poder e ao respeito. Os professores pardos se destacaram em relação aos brancos e negros, mas, à medida que a idade aumenta, a importância do respeito nos três grupos étnicos diminui, o que também pode ser verificado quanto ao poder e à cidade em que os professores residem. Os moradores de Cavalcante são os mais sensíveis à relação de poder, mas, à medida que a idade aumenta, a importância do poder diminui nos quatro grupos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora sem a intenção, esta investigação, com o objetivo de investigar as atitudes em relação ao dinheiro de professores da educação básica, desvelou a ferida do racismo e o ódio de classe (SOUZA, 2019) tão marcadamente e veladamente presentes na sociedade brasileira.

As tendências mais evidentes apresentadas pelos professores em relação ao dinheiro foram as dimensões poder e respeito. O dinheiro é valorizado como forma de obter poder e respeito, mas não por toda a comunidade de professores. Somente os professores moradores da cidade de Cavalcante de etnia negra/parda se mostraram sensíveis às relações de poder, eles associam fortemente a posse do dinheiro à relação de poder e *status* social, diferentemente dos professores de Goiânia, Formosa e entorno do DF, que o fazem em proporção menor. Os moradores da cidade de Cavalcante têm crença de que o poder advindo do dinheiro pode estar relacionado a uma posição de *status*, posição social e poder de um grupo sobre o outro.

O respeito mostrou-se importante para os professores de etnia negra/parda, esse grupo entende que o dinheiro pode agregar respeito entre pares e promove maior projeção social.

Pelo exposto e pelas correlações encontradas entre respeito e poder, infere-se uma alta valorização positiva do dinheiro e do consumo como forma para acessar os símbolos materiais de respeito e poder.

Os resultados desta investigação nos instigam a pensar o futuro das próximas gerações e o papel dos professores. Os professores não são apenas mediadores na construção do conhecimento, mas também modelam valores, percepções e atitudes, tornando-se os segundos agentes de socialização econômica de seus alunos depois da família. Ações formativas, reflexão interdisciplinar e discussões pedagógicas, com vistas a ampliar o tempo dedicado à formação continuada, nessa perspectiva da educação econômica e financeira e em outras áreas do conhecimento, poderiam promover um clima de

confiança e colaboração e o emprego de inovações (DAVIS *et al*., 2013). Essa perspectiva considera vital analisar e contextualizar esses antecedentes na formação inicial e continuada dos professores da educação básica.

Os resultados mostram a necessidade de formar cidadãos conscientes e responsáveis, que sejam capazes de gerar espaços para o desenvolvimento sustentável no nível tanto individual quanto social. Para tanto, torna-se necessário incluir conteúdos de alfabetização econômica e consumo consciente na formação inicial e continuada de professores, considerando seu papel na formação das novas gerações e seu efeito modelador no comportamento de seus estudantes.

REFERÊNCIAS

ABEP - Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa. **Critério de Classificação Econômica Brasil**. São Paulo: ABEP, 2021. Disponível em: <www.abep.org> Acesso em: 24/03/2024.

ARIAS LAGOS, L. *et al*. "Definición de consumo de hombres universitarios: Exploración desde las redes semánticas naturales". **Interdisciplinaria**, vol. 39, n. 1, 2022.

BAGGIO, R. C. *et al*. "Raça e biopolítica na América Latina: os limites do direito penal no enfrentamento ao racismo estrutural". **Revista Direito e Práxis**, vol. 10, n. 3, 2019.

BARROS BUSTOS, S. *et al*. "Consumo, actitudes hacia el endeudamiento, materialismo e influencia de pares en adolescentes rurales del sur de Chile". **Interdisciplinaria**, vol. 36, n. 1, 2019.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Editora Elfos, 2019.

BESSA, S. *et al*. "Estudantes de licenciatura e a diversidade cultural e epistêmica dos quilombolas do vão do moleque". **Educação em Debate**, vol. 43, n. 84, 2021.

BESSA, S.; GUEDES C. "Universidade brasileira e epistemologias descolonizadas: uma experiência de ensino com uma comunidade no estado de Goiás, Brasil". **Revista Interfaces da Educação**, vol. 11, n. 33, 2020.

BRITO, K. C. B.; SILVA, A. C. M. "Personalidade e inteligência emocional na alfabetização financeira de estudantes de uma universidade na região norte. **Boletim de Conjuntura (BOCA**), vol. 17, n. 51, 2024.

CAMPOS MONTEIRO, D. *et al*. "Attitudes towards money and motivational orientation to work in Brazilian young Workers". **Contaduría y Administración**, vol. 60, n. 1, 2015.

CASTELLANOS ALVARENGA, L. M. *et al*. "Adolescentes chilenos: compra, valores materiales y satisfacción con la vida". **Revista Electrónica de Investigación Educativa**, vol. 22, n. 4, 2020.

CASTELLANOS, L.; SEPÚLVEDA, J.; DENEGRI, M. "Análisis teórico de la relación entre estilos de compra, valores materiales y satisfacción con la vida en la adolescência". **Revista de Psicología y Ciencias del Comportamiento de la U.A.C.J.S.**, vol. 7, n. 1, 2016.

CESAR, T. C. “Política criminal e punitivismo racial”. **Boletim Ibccrim**, vol. 31, n. 364, 2023.

CHATTERJEE, C; KESWANI, T; GRUPTA, S. “Money Attitudes of Indian Adults: An Exploratory Study”. **SSRN** [2018]. Disponível em: <www.ssrn.com> acesso em 05/05/2024.

DAVIS, C. L. F. *et al*. “Formação continuada de professores em alguns estados e municípios do Brasil”. **Cadernos de Pesquisa**, vol. 41, n. 144, 2013.

DE LA ROSA, W.; TULLLY, S. M. “The Impact of Payment Frequency on Consumer Spending and Subjective Wealth Perceptions”. **Journal of Consumer Research**, vol. 48, n. 6, 2022.

DENEGRI CORIA, M. *et al*. “Actitudes hacia la Compra y el Consumo de estudiantes de Pedagogía y profesores en ejercicio en Chile”. **Psicología desde el Caribe**, vol. 28, 2011

DENEGRI, M. *et al*. “Actitudes hacia el endeudamiento en adolescentes de educación municipal y particular subvencionada de la ciudad de Temuco”. **Educación y Humanidades**, vol. 2, n. 1, 2010.

DENEGRI, M. *et al*. “Relaciones entre las escalas de actitudes hacia el dinero y la compra: un estudio en Estudiantes de Pedagogía de Chile”. **Revista Interamericana de Psicología**, vol. 46, n. 2, 2012.

DENEGRI, M., *et al*. “Estilos de consumo, actitudes hacia el dinero, y materialismo en adolescentes chilenos y ecuatorianos”. **Perfiles Latinoamericanos**, vol. 29, n. 58, 2021.

EURICO, M.; GONÇALVES, R.; FORNAZIER, T. “Racismo e novo pacto da branquitude em tempos de pandemia: desafios para o Serviço Social”. **Serviço Social e Sociedade**, vol. 140, 2021.

FERMIANO, B. M. “Psicologia econômica: da estranheza à compreensão”. *In*: BESSA, S.; FERMIANO B. M. (orgs.). **Educação econômica e para o consumo**. Curitiba: Editora Aprris, 2019.

FERNANDES, F. **A integração do negro na sociedade de classes**. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2008.

FIELD, A. **Descobrindo a estatística usando o SPSS**. Porto Alegre: Editora Artmed. 2021.

FLORES, S. A. M. **Modelagem de equações estruturais aplicada à propensão ao endividamento**: uma análise de fatores comportamentais (Dissertação de Mestrado em Administração). Santa Maria: UFSM, 2012.

GONZALES-LOPES, F. “Society against markets: The commodification of money and the repudiation of debt”. **Sociologia e Antropologia**, vol. 11, n. 1, 2021.

HAIR, J. F.*et al*. **Multivariate Data Analysis**. London: Cengage Learning, 2019.

HENCHOZ, C.; COSTE, T.; WERNLI, B. “Culture, money attitudes and economic outcomes”. **Swiss Journal of Economics and Statistics**, vol. 155, 2019.

HOETORO, A. “The relationship between love of money, Islamic religiosity and life satisfaction: A Muslim´s perspective”. **Iqtishadia**, vol. 13, n. 1, 2020.

HOUSEL, M. **The Psychology of Money**: Timeless lessons on wealth, greed, and happiness Paperback. London: Harriman House, 2023.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades - População no último censo**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: < www.ibge.gov.br> Acesso em: 24/03/2024.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Desigualdades Sociais por cor ou raça no Brasil**. Rio de Janeiro: IBGE, 2018. Disponível em: <www.ibge.gov.br> Acesso em: 24/03/2024.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Mapa da pobreza e desigualdade**. Rio de Janeiro: IBGE, 2023. Disponível em: <www.ibge.gov.br> Acesso em: 24/03/2024.

JÁNOS, D.; ÁGNES, H. "A materializmus, boldogság, siker és él¬ményfogyasztás összefüggéseinek vizsgálata tinédzserek köré¬ben. Vezetéstudomány". **Budapest Management Review**, vol. 51, 2020.

KILOMBA, G. **Memórias da plantação**: episódios de racismo cotidiano. Rio de Janeiro: Editora Cobogó. 2019.

LUNARDI, C. **Diferentes formas de ver o dinheiro**: a ótica dos jovens que vem estudar em Santa Maria (Dissertação de Mestrado em Administração). Santa Maria UFSM, 2012.

MASLOW, A. "A theory of human motivation". **Psychological Review**, vol. 50, n. 4, 1943.

MELO, W. C. C. **As relações entre materialismo, influência dos pares, atitudes frente ao dinheiro e a incidência em satisfação com a vida nos jovens de 14 a 16 anos** (Dissertação Mestrado em administração). Fortaleza, UFC, 2018.

MOREIRA, A. D. S. "Dinheiro no Brasil: um estudo comparativo do significado do dinheiro entre as regiões geográficas brasileiras". **Estudos de Psicologia**, vol. 7, n. 2, 2002.

OLIVEIRA, S. F. "Influence of behavioral factors on the propensity for indebtedness of university students". **Revista de Administração da UFSM**, vol. 13, n. 4, 2020.

PEIC - Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor. "Endividamento da população brasileira". **PEIC** [2023]. Disponível em: <www.serasa.com.br>. Acesso em: 24/03/2024.

PILCH, I.; GÓRNIK-DUROSE, M. "Grandiose and vulnerable narcissism, materialism, money attitudes, and consumption preferences". **Journal of Psychology**, vol. 152, n. 2, 2017.

PIMENTEL, C. E. *et al*. "Escala de atitudes frente ao dinheiro (MAS): teste de modelos e poder preditivo". **Revista Interamericana de Psicología**, vol. 46, n. 2, 2012.

PONTES, M. D. M.; PENALÔZA, V. "Alfabetização econômica e endividamento: quando hábitos superam o conhecimento". **Revista Econômica do Nordeste**, vol. 54, n. 3, 2023.

QUEIROZ, P. P. N.; BESSA, S.; MODESTO, J. G. "Atitudes em relação ao dinheiro e estilos de consumo de estudantes do ensino médio de cidade do centro oeste brasileiro". **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, vol. 15, n. 44, 2023.

QUINTANO-MENDEZ, F. *et al*. "Caracterización de la identidad digital en estudiantes chilenos de ciencias de la salud. Un estudio de caso según género". **Interdisciplinaria**, vol. 40, n. 1, 2023.

SANTOS, B. S. **O fim do império cognitivo**: a afirmação das epistemologias do sul. São Paulo: Editora Autêntica, 2019.

SESINI, G.; LOZZA, E. "Understanding Individual Attitude to Money: A Systematic Scoping". **Collabra: Psychology**, vol. 9, n. 1, 2023.

SHPERLIN, A. V.; PLOTNIKOV, S. G.; MAYBORODINA, N. V. "Psychological analysis of the relationship of monetary installations and strategies of a person financial behavior". **Professional Education in the Modern World**, vol. 10, no 4, 2020.

SIMKIV, M. "Money attitude of Ukrainian young people: socio-demographic aspect". **Journal of Education Culture and Society**", vol. 4, n. 2, 2020.

SOUZA, J. "O que significa Bolsonaro no poder". **Brasil de Fato** [2019]. Disponível em: <www.brasildefato.com.br> Acesso em: 24/03/2024.

TANG, T. L. P.; TANG, D. S-H.; LUNA-AROCAS, R. "Money profiles: The love of Money, attitudes, and needs". **Personal Review**, vol. 34, n. 5, 2005.

TRINDADE, L. D. L. **Determinantes da propensão ao endividamento**: um estudo nas mulheres da mesorregião centro ocidental rio-grandense (Dissertação de Mestrado em Administração). Santa Maria: UFSM, 2009.

VARGAS, J. "Por uma mudança de paradigma: antinegritude e antagonismo estrutural". **Revista de Ciências Sociais**, vol. 48, n. 2, 2017.

YU, H.; ZHANG, R.; LIU., B. "Analysis on consumer's purchase and shopping well-being in online shopping carnivals with two motivational dimensions". **Sustainability**, vol. 10, n. 12, 2018.



BOLETIM DE CONJUNTURA (BOCA)

Ano VI | Volume 18 | Nº 52 | Boa Vista |2024

http://www.ioles.com.br/boca

Editor chefe:

Elói Martins Senhoras

Conselho Editorial

Antonio Ozai da Silva, Universidade Estadual de Maringá

Vitor Stuart Gabriel de Pieri, Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Charles Pennaforte, Universidade Federal de Pelotas

Elói Martins Senhoras, Universidade Federal de Roraima

Julio Burdman, Universidad de Buenos Aires, Argentina

Patrícia Nasser de Carvalho, Universidade Federal de Minas Gerais

Conselho Científico

Claudete de Castro Silva Vitte, Universidade Estadual de Campinas

Fabiano de Araújo Moreira, Universidade de São Paulo

Flávia Carolina de Resende Fagundes, Universidade Feevale

Hudson do Vale de Oliveira, Instituto Federal de Roraima

Laodicéia Amorim Weersma, Universidade de Fortaleza

Marcos Antônio Fávaro Martins, Universidade Paulista

Marcos Leandro Mondardo, Universidade Federal da Grande Dourados

Reinaldo Miranda de Sá Teles, Universidade de São Paulo

Rozane Pereira Ignácio, Universidade Estadual de Roraima