

A relação entre dinheiro e materialismo no contexto de professores da educação básica¹

DOI: <https://doi.org/10.33871/23594381.2025.23.2.9690>

Sônia Bessa² Eliane Giachetto Saravali³, Elton Anderson de Castro⁴, Maria Belintane Fermiano⁵, Cristiano de Souza Guedes⁶

Resumo: Essa é uma investigação com o objetivo de averiguar a associação entre atitudes em relação ao dinheiro e o comportamento materialista em professores da educação básica. Foi constituída amostra com 153 participantes de ambos os sexos com idade média de 42,9 anos, residentes em quatro regiões do Estado de Goiás. As atitudes em relação ao dinheiro foram levantadas a partir da utilização de uma escala de atitudes em relação ao dinheiro composta por 17 itens e quatro dimensões (felicidade, poder, respeito e influência negativa). Para averiguar o materialismo, foi utilizada a escala de materialismo composta por 10 itens que refletem diferentes valores materialistas. A análise incluiu as análises descritivas de medidas independentes e a correlação de Pearson para explorar os dados e possíveis associações entre variáveis. Os resultados mostraram correlações e diferenças significativas por etnia e domicílio dos professores. Verificou-se valorização do dinheiro como símbolo de felicidade, poder e respeito e uma elevada associação entre essa valorização e o materialismo, bem como um perfil específico no caso dos professores da cidade de Cavalcante-GO face às dimensões de poder e respeito.

Palavras-chave: educação, racismo, felicidade, materialismo.

The Relationship between Money and Materialism in the Context of Primary Education Teachers

Abstract: This investigation aims to examine the association between attitudes towards money and materialistic behavior in primary education teachers. A sample of 153 participants of both sexes, with an average age of 42.9 years, residing in four regions of the state of Goiás, was used. Attitudes towards money were assessed using a scale composed of 17 items and four dimensions (happiness, power, respect, and negative influence). To assess materialism, a materialism scale composed of 10 items reflecting different materialistic values was used. The analyses included descriptive analyses of independent measures and Pearson's correlation to explore the data and possible associations between variables. The results showed significant correlations and differences by ethnicity and residence of the teachers. Money was valued as a symbol of happiness, power, and respect, with a high association between these values and materialism, as well as a specific profile in the case of teachers from the city of Cavalcante-GO, regarding the dimensions of power and respect.

¹ Este trabalho contou com apoio financeiro do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), processo nº 404566/2021-9

² Doutora em Educação pela Universidade Estadual de Campinas-UNICAMP. Docente da Universidade Estadual de Goiás-UEG. Email: sonia.bessa@ueg.br Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9857-6523>

³ Doutora em Educação pela Universidade Estadual de Campinas-UNICAMP. Docente da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho UNESP. Email: eliane.saravali@unesp.br Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1259-6027>

⁴ Doutor em Química pela Universidade de Brasília-UnB. Docente da Universidade Estadual de Goiás-UEG. Email: Elton.castro@gmail.com Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1802-912X>

⁵ Doutora em Educação pela Universidade Estadual de Campinas-UNICAMP. Docente das Faculdades Network. Email: maria.beintane@gmail.com Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6966-1996>

⁶ Doutor em Ciências da Saúde e professor associado na Universidade de Brasília. Email: c.bsb.b@gmail.com Orcid: <http://orcid.org/0000-0001-6908-2604>

Keywords: education, racism, happiness, materialism.

Introdução

Comportamentos econômicos, como comprar, poupar, investir, entre outros, constituem uma parte importante de todos os comportamentos sociais que permeiam a vida cotidiana. A maioria dos estudos sobre esses comportamentos partem da suposição de “racionalidade” no comportamento econômico, contudo esse pressuposto não consegue explicar comportamentos como superendividamento, materialismo, consumo impulsivo, consumo compulsivo e dificuldades que as pessoas têm para compreender e lidar com um sistema econômico cada vez mais complexo. A maioria dos estudos não considera a natureza sistêmica e psicológica desses comportamentos (Denegri Coria *et al.*, 2014).

Em se tratando do comportamento do consumidor, observa-se uma prevalência de estilos de consumo irrefletido, independentemente de estratos econômicos, grupos etários e gênero. A valorização excessiva do consumo se destaca como referência para a definição de identidade, tanto em nível individual como coletivo (Baudrillard, 2019). O consumo assume a constituição da identidade individual e o vínculo social entre os pares (Denegri Coria *et al.*, 2014).

O consumo entrelaça-se com vários fatores sociais, culturais e econômicos, e as interações interpessoais impactam a formação da identidade por consumo mediático, fatores demográficos e influência entre pares (Rashid; Rehman, 2023). No contexto mais amplo do consumismo, os indivíduos são frequentemente identificados pelo que consomem, refletindo uma ordem neoliberal, capitalista e globalizada que pode levar a crises identitárias (Parrey, 2022).

O impacto do consumismo e do materialismo pode conduzir a um sentido superficial do eu baseado na riqueza material e não nas qualidades internas. Esse fenômeno evidencia a complexa relação entre consumo, identidade e materialismo na sociedade moderna.

A capacidade de gerenciar finanças adequadamente, compreender como funciona a economia e desenvolver atitudes e hábitos de consumo responsáveis constitui competências para todos os membros da sociedade, especificamente professores, pelo efeito que seu comportamento tem sobre os estudantes (Fithriani *et al.*, 2021; Aryal, 2022).

Os professores desempenham um papel importante como modelos e

influenciadores na vida dos estudantes, suas atitudes em relação ao dinheiro podem impactar as percepções e os valores dos estudantes (Bastos, 2023). Assim, compreender como as atitudes dos professores impactam o materialismo dos estudantes pode orientar estratégias pedagógicas para promover valores mais sustentáveis e éticos. As disparidades relacionadas a gênero, etnia e local de residência podem ajudar a desenvolver abordagens educacionais mais inclusivas e sensíveis a essas diferenças, e contribuir para uma compreensão mais abrangente das dinâmicas na educação básica, permitindo a implementação de políticas e práticas que promovam uma educação financeira saudável e valores que transcendam o materialismo.

A partir dessa contextualização inicial, esta investigação buscou aprofundar a reflexão sobre atitudes em relação ao dinheiro e materialismo. A pesquisa tem objetivo de analisar como as atitudes de professores da educação básica em relação ao dinheiro estão associadas ao materialismo e desdobramentos dos efeitos de gênero, etnia e cidade de residência. Estudar esses aspectos oferece uma compreensão mais profunda das dinâmicas sociais e individuais relacionadas ao consumo, na perspectiva da economia, da psicologia e das ciências sociais.

Referencial teórico

O ato de consumir inclui dimensões pessoais como características de personalidade, estilo de vida pessoal e familiar, normas e valores culturais. As dimensões sociais e culturais incluem nível socioeconômico, expectativas e características do sistema político e cultural em que o indivíduo está inserido (Fermiano, 2019). As dimensões situacionais podem estar relacionadas a tamanho da família, local de residência, situações de mercado etc. As dimensões econômicas incluem percepção individual da situação econômica do país, política econômica, inflação, taxa de juros etc. Todos esses elementos podem provocar atitudes pessimistas ou otimistas que podem influir nas decisões de consumo, poupança e investimento (Denegri Coria, 2014). Stroparo (2023) chama a atenção para a hegemonia capitalista, que impõe modos de vida, rotinas e hábitos de consumo bem como atinge as pessoas em diferentes faixas etárias.

Bessa e Fermiano (2021) destacam que o consumo possui importância tanto ideológica quanto prática, é ativo, dinâmico e pode atuar como estruturador de valores que constroem identidades, regulam relações sociais e definem mapas culturais. O dinheiro é um instrumento de intercâmbio de bens e serviços estabelecido e consolidado na sociedade moderna, o que garante a sua universalidade desde o nascimento até a morte.

Em decorrência de suas muitas interfaces, o dinheiro pode ser objeto de estudo em diferentes perspectivas.

Para Moreira (2002), o dinheiro é um objeto privilegiado para estudos comparativos transculturais com contribuições relevantes para a ciência, política e economia. Não se trata apenas de uma questão econômica, mas reflete e influencia aspectos mais amplos da vida social e cultural. Denegri Coria, González Gómez e Sepúlveda Aravena (2010) destacam que a conduta do consumidor é um conjunto de ações mentais, físicas e emocionais das pessoas para selecionar o que comprar, para satisfazer necessidades e desejos. Essa definição aborda a natureza abrangente das ações dos consumidores. Isso inclui não apenas as decisões de compra em si, mas também as ações mentais, físicas e emocionais envolvidas no processo. Esse conceito destaca a complexidade do comportamento do consumidor e como ele se relaciona com a seleção de produtos para satisfazer necessidades e desejos.

As atitudes em relação ao consumo e dinheiro relacionam-se a juízos de valor emitidos pelos indivíduos, mediante diferentes condutas de compra. Isso sugere que as atitudes em relação ao dinheiro não são apenas transações financeiras, mas também estão intrinsecamente ligadas a valores pessoais e sociais (Godoy B. *et al.*, 2015).

Para Denegri-Coria *et al.* (2021), o dinheiro evoca símbolos de diferenciação social de classes e está associado com sentimentos de satisfação e felicidade. Ao comprar, os indivíduos buscam a satisfação de suas necessidades e desejos e o destaque no grupo.

Em termos conceituais e práticos, esses autores definem as atitudes em relação ao dinheiro como julgamentos avaliativos de importância material e simbólica investidos de significados e atributos que vão além de seu papel como meio de troca econômica, ele pode ser uma fonte de poder e felicidade e estar associado ao materialismo. As perspectivas destacadas consideram a complexidade das relações entre dinheiro, cultura, comportamento do consumidor e valores.

Considerando a literatura científica, destaca-se investigação de Denegri Coria *et al.* (2021), em um estudo transversal com adolescentes de dois países sul-americanos sobre estilos de consumo, atitudes em relação ao dinheiro e materialismo em jovens universitários, que constatou uma forte associação entre a posse do dinheiro e a sensação de felicidade. Com adolescentes chilenos, relacionando consumo, materialismo e satisfação com a vida, destaca-se os trabalhos de Castellanos Alvarenga, Denegri Coria e Salazar Valenzuela (2020) e de Quintano Méndez e Denegri Coria (2021), que averiguaram as atitudes frente ao endividamento hedônico em estudantes do ensino médio

de diferentes regiões do Chile. Esses são exemplos de estudos que investigaram a fusão do consumo com a identidade e a tendência a comportamento materialista e hábitos e condutas de consumo.

Os bens materiais passam a ser o grande objetivo da vida e passam a ocupar o centro de interesse das pessoas. O materialismo, ou a presença de valores materiais, é a crença de que o sucesso e a felicidade na vida dependem da posse de bens materiais, o que indica a importância e o valor que os indivíduos atribuem cada vez mais à posse de bens (Denegri Coria *et al.*, 2021). Ao tornarem-se cada vez mais materialistas, as pessoas desenvolvem atitudes frente ao dinheiro que denotam sentimentos de felicidade, respeito ou poder, mas o dinheiro também pode ser percebido como uma influência negativa que assume um papel ligado à corrupção.

Como as atitudes frente ao dinheiro têm sido objeto de estudo no campo da psicologia econômica, o materialismo tem se apresentado como opção para entender como os fenômenos econômicos são percebidos, com destaque para os trabalhos de Denegri Coria *et al.* (2021), Pontes e Penalôza (2023), dentre outros. Essas pesquisas nacionais e internacionais convergem para a hipótese de que existe uma associação entre as atitudes em relação ao dinheiro e ao materialismo. Assim, os valores materialistas de uma sociedade têm efeitos diretos sobre as tendências de consumo.

Materiais e métodos

Este estudo é de natureza descritiva, exploratória e correlacional, com aporte teórico no campo da psicologia econômica. Foi constituída amostra por conveniência com 153 professores da educação básica das seguintes regiões do Estado de Goiás (GO): 39,2% de Goiânia (capital); 17,0% de Formosa; 4,6% de Cavalcante; e 39,2% de cidades do entorno de Brasília-Distrito Federal (DF).

A média da idade dos participantes foi de 42,9 anos (DP = 8.504). O sexo feminino, com 81% da população pesquisada, sobressaiu-se em relação ao masculino, com 19%. Quanto à etnia dos participantes, 49,0% deles são pardos; 34,2%, brancos; e 16,8%, negros.

Quanto à classe social, os professores foram classificados conforme a Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP) (2021), que usa o critério de faixas de salário-mínimo: classe A – acima de 20 salários-mínimos; classe B – de 10 a 20 salários-mínimos; classe C – de 4 a 10 salários-mínimos; classe D – de 2 a 4 salários-mínimos; e classe E – até 2 salários-mínimos. A distribuição dos professores nessa classificação foi: 49,7% na

classe C; 31,4% na classe D; 9,2% na classe B; 7,2% na classe E; e 2,6% na classe A.

A maior representatividade foi de professores dos anos iniciais do ensino fundamental, com 36,6% dos participantes; seguida por anos finais do ensino fundamental, com 26,1%; ensino médio, com 19,6%; educação infantil, com 9,8%; e, por fim, uma classificação que englobou professores de cursos técnicos e período integral, com 7,8% dos participantes.

Para a coleta de dados, foram utilizadas uma ficha sociodemográfica e duas escalas tipo Likert. A escala de atitudes em relação ao dinheiro foi criada a partir de uma versão de Tang, Tang e Luna-Arocas (2005) adaptada por Denegri Coria *et al.* (2012), sendo composta por 17 itens e quatro dimensões. Os participantes assinalaram uma entre quatro opções que vão de “discordo totalmente” a “concordo totalmente”, com pontuações de 1 a 4, em que a maior pontuação está cada vez mais associada ao dinheiro.

A segunda escala, denominada escala de materialismo (Goldberg *et al.*, 2003), é composta por 10 itens que refletem diferentes valores materialistas com seis opções, escolhidas num espectro de seis pontos.

Essa investigação foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Estadual de Goiás. Os professores selecionados, contactados por *e-mail*, atendiam aos critérios de ser professor da rede pública de ensino e atuar na educação básica. Após a anuência da secretaria de educação, foram apresentados aos participantes objetivos da pesquisa, esclarecimentos acerca da participação voluntária e demais orientações para garantir privacidade, confiabilidade e sigilo das informações. Os professores que concordaram em participar assinaram o termo de consentimento livre e esclarecido digital. A coleta de dados ocorreu no segundo semestre de 2023.

Os dados coletados foram tratados por meio do *software* estatístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), versão 22.2 para *Windows*, a fim de efetuar as análises estatísticas descritiva e inferencial. A análise incluiu análises descritivas de medidas independentes, testes *Anova One Way* e correlações de Pearson para explorar os dados e possíveis associações entre variáveis. Para todos os testes estatísticos, utilizou-se como valor de referência o nível de significância de 5%.

Resultados e discussão

Para essa investigação, a escala de atitudes em relação ao dinheiro adaptada de Denegri Coria *et al.* (2012) foi submetida a uma análise fatorial a fim de averiguar a fatorabilidade. Verificou-se a existência de quatro dimensões (respeito, felicidade,

influência negativa e poder) com 69,6% da variância explicada. Essa estrutura fatorial encontrada assemelha-se à versão de Denegri Coria *et al.* (2012) com estudantes chilenos e de Queiroz, Bessa e Modesto (2023) com estudantes brasileiros. Da escala de atitudes em relação ao dinheiro emergem quatro fatores: 1) “respeito”, suscita crenças de que o dinheiro permite uma relação de *status* e respeito social entre as pessoas, assim pessoas com mais recursos financeiros são vistas como mais respeitáveis na sociedade; 2) “poder”, dimensão relacionada à ideia de que o dinheiro traz liberdade e confere poder, criando uma dinâmica de comando nas relações sociais, o dinheiro proporciona uma vantagem em termos de influência e controle sobre situações e outras pessoas; 3) “felicidade”, indica a possibilidade de o dinheiro agregar a sensação de felicidade e bem-estar, a posse de recursos financeiros é vista como um meio de alcançar conforto, segurança e felicidade; 4) “influência negativa”, associa o dinheiro a uma influência negativa, levando a mudanças prejudiciais, como corrupção. A relação entre essas quatro dimensões do dinheiro é complexa e multifacetada, influenciada por experiências de vida, valores pessoais e contextos culturais.

Foi analisada a consistência psicométrica da escala por meio de técnicas de análise de confiabilidade pelo coeficiente Alfa de Cronbach (α), que foi de 0,682. As quatro dimensões da escala obtiveram os seguintes coeficientes: poder: $\alpha=0,695$; felicidade: $\alpha=0,524$; influência negativa: $\alpha=0,635$; e respeito: $\alpha=0,639$, indicando coeficiente aceitável.

A escala de materialismo também se mostrou adequada, o Alfa de Cronbach (α) foi de 0,858. Esse é um coeficiente bastante satisfatório. Os escores das dimensões da escala de atitudes em relação ao dinheiro e da escala de materialismo podem ser verificados na Tabela 1.

Tabela 1 – Escores das dimensões da escala de atitudes em relação ao dinheiro e materialismo

	N	Média	Desvio-padrão	Mínimo	Máximo
Felicidade	153	2,09	0,508	1,00	3,50
Influência	153	2,29	0,790	1,00	4,00
Respeito	153	1,97	0,552	1,00	3,40
poder	153	2,57	0,451	1,25	3,75
Materialismo	153	2,57	0,952	1,00	5,40

Fonte: Elaborada pelos autores.

A dimensão poder sobressaiu-se em relação às demais com uma média de 2,57. Verifica-se uma valoração do dinheiro como um elemento que possibilita obtenção de poder, *status* social e projeção entre os pares, o dinheiro confere vantagens sociais e reconhecimento.

A dimensão respeito, com ponto médio de 1,97, indica a posse do dinheiro como uma fonte de projeção e admiração, e, quanto mais dinheiro tem, mais amigos o indivíduo faz e, consequentemente, poderá influenciar mais pessoas. O materialismo, com um ponto médio baixo, de 2,57, em relação à escala de atitudes frente ao dinheiro, indica uma forte relação com o dinheiro.

A fim de averiguar associação entre o materialismo e as atitudes em relação ao dinheiro, recorreu-se a uma correlação de Pearson.

Tabela 2 – Correlação de Pearson – materialismo *versus* atitudes em relação ao dinheiro

		Materialism o		Poder		Felicidade		Influência		Respeit o
Materialism o	Pearson' s r	—								
	p-value	—								
Poder	Pearson' s r	0,190	*	—						
	p-value	0,019		—						
Felicidade	Pearson' s r	0,329	***	0,335	**	—				
	p-value	<,001		<,001	*	—				
Influência	Pearson' s r	0,300	***	0,179	*	0,452	**	—		
	p-value	<,001		0,027		<,001	*	—		
Respeito	Pearson' s r	0,186	*	0,198	*	0,455	**	0,378	**	—
	Pearson' s r	0,021		0,014	**	<,001	*	<,001	*	—
					*	1		1		

Note. * p < ,05; ** p < ,01; *** p < ,001

Fonte: Elaborada pelos autores.

A análise correlacional de Pearson entre as escalas mostrou relações significativas entre o materialismo e as quatro dimensões das atitudes em relação ao dinheiro: materialismo e poder ($r(153) = 0,190$; $p = 0,019$); materialismo e felicidade ($r(153) = 0,329$; $p < 0,001$); materialismo e influência negativa ($r(153) = 0,300$; $p < 0,001$); materialismo e respeito ($r(153) = 0,186$; $p = 0,021$); As quatro dimensões da escala de atitudes em relação ao dinheiro mostraram associação positivas, algumas mais fracas (respeito e poder) e outras moderadas (felicidade e influência), com o materialismo.

Com as variáveis sociodemográficas, procedeu-se a uma *Anova One Way* a fim de verificar o possível efeito das variáveis sociodemográficas sobre as dimensões da escala de dinheiro e materialismo. Não foi verificada diferença significativa quanto a nível socioeconômico, gênero e etapa de atuação profissional dos professores, contudo verificou-se diferença significativa na dimensão respeito e etnia [$F(146) = 16.960$; $p < 0,001$]. Os professores de etnia parda tiveram $M=2,17$ e $DP=0,528$; enquanto os negros, $M=1,94$ e $DP=0,472$; e os brancos, $M=1,65$ e $DP=0,454$. O *post hoc* de Tukey indicou que os professores pardos são mais sensíveis à percepção do dinheiro como a possibilidade de estabelecer uma relação de respeito entre os indivíduos.

A cidade em que o participante reside foi outra variável que indicou diferença significativa, destacando-se os moradores de Cavalcante na Chapada dos Veadeiros [$F(149) = 2.631$; $p=0,05$]. Na dimensão de poder, os moradores de Cavalcante tiveram $M=2,93$ e $DP=0,345$; cidades do entorno do DF, $M=2,62$ e $DP=0,413$; Goiânia, $M=2,53$ e $DP=0,504$; e Formosa, $M=2,44$ e $DP=0,376$. Para os moradores da cidade de Cavalcante, o dinheiro está fortemente associado às relações de poder.

Em relação aos resultados gerais, as pontuações nas dimensões das duas escalas utilizadas indicaram que a busca pela felicidade seria a tendência mais forte que o grupo de professores apresenta no que diz respeito à compra, ao consumo e ao dinheiro. O dinheiro é valorizado como forma de acesso à felicidade, esse é o tipo de valorização que ultrapassa as propriedades funcionais do dinheiro como ferramenta de troca para o acesso a bens e serviços e denota uma atribuição de significado ligada a referências, emoções e sentimentos que influenciam a construção da identidade individual. As relações de respeito e poder advindas do dinheiro foram relevantes para os professores, especialmente para os professores negros e moradores da cidade de Cavalcante na Chapada dos Veadeiros.

O dinheiro na dinâmica social é um fator relevante que pode influenciar pessoas, e a posse de recursos financeiros é vista como um facilitador para uma vida mais

significativa, o que inclui educação de qualidade, cuidados com a saúde e experiências culturais. Aqueles com dinheiro têm mais chances de superar obstáculos e desfrutar de uma variedade de experiências que podem estar fora do alcance daqueles com recursos limitados. O dinheiro atua como um elemento de coesão entre as pessoas, mediando os relacionamentos.

Os professores admitem que gostariam de ter muito dinheiro, porque associam a posse do dinheiro a uma relação de poder e felicidade, mas não são indiferentes quanto aos aspectos negativos relacionados a ele, como individualismo, corrupção e materialismo. Os participantes percebem o dinheiro como um elemento negativo que pode influenciar suas relações, por isso registrou-se um ponto médio de 2,29 na dimensão de influência negativa do dinheiro. A consciência das implicações negativas do dinheiro nas relações indica uma sensibilidade por parte dos professores para os possíveis desafios éticos e sociais associados à riqueza, contudo a ideia de que mais dinheiro leva a mais influência, amigos, admiração e respeito revela uma perspectiva social na qual a posse de recursos financeiros é vista como um fator determinante nas interações sociais, nas relações de poder e liderança, com poder de decisão em contextos econômicos.

Os professores gostam da sensação de felicidade que a posse de alguns produtos proporciona e associam o dinheiro à possibilidade de mais compra e à perspectiva de ser cada vez mais feliz. São ressaltados alguns aspectos como os desejos de estar na moda, comprar coisas caras e de marca e ter muito dinheiro para comprar o que quiser, sentimentos hedonistas que podem predispor à impulsividade no consumo e na compra. Os participantes deixam transparecer a ideia de que o dinheiro está relacionado às possibilidades de ter muitos amigos, ser admirado e reconhecido por muitas pessoas, andar sempre na moda e passar a maior parte do seu tempo comprando coisas.

Na Tabela 2, observa-se a presença de correlações significativas entre o materialismo e as dimensões da escala de atitudes em relação ao dinheiro, o que mostra a importância do materialismo como base de avaliação do dinheiro. Esses resultados estão ligados a características essenciais das atuais sociedades de consumo, em que o materialismo e o apego às posses transmitem sentimentos de pertença, *status* e prestígio. Pesquisas realizadas por Castellanos Alvarenga, Denegri Coria e Salazar Valenzuela (2020) e Denegri Coria *et al.* (2012) têm mostrado que o dinheiro funciona como um diferenciador social, gerador de *status* e fonte de satisfação e felicidade. Indivíduos materialistas usam o dinheiro como meio imediato de satisfação às suas necessidades de

compra, independentemente de tê-lo disponível ou não, e usam o crédito para satisfazer essa necessidade hedônica.

A associação positiva e moderada entre a aquisição de bens materiais e a busca pela felicidade pode refletir a crença de que a aquisição de bens está vinculada à satisfação pessoal. O dinheiro é valorizado e o consumo é uma forma de acesso aos símbolos materiais de felicidade, respeito e poder. Esses resultados foram corroborados por Denegri Coria *et al.* (2012) em pesquisa com 1.216 estudantes de diferentes cursos universitários em população do Chile. Outro estudo similar de Denegri Coria *et al.* (2017) com adolescentes encontrou relação entre consumo impulsivo e felicidade. Em estudo intercultural com adolescentes de Chile e Equador, Denegri Coria *et al.* (2021) constataram que os homens associam fortemente o dinheiro à felicidade, numa proporção maior que as mulheres. Um estudo brasileiro de Queiroz, Bessa e Modesto (2023) com adolescentes verificou que, quanto maior a sensação de felicidade proporcionada pela posse do bem ou produto, mais impulsivo o estudante tende a ser nas suas decisões de compra e consumo.

A diferença entre raças, por outro lado, sugeriu que os professores de etnia parda são mais sensíveis à percepção do dinheiro com uma relação de respeito, conforme indicado pela pontuação mais alta nessa dimensão. A relação entre a percepção do dinheiro com o respeito e a etnia dos professores pode ser relevante.

Em se tratando de domicílio, foi verificada diferença significativa entre os residentes da cidade de Cavalcante na Chapada dos Veadeiros, que, diferente das outras cidades averiguadas, percebem o dinheiro como um fator relacionado ao poder. A dimensão poder está fortemente associada à etnia negra, que tem representação maior entre moradores da cidade de Cavalcante.

A cidade de Cavalcante é 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. 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, com exploração agrícola 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. Apesar dessa denominação pouco feliz, essa região detém as maiores riquezas naturais do estado e faz parte do patrimônio ambiental e cultural do Goiás.

O município abriga a comunidade Kalunga e, 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 construíram para si uma identidade e uma cultura própria”. A cidade de Cavalcante na Chapada dos Veadeiros é um local de difícil acesso, mas 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 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 luta para manter sua identidade e cultura diante dos avanços do consumo. Com uma renda média mensal de 2,1 salários-mínimos (IBGE, 2023), é possível que os professores da cidade de Cavalcante estejam cientes de que a educação dos negros é menos valorizada, com maioria de professoras negras que acumulam discriminações de gênero e raça mesmo com nível educacional equivalente às mulheres de outras cidades. O poder pode estar no centro das desigualdades, mas, como discute Medeiros (2023), para entender a desigualdade no Brasil temos que olhar para a desigualdade racial, é necessário olhar para os ricos, porque parte da perpetuação da desigualdade racial está associada à composição das elites ricas que, em decorrência do racismo estrutural, têm pouco ou quase nenhum espaço para negros.

Os ricos constituem-se como uma elite com base no seu poderio financeiro e conquistam poder no contexto de uma população mais ampla, detém o controle sobre instituições, e com poder de decisões afeta o destino de muitos (Rocha 2019). O poder é a chance de uma pessoa ou de um grupo realizar a sua própria vontade ainda que contra a resistência de outros participantes da ação. Os professores negros moradores da Chapada dos Veadeiros, mesmo com a formação equivalente à de brancos, têm a sua educação menos valorizada, é possível que por esse motivo eles destacam as dimensões de poder e respeito como relacionadas com a posse do dinheiro. Medeiros (2023, p. 97) destaca que “[...] mesmo com educação equivalente, um negro tem chances menores de estar nas elites econômicas do que um branco, [que] equivalem a menos da metade das chances dos brancos, embora se comparem grupos com as mesmas características, exceto

raça”. No Brasil, em média, o rendimento dos brancos é mais de 70% superior à renda de pessoas negras.

Os professores da cidade de Cavalcante parecem que estão cientes de que os ricos têm capacidade de definir a trajetória de consumo e da produção econômica e atuam como agentes políticos. Diante da constatação de que, embora pouco mais da metade da população brasileira seja negra, as barreiras impostas ao negro não são apenas econômicas, raça não é apenas um obstáculo à riqueza, é também um obstáculo à distribuição de poder. Ao perceber que posse do dinheiro está relacionado com poder e respeito, é possível que os professores percebam a necessidade de resistir a esse sistema opressivo.

A etapa de atuação dos professores também não apresentou diferença significativa, e a inexistência de diferença significativa quanto a gênero, nível socioeconômico e etapa de atuação dos professores chama a atenção porque nivela os professores em suas atitudes em relação ao dinheiro. A sedução do dinheiro e dos bens materiais atinge a todos, é um elemento transversal que transpassa gênero, nível socioeconômico e etapa de atuação profissional.

Considerações finais

A investigação revelou uma elevada valorização do dinheiro como símbolo de poder e uma considerável relação entre essa valorização e o materialismo, bem como um perfil específico, no caso dos professores da Chapada dos Veadeiros, face às dimensões de poder e respeito. É possível que essa percepção de dinheiro com uma relação de poder seja mais sensível para esse grupo, pela constante luta do professor negro por reconhecimento e valorização num ambiente elitizado que insiste em manter o negro dentro de um limite mínimo de tolerância racial. Os professores negros compreendem que raça não é apenas um obstáculo à riqueza, é também um obstáculo à distribuição de poder; além de serem minoria entre as elites, eles são também segregados. Estão cientes de que o acesso ao poder e ao respeito é fortemente influenciado pela etnia.

Todos os professores são suscetíveis à crença de que o dinheiro exerce uma forte influência na vida e pode resultar em níveis importantes de felicidade, contudo os professores de etnia parda e moradores da cidade de Cavalcante foram mais suscetíveis à ideia de que o dinheiro pode promover uma relação de respeito e poder. A busca por respeito e poder foi mais proeminente na comunidade com maiores desafios socioeconômicos e diferenças raciais.

Esses resultados sugerem, ainda, que as atitudes materialistas estão relacionadas a percepções mais elevadas de poder em relação ao dinheiro, associadas a uma busca por felicidade, poder e respeito. A natureza dessas associações pode fornecer informações sobre as motivações e os valores subjacentes às atitudes em relação ao dinheiro.

Portanto, o estudo das atitudes se justifica pela estreita relação entre atitudes e comportamentos e permitirá o desenvolvimento de intervenções com efeitos importantes quanto a comportamentos de consumo, endividamento e materialismo. Considera-se vital analisar e contextualizar a formação inicial e continuada de professores, uma vez que os eles não são apenas mediadores na construção do conhecimento, mas também modelam valores, percepções e atitudes, tornando-se os segundos agentes de socialização econômica dos seus estudantes depois da família (Denegri Coria; Martínez, 2004).

Os resultados obtidos neste estudo fornecem pistas ao abordar a educação econômica e financeira de professores seja na formação inicial ou continuada. Esses resultados permitem-nos avançar em relação a estudos anteriores, fortalecendo a relação entre as atitudes em relação dinheiro em termos de seu simbolismo como preditor do materialismo. Todos esses aspectos deverão ser aprofundados em pesquisas subsequentes que visem estudar as relações entre materialismo, atitudes em relação ao dinheiro, endividamento e papel mediador ou moderador dos professores. Sugere-se a realização de estudos futuros com outros segmentos da sociedade, que contemplem raças, gênero e nível socioeconômico e permitam comparar a manifestação dessas variáveis comportamentais, e a elaboração de estudos longitudinais ou comparativos entre cidades e países sobre os temas mencionados.

Referências

- ARYAL, B. Effect of Teachers' Health Behaviors on Students' Health; A Social Cognitive Viewpoint of Role-Modeling. **Interdisciplinary Research in Education**, v. 7, n. 1, p. 73-84, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.3126/ire.v7i1.47499>. Acesso em: 22 jul. 2024.
- BASTOS, M. J. O perfil comportamental do professor e a sua importância na sociedade. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 9, n. 10, p. 1599–1607, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.51891/rease.v9i10.11757>. Acesso em: 22 jul. 2024.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. 2. ed. Lisboa: Edições 70, 2019.
- BESSA, S.; FERMIANO, M. B. Representações de pobreza e desigualdade social entre estudantes do ensino médio. **Debates em educação**, v. 13, n. especial 2, p. 598-622, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.28998/2175-6600.2021v13nEsp2p598-622>. Acesso em: 22 jul. 2024.
- 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**, v. 11, n. 33, p. 202-222, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.26514/inter.v11i33.4248>. Acesso em: 22 jul. 2024.
- CASTELLANOS ALVARENGA, L. L.; DENEGRI CORIA, M.; SALAZAR VALENZUELA, P. A. Adolescentes chilenos: compra, valores materiales y satisfacción con la vida. **Revista Electrónica de Investigación Educativa**, v. 22, n. 04, p. 1-11, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.24320/redie.2020.22.e04.2155>. Acesso em: 22 jul. 2024.
- DENEGRI CORIA, M. C. **Introducción a la psicología económica**. Bogotá: Psicom Editores, 2014.
- DENEGRI CORIA, M. C.; BARROS, S.; CÁRDENAS CORONADO, V.; SEPÚLVEDA ARAVENA, J.; VIVALLO URRRA, O. G. Consumo y endeudamiento en adolescentes escolarizados de la Región de La Araucanía, Chile. **Estudios Pedagógicos**, v. 43, n. 01, p. 61-74, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07052017000100004>. Acesso em: 22 jul. 2024.
- DENEGRI CORIA, M. C.; CABEZAS GAETE, D.; VALLE ROJAS, C. DEL; GONZÁLEZ GÓMEZ, Y.; SEPÚLVEDA ARAVENA, J. Escala de Actitudes hacia el Endeudamiento: validez factorial y perfiles actitudinales en estudiantes universitarios chilenos. **Universitas Psychologica**, v. 11, n. 2, p. 497-509, 2012. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/647/64723241012.pdf>. Acesso em: 02 jul. 2024.
- DENEGRI CORIA, M. C.; GONZÁLEZ GÓMEZ, J.; SEPÚLVEDA ARAVENA, J. A. Consumo y construcción de identidad en profesores de educación primaria en Chile. **Educere**, v. 14, n. 49, p. 345-359, 2010. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/356/35617102010.pdf>. Acesso em: 22 jul. 2024.

DENEGRI CORIA, M.; MARTÍNEZ, G. ¿Ciudadanos o consumidores? Aportes constructivista a la educación para el consumo. **PAIDEIA, Revista de Educación**, v. 37, n. 1, p. 101-116, 2004.

DENEGRI CORIA, M. C.; TORRES ACOSTA, J. A. R.; CORREA ABARZÚA, M. I.; GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, V. B.; TORO LAVANDEROS, J. C. B.; SALAZAR VALENZUELA, P. A.; RIQUELME SEGURA, L. M.; SEPÚLVEDA MALDONADO, J. A. Estilos de consumo, actitudes hacia el dinero, y materialismo en adolescentes chilenos y ecuatorianos. **Perfiles Latinoamericanos**, v. 29, n. 58, p. 1-29, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.18504/pl2958-013-2021>. Acesso em: 22 jul. 2024.

FERMIANO, M. B. Psicologia econômica: da estranheza à compreensão. In: BESSA, S.; FERMIANO, M. B. (org.). **Educação econômica e para o consumo**. Curitiba: Appris, 2019. p. 251-316.

FITHRIANI, F.; SYABUDDIN, S.; GUNAWAN, G.; ZAINUDDIN, T.; SULAIMAN, S. Teacher as a Role Model in the 2013 Curriculum Development. **Jurnal Ilmiah Islam Futura**, v. 21, n. 2, p. 240-256, 2021. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.22373/jiif.v21i2.7516>. Acesso em: 22 jul. 2024.

GODOY B., M. P.; ARANEDA O., L.; DÍAZ V., M.; VILLAGRÁN G., P.; VALENZUELA C., S. Satisfacción con lavida, actitudes hacia la compra y actitudes hacia el endeudamiento. **Revista de Investigación en Psicología**, v. 78, n. 1, p. 29-46, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.15381/rinvp.v18i1.11771>. Acesso em: 22 jul. 2024.

GOLDBERG, M.; GORN, G., PERACCHIO, L.; BAMOSSY, G. Understanding materialism among youth. **Journal of Consumer Psychology**, v. 13, p. 278-288, 2003. Disponível em: https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1303_09. Acesso em: 22 jul. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA [IBGE]. **Mapa da pobreza e desigualdade**. 2023. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/go/pesquisa/36/30249>. Acesso em: 22 jul. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA [IBGE]. **Cidades - População no último censo**. 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/go/cavalcante/panorama>. Acesso em: 22 jul. 2024.

MEDEIROS, M. **Os ricos e os pobres: o Brasil e a desigualdade**. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2023.

MOREIRA, A. D. S. Dinheiro no Brasil: um estudo comparativo do significado do dinheiro entre as regiões geográficas brasileiras. **Estudos de Psicologia**, v. 7, n. 2, p. 379-387, 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-294X2002000200019>. Acesso em: 22 jul. 2024.

PARREY, I. Consumer Culture and the Question of Identity: A Response Based On Maqasid Al-Shari'ah Theory. **ICR Journal**, v. 13, n. 2, p. 95-118, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.52282/icr.v13i2.885>. Acesso em: 22 jul. 2024.

PONTES, M. D. M.; PENALÔZA, V. Alfabetização econômica e endividamento: quando hábitos superam o conhecimento. **Revista Econômica do Nordeste**, v. 54, n. 3, p. 8-31, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.61673/ren.2023.1365>. Acesso em: 22 jul. 2024.

RASHID, H.; REHMAN, B. Media consumption vs. interpersonal communication agents: formation of national identity. **Pakistan Journal of Social Research**, v. 5, n. 1, p. 481-497, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.52567/pjsr.v5i01.1369>. Acesso em: 22 jul. 2024.

QUEIROZ, P. P.; 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 Conjuntura**, v. 15, n. 44, p. 149-165, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8226741>. Acesso em: 22 jul. 2024.

QUINTANO MÉNDEZ, F.; DENEGRI CORIA, M. Atitudes hacia el endeudamiento hedônico em estudantes secundários chilenos. **Suma Psicológica**, v. 28, n. 2, p. 79-87, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.14349/sumapsi.2021.v28.n2.2>. Acesso em: 22 jul. 2024.

ROCHA, E. F. O negro no mundo dos ricos: um estudo sobre a disparidade racial de riqueza com os dados do Censo 2010 [online]. Brasília: Editora UnB, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.7476/9786558460527>. Acesso em: 22 jul. 2024.

STROPARO, T. R. Território, agroecologia e soberania alimentar: significações e repercussões sob a égide decolonial. **Boletim de Conjuntura**, v. 13, n. 39, p. 462-472, 2023. Disponível em: <https://revista.ioles.com.br/boca/index.php/revista/article/view/1060>. Acesso em: 22 jul. 2024.

TANG, T. L.-.; TANG, D. S.-H.; LUNA-AROCAS, R. Money profiles: The love of Money, attitudes, and needs. **Personal Review**, v. 34, n. 5, p. 603-618, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/00483480510612549>. Acesso em: 12 jun. 2023.

Submissão: 12/09/2024. **Aprovação:** 17/08/2025. **Publicação:** 29/08/2025.