

MATERIALISMO COMO PREDITOR DO ENDIVIDAMENTO: ESTUDO COM PROFESSORES DA EDUCAÇÃO BÁSICA¹

*MATERIALISM AS A PREDICTOR OF DEBT: A STUDY WITH TEACHERS OF BASIC
EDUCATION*

SONIA BESSA

Universidade Estadual de Goiás, Formosa, GO, Brasil
Doutor em Psicologia. E-mail: sonia.bessa@ueg.br
<https://orcid.org/0000-0001-9857-6523>

ELIANE GIACHETTO SARAVALI

Universidade Estadual Paulista, UNESP, Marília, SP, Brasil
Doutor em Educação. E-mail: eliane.g.saravali@unesp.br
<https://orcid.org/0000-0003-1259-6027>

ELTON ANDERSON SANTOS DE CASTRO

Universidade Estadual de Goiás, Formosa, GO, Brasil
Doutora em Química. E-mail: elton.kastro@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-1802-912X>

Submissão: 24-06-2024 - Aceite 23-03-2026

RESUMO: Os professores desempenham diversos papéis, atuando como formadores de opinião, modelos de conduta e influenciadores comportamentais, o que evidencia a necessidade de compreender os comportamentos relacionados aos fenômenos econômicos para propor programas de educação econômica e financeira em sua formação. Esta pesquisa teve o objetivo de investigar o materialismo como preditor do endividamento entre professores da Educação Básica. Constituiu-se amostra de 290 professores das redes públicas de ensino de cidades da Região Centro-Oeste brasileira que atuam na Educação Básica. Analisou-se a influência do materialismo e das variáveis sociodemográficas na propensão ao endividamento, para tanto foram utilizados dois instrumentos: a) escala de endividamento que permite identificar duas dimensões: austeridade, e hedonismo. A primeira avalia atitudes de cautela e reserva, e a segunda atitudes propensas a incorrer em dívida sem avaliar as consequências. b) escala de materialismo com itens que refletem diferentes valores materialistas. Os principais resultados sugerem que o materialismo é um preditor do endividamento quando se considera o comportamento hedonista ou austero do professor. Entre as variáveis significativas estão: homens e professores dos anos iniciais do ensino fundamental são mais propensos ao endividamento, com comportamento hedonista. Destacou-se o comportamento ambivalente dos professores, que se declaram como austeros, mas apresentam atitudes hedonistas frente ao consumo. A etnia não apresentou diferença

¹ Investigação com apoio financeiro do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPQ.



significativa: negros, brancos ou pardos, igualmente, mostraram tendências materialistas com relação ao endividamento, independente da etnia, classe social e idade verificou-se uma forte influência do materialismo nas atitudes frente ao endividamento dos participantes.

PALAVRAS-CHAVE: Consumo. Austeridade. Hedonismo. Comportamento.

ABSTRACT: Teachers play diverse roles, acting as opinion leaders, role models, and behavioral influencers, highlighting the need to understand behaviors related to economic phenomena in order to propose economic and financial education programs in their training. This research aimed to investigate materialism as a predictor of indebtedness among Basic Education teachers. A sample of 290 teachers from public schools in cities in the Central-West region of Brazil who work in Basic Education was constituted. The influence of materialism and sociodemographic variables on the propensity for indebtedness was analyzed, and two instruments were used: a) an indebtedness scale that allows identifying two dimensions: austerity and hedonism. The first evaluates attitudes of caution and reserve, and the second evaluates attitudes prone to incurring debt without assessing the consequences. b) a materialism scale with items that reflect different materialistic values. The main results suggest that materialism is a predictor of indebtedness when considering the teacher's hedonistic or austere behavior. Among the significant variables, men and teachers in the early years of elementary education are more prone to indebtedness with hedonistic behavior. The ambivalent behavior of the teachers was highlighted, as they declare themselves to be austere but exhibit hedonistic attitudes toward consumption. Ethnicity did not show a significant difference: Black, White, or mixed-race individuals equally demonstrated materialistic tendencies concerning indebtedness. Independent of ethnicity, social class, and age, a strong influence of materialism on the participants' attitudes toward indebtedness was observed.

KEYWORDS: Consumption. Austerity. Hedonism. Behavior.

Introdução

O materialismo desempenha um papel significativo na influência dos níveis de endividamento dos consumidores. Estudos como os de Matos et al. (2019) demonstraram que o materialismo pode impactar diretamente o endividamento ou atuar como mediador de outros fatores como a autoestima, impulsividade e atitude em relação à dívida, levando a níveis mais elevados de endividamento do consumidor.

Verifica-se uma intrincada conexão entre o materialismo e o endividamento, destacando a necessidade de intervenções direcionadas e programas de educação financeira para mitigar os riscos do endividamento. Em investigação com consumidores de baixa renda do Brasil, Matos et al. (2019), verificaram que o materialismo teve um efeito significativo sobre o endividamento do consumidor, ao mesmo tempo, interviram nessa relação elementos como autoestima, impulsividade e atitude em relação à dívida. O materialismo atuou como um mediador, por exemplo: maior impulsividade desencadeou o materialismo, que influenciou o nível de dívida.

E quanto aos professores da Educação Básica que desempenham diversos papéis, atuando como formadores de opinião, modelos de conduta e influenciadores comportamentais, pressupõe-se a necessidade de compreender os comportamentos relacionados aos fenômenos

econômicos a fim de propor programas de educação econômica e financeira em sua formação inicial e continuada. Como as demais pessoas os professores vivem numa sociedade pós-moderna onde o sucesso é frequentemente medido pela aquisição de riqueza, status social e bem-estar material, estes profissionais não estão incólumes a esse contexto.

O status social baseado na riqueza impacta o materialismo, tornando difícil a sua superação, o que pode ser verificado no estilo de vida hedonista e a corrupção que se alastra na sociedade, direta ou indiretamente esses são efeitos desse crescente materialismo e consequente endividamento. A compreensão da interação entre materialismo, educação financeira e valores atribuídos ao dinheiro é importante para compreender a propensão dos indivíduos para o endividamento, incluindo os professores que também podem ser impactados por esses fatores e como consequência influenciar as próximas gerações. Esse é o tipo de compreensão necessária a fim de promover uma experiência educativa mais gratificante tanto para os educadores como para os alunos.

Nesse sentido o presente estudo foi delineado com o objetivo de investigar se as atitudes em relação ao materialismo são preditoras do endividamento, por meio da análise das dimensões hedonismo e austeridade, bem como investigar possível associação com variáveis sociodemográficas como idade, gênero, classe social, etnia, etapa de atuação e domicílio de professores da educação básica.

Materialismo

O materialismo pode ser interpretado de diversas maneiras, conforme evidenciado por diferentes abordagens em pesquisas sobre o tema. Ward e Wackman (1972, p. 54), por exemplo, definiram o materialismo como uma “orientação que considera bens materiais e dinheiro como sendo importantes para a felicidade e desenvolvimento social da pessoa”. Belk (1985) ampliou esse conceito ao incluir traços de personalidade como inveja, falta de generosidade e possessividade, enfatizando a centralidade da posse de bens na vida dos indivíduos. Os mais materialistas tendem a avaliar os outros com base em suas posses e têm preferência por produtos e bens que os destaquem publicamente.

Richins e Dawson (1992) conceituam o materialismo como um conjunto de valores pessoais e elementos psicológicos com três dimensões distintas: a) centralidade das posses, que se refere à medida na qual as pessoas consideram as posses como indicadores-chave de sucesso pessoal, tanto para si mesmas quanto para os outros; b) felicidade derivada das posses, que se relaciona com a crença de que a aquisição de bens e produtos resultará em maior felicidade e bem-estar; e c) sucesso, que se manifesta na tendência de avaliar o sucesso pessoal e dos outros com base na quantidade e qualidade das posses materiais. Essa última dimensão sugere que o sucesso na sociedade é determinado pela posse de bens e produtos (Richins; Chaplin, 2015).

O materialismo é caracterizado pela valorização dos bens materiais, representando o conjunto de crenças fundamentais que um indivíduo possui sobre a importância desses bens em sua vida. Dessa forma, aqueles com altos valores materiais não apenas se preocupam com a posse e a manutenção de ativos, mas também constroem crenças sobre os benefícios psicológicos que esses bens podem proporcionar (Dittmar; Long; Bond., 2007). O materialismo pode ser entendido como um valor que influencia a percepção do consumidor sobre o papel das posses

na vida, ao mesmo tempo em que orienta as decisões sobre a qualidade e quantidade de bens adquiridos. Ele está associado à importância atribuída à posse e à aquisição de bens materiais como meio de alcançar objetivos importantes na vida ou outros estados desejados (Richins, 2004).

Os valores materialistas fornecem uma descrição do modo como as pessoas pensam em um contexto onde os bens de consumo ocupam uma posição central na vida e na identidade individual (Richins, 1994). Embora o materialismo possa ser considerado em uma perspectiva individual, ele também pode ser extrapolado para a sociedade como um todo (Santos; Souza, 2013). Essa mentalidade está intrinsecamente ligada à identidade ao bem-estar psicológico e aos padrões de consumo (Burroughs; Rindfleisch, 2002).

O materialismo está intimamente relacionado a uma forte ligação entre a necessidade de aceitação social e compras impulsivas, evidenciando a importância que uma pessoa atribui às suas posses como parte de seu comportamento e padrão de consumo (Nascimento; Abreu; Nascimento, 2017). Por sua vez, os atos de consumo, independentemente de serem impulsivos ou compulsivos, estão profundamente associados ao materialismo (Denegri *et al.* 2014), sendo que indivíduos com uma mentalidade materialista tendem a se envolver mais em comportamentos de compra sem reflexão prévia. Nessa inter-relação entre consumo e materialismo, o endividamento emerge como um elemento proeminente, uma vez que o materialismo atua como um preditor do endividamento.

Como destaca Segev; Shoham; Gavish (2015) as pessoas com frequência se tornam excessivamente focadas em compras e direcionam sua energia e recursos para adquirir posses, na esperança de que isso os leve à felicidade, satisfação com a vida e bem-estar. O materialismo tem atuado como um mediador na autoestima, impulsividade, atitude face à dívida, atitude face ao cartão de crédito e vulnerabilidade econômica sobre o endividamento do consumidor (Matos et al. 2019). Para esses autores um nível mais alto de materialismo aumenta a tendência ao endividamento porque os consumidores mais materialistas sentem a necessidade de comprar mais bens materiais para alcançar a felicidade. Assim devido ao aumento das compras, os consumidores podem assumir mais obrigações, juros e taxas e, como consequência, aumentar seu nível de endividamento.

Endividamento

O endividamento é um conceito complexo influenciado pelo comportamento econômico e suas consequências, impactando tanto os aspectos financeiros como psicológicos inter-relacionados. O endividamento é uma realidade incontestável nos dias de hoje, porque o crédito é empregado como motor da economia e fundamental para o desenvolvimento econômico dos países, especialmente no paradigma capitalista predominante na maioria dos países ocidentais. Esse fenômeno do endividamento é reconhecido como problemático devido às repercussões negativas no âmbito social e familiar, o que demanda uma análise aprofundada do tema (Almeida; Andrade 2022). No entanto, é fundamental abordar essa questão considerando sua complexidade, o que requer a integração de diferentes áreas do conhecimento científico, como a psicologia, educação e economia.

Na última década, observaram-se aumentos significativos no endividamento dos consumidores em países ocidentais e no contexto brasileiro, suscitando preocupações quanto ao seu impacto econômico e social. Especificamente, o sobre-endividamento está chamando a atenção das autoridades nacionais e internacionais devido ao seu potencial efeito tanto na sustentabilidade do endividamento das famílias quanto na estabilidade do sistema financeiro (Alessio; Iezzi, 2013). Do ponto de vista social, a acumulação excessiva de dívidas, juntamente com restrições de liquidez das famílias, resulta em uma deterioração do bem-estar social e econômico, levando, a longo prazo, à exclusão social e à pobreza.

O endividamento é uma condição que surge do acesso a bens e serviços por meio do crédito, um procedimento real presente no sistema capitalista ao qual estão sujeitas milhões de pessoas. Fatores psicológicos e cognitivos estão envolvidos na cultura da dívida, comprometendo o bem-estar físico e mental das pessoas. Portanto, o comportamento econômico é influenciado pela compreensão do ambiente socioeconômico, bem como por competências, atitudes e motivações em relação ao endividamento (Guzmán; Herrejón, 2020).

O endividamento pode resultar de tribulações e adversidades momentâneas, imprevistos que ocorrem e levam as famílias, sem recursos, a recorrer ao crédito como forma de resolver situações difíceis. No entanto, há evidências que apontam para a falta de competências para gerenciar recursos econômicos e financeiros (Denegri *et al.* 2016), bem como a falta de informação sobre o funcionamento das instituições financeiras. A facilidade de acesso ao crédito sem o mínimo de alfabetização financeira parece ser outro fator de endividamento para muitas famílias (Reis; Mendes; Grigion, 2015). Além disso, a ausência de alfabetização econômica, a maior disponibilidade de crédito, baixos rendimentos, marketing direcionado e apelos ao consumo contribuem para o endividamento familiar (Mutsonziwa; Fanta, 2019).

O endividamento pode estar relacionado ao materialismo, mas, o descontrole financeiro e o endividamento nem sempre dependem da renda mensal do indivíduo, eles podem refletir apelos da sociedade de consumo e não necessariamente ser explicados pela racionalidade, por conta da interferência de aspectos psicológicos e culturais nessas questões (Artifon; Piva, 2014). O endividamento não é um fenômeno isolado, mas tem características multifacetadas, cujas repercussões pode extrapolar a esfera econômica, forjando subjetividades individuais, modos de expressão e até práticas cotidianas como ressalta Paula et al. (2021). Alguns estudos (Barros; Denegri; Salazar, 2019, Castellanos; Denegri, Salazar, 2020) relacionaram o materialismo ao endividamento e fizeram uma comparação entre ato da compra, valores materiais e satisfação com a vida. Nessa mesma linha, destaca-se a pesquisa de King (2018), cujos resultados indicam que o materialismo pode resultar em dificuldades escolares, menores índices de aproveitamento e prejuízos em projetos de vida futuros.

As causas do endividamento não estão restritas somente a eventos, como acidentes, problemas de saúde, imprevistos, há também elementos emocionais, fatores simbólicos e o próprio senso de pertencimento e construção da identidade (Artifon; Piva, 2014). Além de ser causado por uma forte interferência de aspectos psicológicos e culturais, o endividamento pode resultar em sérios problemas, como depressão, ansiedade e baixa autoestima. “[...] As decisões que envolvem endividamento vão além da simples relação consumo e renda, existem outras variáveis comportamentais na hora de contrair dívidas, tais como, o significado que o indivíduo atribui ao dinheiro” (Trindade; Righi; Vieira, 2012, p. 719).

As atitudes em relação ao endividamento, conforme Denegri, Sepúlveda e Godoy (2011), estão relacionadas a decisões de consumo tomadas para satisfazer necessidades materiais e emocionais, assim o materialismo é o elemento propulsor do endividamento social e individual. Os estudos mencionados indicam que as atitudes materialistas e o endividamento podem se manifestar de formas diferentes, de acordo com variáveis sociodemográficas e interferências de ordem psicológica e cultural, podendo apresentar diferentes interfaces.

Método

Este estudo tem natureza descritiva, exploratória e correlacional, busca aporte teórico no campo da psicologia econômica. Constituiu-se amostra por conveniência com 290 professores de três regiões do estado de Goiás: 21.2% são residentes de Goiânia, a capital do estado, 57.6% residem na cidade de Formosa que fica no estado de Goiás, e 21.2% são moradores de cidades do entorno do DF. Do total de participantes, 16.9% são do sexo masculino e 83.1% do sexo feminino; quanto à classe social, os professores foram classificados conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2022), que usa o critério por faixas de salário-mínimo: classe A – acima de 20 salários-mínimos; classe B – entre 10 e 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. Nenhum professor dessa amostra pertence a classe mais elevada, ou seja, a classe A; foram encontradas somente quatro classes sociais: classe B, 7.6% dos participantes, classe C, 46.9%, a maior representação de professores, classe D, 36.9%, e 8.6% à classe E. Quanto à etnia, 29% se reconhecem como brancos, 15.4% como negros, e 55.6% como pardos. Em relação à etapa de atuação, os professores atuam na educação infantil (17.3%); no ensino médio (11.1%); nos anos iniciais do ensino fundamental, com maior representatividade (40.1%) e anos finais do ensino fundamental (21.5%). Uma parte dos professores atua no período integral e no ensino médio técnico, totalizando 10% dos participantes. A idade dos professores variou entre 23 e 73 anos, com média de 43.7 anos e DP = 8.58.

Para a coleta de dados foram utilizados dois instrumentos em forma de escala tipo Likert e uma ficha sociodemográfica com dados dos professores. O primeiro instrumento é uma escala de atitudes frente ao materialismo (Goldberg *et al.* 2003), cujo coeficiente Alfa de Cronbach () de 0.856 indica alta confiabilidade da versão final da escala. A escala é composta por 10 itens que refletem diferentes valores materialistas.

Essa escala contém seis opções, que devem ser escolhidas num espectro de seis pontos: 1 = discordo totalmente; 2 = discordo; 3 = discordo pouco; 4 = concordo pouco; 5 = concordo; e 6 = concordo totalmente. A fim de verificar se a escala é recomendada para a população investigada e sua consistência psicométrica, foi realizada uma Análise Fatorial Exploratória. Utilizou-se o método de rotação oblíqua: os 10 itens da escala foram analisados pelos indicadores de qualidade com o índice KMO = 0.818, indicando que é fortemente aceitável e o teste de esfericidade de Bartlett, com $X^2(889) = 45$; $p = 0.001$, indicando fatorabilidade e viabilizando essa investigação. A partir da análise paralela, verificou-se a existência 82.1% de variância explicada. A estrutura fatorial encontrada assemelha-se à versão original de Goldberg *et al.* (2003).

O segundo instrumento é uma escala de atitudes em relação ao endividamento de Denegri *et al.* (2012) que prevê quatro pontos que vão desde “discordo muito” (1) até “concordo muito”

(4). A escala permite identificar duas dimensões: austeridade, com cinco itens, e hedonismo, com três itens. A primeira dimensão avalia atitudes de cautela e reserva, a segunda avalia atitudes propensas a incorrer em dívida sem avaliar as consequências. Para a Análise Fatorial Exploratória foi utilizado o método de rotação oblimin, os oito itens da escala foram analisados pelos indicadores de qualidade com o índice KMO = 0.859, indicando que é fortemente aceitável, e com o teste de esfericidade de Bartlett com $X^2(1492) = 28$; $p = 0.001$, indicando fatorabilidade. A partir da análise paralela, verificou-se a existência de dois fatores com 90.3% de variância explicada (austeridade: itens 1, 2 e 8 e hedonismo: itens 3, 4, 5, 6 e 7).

Os professores selecionados atendiam aos critérios estabelecidos para o estudo: ser professor da rede pública de ensino e atuar na Educação Básica. Após a anuência da secretaria de educação dos municípios, foram apresentados os objetivos e esclarecimentos a respeito da participação, voluntária e sigilosa, assim como demais aspectos éticos envolvendo pesquisas com seres humanos. Os docentes que concordaram em participar assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido digital e utilizaram os seus próprios aparelhos celulares para responder às questões.

Para a análise dos dados coletados, foram realizados procedimentos estatísticos descritivos e inferenciais e análise multivariada. Os dados foram organizados e processados no software Jamovi (2021) versão 2.2.5 com nível de significância $p < 0.05$. Foi realizada regressão linear simples e múltipla para a variável desfecho endividamento que, em linhas gerais, busca mostrar evidências estatísticas da capacidade de predição da variável dependente (endividamento/austeridade/hedonismo) sob a variável independente (materialismo) potencialmente explicativa.

Resultados

A abordagem dessa investigação é quantitativa, por meio da correlação de dados estatísticos para encontrar inter-relações subjacentes às variáveis. As médias dos escores foram comparadas por escolaridade, classe social, gênero, etnia, etapa de atuação e domicílio dos professores. A análise inferencial dos dados foi feita a partir de análise de regressão linear múltipla para a variável materialismo versus a variável desfecho endividamento, nas dimensões austeridade e hedonismo.

Foram analisados dois perfis diante do endividamento, conforme proposto por Denegri *et al.* (2012): o perfil austero, que se caracteriza por manter uma postura mais tradicional sobre os recursos financeiros, com uma conduta mais cautelosa e concepção negativa do endividamento, e o perfil hedonista, que considera o crédito e o endividamento como uma opção para satisfação das necessidades materiais. Essas duas dimensões podem ser a base de comportamentos de aceitação ou rejeição de endividamento. Foi feita uma análise descritiva dos valores médios de cada uma das escalas, com seus respectivos desvios-padrão. Na Tabela 1 estão descritos os escores da escala de endividamento.

Tabela 1- Escores descritivos da escala de endividamento

Itens da escala de endividamento	N	Média	Desvio-padrão
1. Usar o crédito permite qualidade de vida	290	2.72	1.298
2. É bom comprar agora e pagar depois	290	2.48	1.150
3. O Uso do crédito pode ser perigoso	290	3.71	1.315
4. É importante viver com o dinheiro que tem	290	4.09	1.433
5. Se quiser, pode poupar dinheiro	290	3.53	1.467
6. É melhor pagar as dívidas o quanto antes	290	4.10	1.390
7. É muito bom ser cuidadoso no gasto do dinheiro	290	4.24	1.275
8. Pedir um empréstimo às vezes é uma ótima ideia	290	2.83	0.981

Fonte: dados da pesquisa.

O ponto médio da escala de endividamento/hedonismo foi de 2.67 e o ponto médio da escala de endividamento/austeridade foi de 3.92. Esses percentuais foram similares aos estudos de Barros, Denegri e Salazar (2019), que investigaram adolescentes do Chile com idade entre 14 e 20 anos, que apresentaram média 2.37 para hedonismo e de 3.26 para a austeridade.

Os professores mostraram-se cautelosos quanto ao cuidado com o dinheiro, como pode ser verificado nas assertivas “ser muito cuidadoso no gasto com o dinheiro” (média de 4.24), “o melhor procedimento é não contrair dívidas ou então pagá-las o quanto antes” (média de 4.10), bem como “manter-se dentro de um orçamento pré-estabelecido e viver com o dinheiro que tem” (média de 4.09), lembrando que existe ainda a preocupação com o “perigo que o crédito representa” (média de 3.71). Os escores de cautela, reserva e cuidado com o dinheiro foram os mais altos em relação aos demais itens. As atitudes propensas ao endividamento, como “é bom comprar agora e pagar depois” (média de 2.48), “usar o crédito permite qualidade de vida” (média de 2.72) e “pedir um empréstimo é uma ótima ideia” (média de 2.83) obtiveram escores menores, indicando cuidado dos professores quanto ao comportamento hedonista. Esses escores denotam o cuidado dos professores no sentido de não correrem o risco de endividamento.

A segunda escala de materialismo tem 10 itens com fator único, e teve um ponto médio de 2.60 (DP = 0.914), refletindo diferentes valores materialistas. A escala permite uma pontuação mínima de 1 e máxima de 6, com ponto médio de 3.5. Os escores descritivos da escala de materialismo podem ser verificados na Tabela 2.

Tabela 2 - Escores descritivos da escala de materialismo

Itens da escala de materialismo	N	Média	Desvio-padrão
- Preferiria passar meu tempo comprando coisas.	290	1.81	0.914
- Seria mais feliz se tivesse mais dinheiro para comprar mais coisas.	290	3.03	0.098
- Fico feliz ao pensar em tudo o que possuo.	290	4.11	0.995
- Gosto de ir às compras.	290	4.00	0.081
- Gostaria de comprar mais coisas do que meus amigos.	290	1.97	0.076
- Quando crescemos, quanto mais dinheiro temos, mais felizes somos.	290	2.42	0.091
- Prefiro não compartilhar meus doces com outras pessoas se isso significa menos para mim.	290	1.60	0.062
- Adoraria poder comprar coisas que custam muito dinheiro.	290	2.60	0.098
- Adoro ter amigos que têm jogos muito especiais ou roupa da moda.	290	1.83	0.074
- O único trabalho que gostaria de ter é aquele que me dê um montão de dinheiro.	290	2.65	0.100

Fonte: dados da pesquisa.

Alguns itens se destacam na escala de materialismo: “fico feliz ao pensar em tudo o que possuo” (média de 4.11) e “gosto de ir às compras” (média de 4.00), “seria bem mais feliz se tivesse mais dinheiro para comprar mais coisas” (média de 3.03), e “quanto mais dinheiro temos, mais felizes somos” (média de 2.42), esses itens tiveram médias altas em relação aos demais, indicando concordância dos professores e o sentimento explícito de felicidade e bem-estar ao comprar. Outros comportamentos obtiveram médias mais baixas: “adoraria poder comprar coisas que custam muito dinheiro” (média de 2.60), “preferiria passar o tempo comprando” (média de 1.81), ou ainda “gostaria de comprar mais coisas do que os amigos” (média de 1.97).

Após a análise descritiva dos dados, procedeu-se a uma regressão linear múltipla incluindo as duas dimensões da escala de endividamento: hedonismo e austeridade como variáveis de desfecho e materialismo como variável preditora. A regressão mostrou que o materialismo foi um forte preditor do endividamento, a variância explicada para o modelo de regressão múltipla foi de 36.8% (R^2 ajustado = 0.402); para esse modelo, o valor de Durbin Watson foi de 1.59 – usado para detectar autocorrelação em resíduos da análise de regressão, quanto mais próximo de 2 evidencia-se que os resíduos são independentes, ou seja, não correlacionados. Foi constatada independência, homogeneidade e normalidade na distribuição da amostra, os valores da tolerância das variáveis materialismo foi de 0.972; de idade foi de 0.970; domicílio, 0.933; etnia, 0.960; etapa de atuação profissional, 0.949; gênero, 0.942; e classe social, 0.967. Assim, em todas as variáveis consideradas na regressão linear múltipla foi constatado a ausência de multicolinearidade. A primeira analisada foi a austeridade, conforme pode ser verificado na Tabela 3.

Tabela 3 - Parâmetros de regressão linear de endividamento/austeridade versus materialismo

Preditores	Estimativa* Beta	t	p	IC 95%	
				superior	inferior
Intercept ^a	3.18455	6.9662	.001		
Materialismo	-0.13890	2.0610	0.040	0.2021	0.00459
IDADE	-0.00648	0.8876	0.376	0.1436	0.05436
CIDADE					
Formosa-GO	1.59884	9.6020	.001	1.0322	1.56486
Entorno DF-GO	0.08147	0.4279	0.669	0.2384	0.37071
Formosa-Entorno DF	1.51737	0.1598	.001	0.97680	1.48796
ETNIA					
Branco – Pardo	0.18437	1.2716	0.205	0.0822	0.38165
Negro – Pardo	0.01682	9.49	0.924	0.2664	0.29369
ETAPA EM QUE ATUA					
Educação infantil – Ensino médio	0.28993	1.1794	0.239	0.1577	0.62867
Anos Iniciais – Ensino médio	0.37665	1.7688	0.078	0.0347	0.64649
Fundamental – Ensino médio	0.39284	1.6942	0.091	0.0518	0.68993
Outro – Ensino médio	0.21669	0.7869	0.432	0.2645	0.61643
GÊNERO					
Masculino-Feminino	0.18936	1.1251	0.262	0.1154	0.42301
CLASSE SOCIAL					
E – D	0.03976	0.1587	0.874	0.3685	0.43311
C – D	0.15436	1.1324	0.259	0.0927	0.34341
B – D	0.17870	0.7355	0.463	0.2435	0.53373

Nota. *Corresponde ao coeficiente angular beta.

Fonte: dados da pesquisa.

O materialismo foi preditor das atitudes austeras de endividamento, o coeficiente angular $\beta = -0.13890$; $p = 0.040$, negativo indicou que a atitude austera pode inibir o endividamento. Para cada unidade de variável materialismo, diminui 0.138 nas atitudes em relação ao endividamento/austeridade. Os professores moradores da cidade de Formosa-GO foram mais suscetíveis ao comportamento austero diante do consumo, com o coeficiente angular $\beta = 1.59884$; $p = 0.001$, evidenciou-se que os professores têm atitudes mais austeras numa proporção de 1.59 em relação aos professores residentes em Goiânia-GO e $\beta = 1.51737$; $p = 0.001$, e em relação aos professores moradores do entorno do DF numa proporção de 1.57.

Não foi verificada diferença significativa na dimensão austeridade no endividamento quanto à etnia, idade, etapa de atuação dos professores, classe social e gênero. Esses resultados indicam que os professores têm atitudes austeras similares entre si, independentemente dessas variáveis sociodemográficas. Para a segunda dimensão do endividamento/hedonismo, foram

utilizadas uma regressão múltipla e as mesmas variáveis do endividamento/austeridade, conforme descrito na Tabela 4.

Tabela 4 - Parâmetros de regressão linear de endividamento/hedonismo versus materialismo

Preditores	Estimativa* Beta	t	p	IC 95%	
				superior	inferior
Intercept ^a	1.1207	3.341	.001		
Materialismo	0.1290	2.153	0.032	0.00987	0.222
CIDADE					
Formosa-Goiânia	1.0526	7.035	.001	0.74318	1.321
Entorno-Goiânia	0.2209	1.291	0.198	-0.11381	0.547
Formosa-Entorno	0.8055	5.716	.001	0.51778	0.602
GÊNERO					
Masculino – Feminino	0.3160	2.123	0.035	0.02244	0.597
ETAPA EM QUE ATUA					
Educação infantil – Ensino médio	0.5536	2.502	0.013	0.11554	0.970
Anos iniciais – Ensino médio	0.2783	1.460	0.146	-0.09526	0.641
Fundamental – Ensino médio	0.4026	1.983	0.048	0.00284	0.787
Outro – Ensino médio	0.3550	1.442	0.150	-0.12725	0.824
NSE					
D – E	0.0656	0.291	0.771	-0.37069	0.499
C – E	0.3223	1.442	0.150	-0.11541	0.748
B – E	0.2257	0.779	0.437	-0.33796	0.781

Nota. *Corresponde ao coeficiente angular beta.

Fonte: dados da pesquisa.

A variância explicada para o modelo de regressão múltipla foi de 23.5% (R^2 ajustado = 0.266). Para esse modelo, o valor de Durbin Watson foi de 1.90 e foi constatada a independência, homogeneidade e normalidade da distribuição da amostra, os valores da tolerância das variáveis de materialismo foram de 0.987; cidade de residência, 0.941; etapa de atuação profissional, 0.959; gênero, 0.961; e classe social, 0.974. Em todas as variáveis consideradas na regressão linear múltipla, foi constatado a ausência de multicolinearidade. De igual maneira, na dimensão hedonista do endividamento $\beta = 0.1290$; $p = 0.032$, o coeficiente angular beta indicou que o materialismo é um forte preditor do endividamento. Para cada unidade de variável a mais nas atitudes hedonistas, o materialismo aumenta 0.129 unidades de medida em relação ao endividamento/hedonismo. Os professores da cidade de Formosa-GO foram mais suscetíveis ao endividamento/hedonismo diante do consumo, com $\beta = 1.526$; $p = 0.001$. Eles possuem atitudes mais hedonistas numa proporção de 1.05 em relação aos professores residentes em Goiânia, ou seja, para cada unidade de medida de materialismo, aumenta 1.05 unidade de medida em relação ao endividamento/hedonismo. O mesmo ocorreu em relação aos professores

moradores do entorno do DF $\beta = 0.80554$; $p = 0.001$, indicando que os professores moradores de Formosa-GO têm atitudes mais hedonistas, numa proporção de 0.80 em relação aos professores moradores de cidades do entorno do DF. Outra variável que foi preditora do endividamento/hedonismo foi o gênero, $\beta = 0.3160$; $p = 0.035$, indicando que os homens são mais propensos ao hedonismo que as mulheres, para cada unidade de medida da variável gênero masculino, aumenta 0.03 unidades de medidas com relação ao endividamento/hedonismo. Na dimensão endividamento/hedonismo, os homens mostraram-se mais sensíveis e, assim, mais propensos ao endividamento. Conclui-se que os homens são mais hedonistas que as mulheres e tem maior predisposição ao endividamento. Para a dimensão da etapa de ensino em que atuam os professores, também foi verificada diferença significativa quanto aos professores da educação infantil e os professores do ensino médio: $\beta = 0.5536$; $p = 0.013$, indicando que as professoras da educação infantil têm atitudes mais hedonistas que os professores do ensino médio. O mesmo fenômeno ocorreu com os professores do ensino fundamental e do ensino médio: $\beta = 0.4026$; $p = 0.048$. Classe social, etnia e idade não tiveram diferença significativa entre os professores pesquisados quanto ao hedonismo, indicando atitudes similares em relação ao endividamento/hedonismo independentemente da classe social, etnia e idade.

Ao comparar os resultados obtidos na dimensão austeridade (Tabela 3) com aqueles obtidos na dimensão hedonismo (Tabela 4), pode ser observado que o materialismo e a cidade de domicílio dos participantes permanecem como preditores do endividamento nas duas dimensões, com o acréscimo de gênero e etapa de atuação dos participantes na dimensão do endividamento/hedonismo.

Discussão

Esses resultados permitem avançar para uma interpretação mais aprofundada das atitudes dos professores em relação ao materialismo e ao consumo. Os professores valorizam não apenas os bens materiais em si, mas também o ato de adquiri-los, isso sugere que para eles, a aquisição e a posse de bens têm uma importância significativa em suas vidas. O índice de materialismo entre os professores participantes foi registrado em 2.60, indicando que estão abaixo da média da escala. Esses resultados são consistentes com estudos anteriores realizados por Ponchio e Aranha (2008), assim como por Santos e Souza (2013), que encontraram uma pontuação média de 2.9. Por outro lado, o estudo conduzido por Poltrich *et al.* (2016), que envolveu 2.391 residentes da mesorregião centro-ocidental do Rio Grande do Sul, revelou uma média de 3.5, superior à dos professores da região Centro-Oeste. Em outro contexto, Barros, Denegri, Salazar (2019) obtiveram uma pontuação média de 3.1 ao analisar adolescentes chilenos. Apesar das variações regionais, é interessante notar que os resultados dos diferentes estudos apresentam convergências, sugerindo uma tendência consistente em relação ao materialismo.

A partir desses resultados, emerge uma questão relevante relacionada à aparente inconsistência nas atitudes dos participantes. Entre o endividamento austero e o endividamento hedonista, as atitudes dos professores parecem contraditórias, pois ao mesmo tempo que aparentam negar o comportamento materialista, valorizam os bens materiais e a possibilidade de consumi-los cada vez mais. Essa aparente contradição pode ser atribuída à complexidade das motivações por trás dos desejos de consumo, que podem estar associados a sentimentos

de pertencimento, status e projeção no grupo social. Isso sugere que o consumo vai além da simples satisfação de necessidades materiais, destacando-se como uma fonte para a construção da identidade individual. Consumir não é apenas adquirir itens, mas também estabelecer um sentido de identidade e expressar quem somos (Baudrillard, 2019). O consumo é um processo complexo que se entrelaça com identidades individuais e coletivas, refletindo normas e valores sociais. O indivíduo utiliza itens e marcas específicas para se aproximar da imagem que deseja projetar para si mesmo e para os outros. Esse fenômeno é destacado por Barros, Denegri, Salazar (2019) e Clair (2023), ao observar que o consumo não se limita à aquisição de produtos, mas desempenha um papel significativo na formação e na expressão da identidade pessoal. A estrutura psicológica da identidade do consumidor é impactada pelas marcas, bens e produtos adquiridos ou desejados.

Essa ambivalência torna-se ainda mais evidente quando analisada à luz do contexto territorial dos participantes. A comparação entre os grupos de professores residentes em Formosa-GO, Goiânia-GO e no entorno do Distrito Federal revela uma tendência: morar em cidades menores parece predispor os professores a adotarem atitudes ambivalentes em relação ao consumo, alternando entre comportamentos hedonistas e austeros. O resultado sugere que os professores apresentam complexidade em suas atitudes, pois, ao mesmo tempo em que se veem como pessoas que tomam decisões de consumo de forma austera, também agem de forma hedonista. Essa aparente contradição entre o que é declarado e o que é observado pode ser atribuída a uma série de fatores sociais, psicológicos, culturais e fatores sociodemográficos (Sadiku; Mjaku; Qarri, 2023). Coexistem comportamentos de consumo austeros e hedonistas, esse resultado foi corroborado por estudos de Gogoi e Shilong (2020) com consumidores, numa situação de pós-compra, cujos autores concluíram que a compra impulsiva influencia a compra compulsiva, e está fortemente associado a fatores sociodemográficos. Kshatriya e Shah (2023), numa população adulta constituída de jovens em situações de compra na internet, constataram que a influência das redes sociais e a necessidade de sentir-se feliz foram preditores de compras impulsivas e compulsivas simultaneamente. No mesmo indivíduo coexistem o comportamento impulsivo e compulsivo na busca da felicidade hedônica.

Aspectos individuais e contextuais, fatores sociais mais amplos também contribuem para a compreensão desse fenômeno. A pressão para se conformar às expectativas sociais ou culturais em relação à austeridade pode entrar em conflito com as normas sociais que promovem o hedonismo e o consumo. Como os professores são percebidos pela sociedade como modelos de comportamento ético e moral, pode ser socialmente conveniente para eles parecerem austeros, mesmo que desejem se entregar ao hedonismo e aos apelos do consumo. Esse fenômeno reflete a complexidade das influências sociais sobre as atitudes e comportamentos individuais. É importante reconhecer que as atitudes e comportamentos podem ser influenciados por uma variedade de fatores, e que a compreensão dessas complexidades pode ajudar a promover uma análise mais completa e uma abordagem mais eficaz na busca por soluções para questões relacionadas ao consumo e endividamento.

Essa dinâmica pode ser melhor compreendida quando analisada sob uma perspectiva histórica das transformações sociais e econômicas. Denegri *et al.* (2011) destacam uma mudança significativa na valorização da austeridade ao longo do tempo. Em tempos passados, a sociedade valorizava a austeridade, ou seja, a capacidade de viver de forma frugal e econômica. No entanto,

nos tempos atuais, há uma prevalência de uma busca por satisfação imediata, caracterizada pelo hedonismo, ou seja, a busca pelo prazer e pela gratificação instantânea. Essa mudança de valores pode ser atribuída, em parte, ao acesso facilitado ao crédito, que tornou possível e até mesmo aceitável o endividamento como parte natural e necessária da sociedade de consumo (Sorelle, 2021). O crédito permitiu que as pessoas adquirissem bens e serviços sem a necessidade de possuir o dinheiro imediatamente, criando assim uma cultura de consumo baseada na gratificação instantânea e no adiamento das consequências financeiras. Essa análise destaca a interação complexa entre fatores econômicos, sociais e culturais que influenciam as atitudes em relação ao consumo e ao endividamento na sociedade contemporânea.

Quanto à relação entre materialismo e endividamento, os resultados desta pesquisa revelaram uma associação significativa, indicando que o materialismo é um preditor das atitudes em relação ao endividamento. No aspecto da austeridade, os professores residentes em Formosa-GO se destacaram, demonstrando serem mais austeros em relação ao consumo do que os moradores do entorno do Distrito Federal e de Goiânia-GO. Foi observado que residir em uma cidade com características rurais parece influenciar o comportamento austero em relação ao consumo. Além disso, conforme a austeridade aumenta, observa-se uma diminuição do materialismo. Esses resultados estão alinhados com a pesquisa conduzida por Poltrich *et al.* (2016), que identificou uma relação semelhante entre austeridade e materialismo entre os moradores do Rio Grande do Sul. Esses resultados sugerem que existe uma relação complexa entre materialismo, endividamento e comportamento de consumo, especialmente entre os professores investigados. A associação entre materialismo e endividamento indica que as atitudes em relação ao consumo estão influenciadas pelas crenças e valores relacionados aos bens materiais. Além disso, o fato de os professores de Formosa-GO se mostrarem mais austeros em relação ao consumo do que os de áreas urbanas pode indicar a influência do ambiente e das características locais no comportamento de consumo. Isso sugere que fatores como o contexto socioeconômico e cultural podem desempenhar um papel importante nas atitudes em relação ao consumo e ao endividamento. Esse resultado corrobora os de Sadiku; Mjaku; Qarri (2023) em população adulta do Kosovo. A observação de que um aumento na austeridade está associado a uma diminuição do materialismo indica uma possível relação inversa entre esses dois aspectos. Isso pode sugerir que indivíduos que adotam uma postura mais austera em relação ao consumo tendem a valorizar menos os bens materiais e, conseqüentemente, podem estar menos propensos a se endividar em busca de gratificação material.

No entanto, é importante ressaltar que esses resultados são específicos para a amostra e o contexto da pesquisa, e mais estudos são necessários para entender mais profundamente as implicações dessas relações e como elas podem variar em diferentes contextos e populações.

Os resultados revelaram uma dinâmica intrigante na dimensão do hedonismo e do comportamento de consumo dos professores. Observou-se que, à medida que o nível de hedonismo dos professores aumentava, também aumentava o nível de endividamento. Além disso, os professores residentes em Formosa-GO destacaram-se como os mais sensíveis ao hedonismo. Essa constatação aponta para uma ambivalência no comportamento dos professores: embora demonstrem ser austeros em relação ao consumo, também exibem traços de hedonismo. Essa dualidade caracteriza seu comportamento como ambivalente: embora se percebam como pessoas que tomam decisões de consumo de forma austera, na prática, agem de forma

hedonista. Esse resultado encontra respaldo em estudos anteriores, como o de Denegri *et al.* (2012), realizado com estudantes universitários chilenos entre 18 e 25 anos. É plausível que o processo de globalização e a adoção do modelo neoliberal tenham contribuído para mudanças nos valores sociais. Especificamente, observa-se uma transição de uma cultura rural marcada pela austeridade para uma sociedade mais urbana caracterizada pelo hedonismo e pela busca da satisfação imediata dos desejos. Esse contexto de transformação social pode influenciar as atitudes e comportamentos em relação ao consumo e ao endividamento, como evidenciado pelos resultados deste estudo.

Na dimensão do endividamento relacionado ao hedonismo, observou-se uma diferença significativa entre homens e mulheres, com os homens mostrando-se mais propensos ao hedonismo do que as mulheres. Esses resultados são apoiados por uma investigação intercultural conduzida por Denegri *et al.* (2021), que analisou 799 adolescentes latino-americanos e também encontrou diferenças de gênero em relação à impulsividade nas compras, sendo os homens os mais propensos a terem atitudes impulsivas. No entanto, estudos anteriores apresentam resultados contraditórios, por exemplo, Rodríguez *et al.* (2016) encontraram evidências de que as mulheres têm uma maior tendência a compras desnecessárias e estão mais propensas a se sentirem felizes após o ato da compra, enquanto Cleveland, Laroche e Papadopoulos (2009) encontraram resultados ambivalentes em estudos interculturais realizados na Suécia, Chile e Grécia. Barros, Denegri e Salazar (2019) destacaram que, em um estudo chileno, os homens mostraram-se mais materialistas e com tendências ao endividamento do que as mulheres, uma tendência também observada em outros estudos conduzidos por Denegri *et al.* (2014) e Mansilla, Denegri e Álvarez, (2016). O estudo de Melo (2018), realizado com adolescentes brasileiros, constatou que, independentemente do gênero, há uma forte influência interpares nas decisões de consumo e nas atitudes materialistas. Essa variedade de resultados destaca a complexidade das relações entre gênero, consumo, materialismo e endividamento, sugerindo que esses padrões podem variar de acordo com o contexto cultural e social. Os estudos realizados por Pontes, Penalóza e Pontes, (2020) e Pinto e Rossato (2019) contribuem para nossa compreensão sobre as diferenças de gênero no comportamento de consumo e endividamento. Pontes, Penalóza e Pontes, (2020) investigaram o comportamento compulsivo e descobriram que as mulheres são mais suscetíveis a esse tipo de comportamento, o que está associado ao endividamento e ao desenvolvimento de emoções negativas, como depressão e ansiedade. Por sua vez, Pinto e Rossato, (2019) conduziram uma pesquisa com 721 estudantes universitários do Rio Grande do Sul e constataram que as mulheres foram mais propensas ao endividamento e ao materialismo. Outro estudo realizado por Pontes e Penalóza (2023), no estado do Ceará, revelou que as atitudes impulsivas e compulsivas de compra, bem como o hedonismo, tiveram um impacto positivo no endividamento de adultos trabalhadores, independentemente do gênero. Esses resultados destacam a importância de considerar as diferenças de gênero ao analisar o comportamento de consumo e endividamento. Eles também ressaltam a necessidade de abordagens diferenciadas para educação financeira e gestão de finanças pessoais, levando em conta as especificidades e desafios enfrentados por homens e mulheres em relação ao consumo e endividamento.

Outra variável relevante para a compreensão do fenômeno foi a etapa de atuação profissional, também foi verificada diferença significativa quanto aos professores da educação infantil e os professores do ensino médio, indicando que as professoras da educação infantil têm

atitudes mais hedonistas que os professores do ensino médio; o mesmo fenômeno ocorreu com os professores do ensino fundamental e do ensino médio. Nessa variável, o nível socioeconômico ou o gênero carecem de uma análise pormenorizada, na educação infantil, as mulheres representam 100% das professoras com renda entre 1 e 3 salários-mínimos, nos anos iniciais do ensino fundamental, essa renda familiar se mantém com poucas variações e o gênero também se mantém. No ensino médio, esse percentual de mulheres dá lugar a uma maior participação masculina e o rendimento médio sobe significativamente. Professores do ensino médio do gênero masculino têm uma remuneração superior às mulheres dos anos iniciais do ensino fundamental e da educação infantil. É possível que a renda familiar tenha exercido influência no endividamento como nos estudos de Santos e Souza (2013), Lucena *et al.* (2014), Castellanos, Denegri e Salazar, (2020), em que a renda foi um elemento importante nas atitudes frente ao endividamento.

Em contrapartida, algumas variáveis não apresentaram influência significativa sobre o endividamento. Três características sociodemográficas permaneceram constantes em relação ao endividamento, tanto nas dimensões de austeridade quanto de hedonismo: classe social, idade e etnia. É plausível que o modelo econômico neoliberal, com seus valores de individualismo e sucesso, influencie de forma abrangente as disparidades sociais e étnicas, contudo essa área prescinde de estudos mais sistematizados. Estudos conduzidos por Mueller, Schilling e Damacena, (2019) não encontraram uma relação direta entre o materialismo e a classe social dos entrevistados, indicando que pessoas materialistas podem ser encontradas em todas as classes sociais, incluindo as classes C, D e E. Esses resultados contrastam com as descobertas de estudos anteriores realizados por Lucena *et al.* (2014), Santos e Souza (2013) e Castellanos, Denegri e Salazar, (2020), que destacam a renda como um fator significativo no endividamento. Essas divergências sugerem uma complexidade nas relações entre materialismo, e endividamento, destacando a importância de considerar múltiplos fatores sociais, econômicos e culturais ao analisar o comportamento de consumo e endividamento. Embora nossa investigação tenha revelado que a classe social não teve uma influência significativa sobre o endividamento, é plausível estabelecer uma relação entre esse fator e a etapa da Educação Básica em que o professor atua. Os professores da educação infantil e do ensino fundamental, que geralmente recebem uma remuneração menor em comparação com os professores do ensino médio, foram os mais propensos ao endividamento neste estudo.

Essa associação entre a etapa de atuação dos professores e o endividamento pode estar relacionada à renda familiar, pois é possível que os professores nessas etapas enfrentem maiores desafios financeiros devido a salários mais baixos. No entanto, é importante ressaltar que a homogeneidade entre os respondentes em relação à classe social pode ter limitado a generalização dos resultados. Essas descobertas sugerem que fatores específicos, como a etapa de atuação profissional, podem desempenhar um papel significativo nas questões financeiras dos professores, influenciando sua propensão ao endividamento.

No caso específico da variável idade, os resultados divergem da literatura, embora em diversos estudos a idade tenha sido consistentemente identificada como um forte preditor de atitudes favoráveis ao endividamento, conforme demonstrado por pesquisas conduzidas por Vieira, Flores e Campara, (2014), Castellanos, Denegri e Salazar, (2020) e Queiroz, Bessa e Modesto, (2023), nossos resultados divergem dessa tendência. No presente estudo, a idade não se mostrou como um preditor significativo de atitudes em relação ao endividamento, apesar de a idade média dos participantes ser de 43,7 anos. Essa discrepância pode sugerir

que, em determinados contextos ou grupos demográficos específicos, outros fatores podem ter uma influência mais significativa nas atitudes em relação ao endividamento do que a idade. É importante considerar que diferentes populações podem responder de maneira distinta aos fatores socioeconômicos e culturais que influenciam o endividamento, o que pode explicar as variações nos resultados entre estudos.

A etnia foi outra variável que não apresentou diferença significativa: negros, brancos ou pardos, igualmente, mostraram tendências materialistas com relação ao endividamento. Independentemente da etnia, classe social e idade verificou-se uma forte influência do materialismo nas atitudes frente ao endividamento dos participantes. É digno de nota o fato de que os professores manifestaram um sentimento de felicidade ao contemplar seus bens e posses, assim como o prazer de comprar, aspectos que receberam alta concordância entre todos os participantes. Esses sentimentos relacionados ao ato de compra revelam que este transcende a mera satisfação de necessidades básicas, influenciando na formação da personalidade, na expressão de gostos, desejos e sentimentos. Essa compreensão do endividamento vai além dos aspectos econômicos, envolvendo fatores comportamentais e sociodemográficos complexos. Estudos como os de Pinto e Rossato (2019) e Almeida e Andrade (2022) ressaltam a importância de considerar esses aspectos multifacetados na análise do fenômeno do endividamento.

De forma mais ampla, é necessário considerar os mecanismos que influenciam o comportamento de consumo. Em uma simples decisão de consumo, diversos fatores estão em jogo, incluindo não apenas considerações racionais, mas também apelos emocionais que envolvem a busca pela sensação de felicidade e bem-estar, reforçando o status e o sentimento de poder. Além disso, o marketing desempenha um papel significativo, utilizando estratégias personalizadas e apelos à criação de necessidades imaginárias, que induzem à urgência e estimulam impulsos de consumo. Essas estratégias são frequentemente reforçadas pela disponibilidade fácil de crédito, com apelos simbólicos ao bem-estar pessoal, facilidade de pagamento e a necessidade de afirmação social (Silva *et al.*, 2020). A compra impulsiva não apenas amplifica o comportamento materialista, mas também está intrinsecamente ligada a apelos emocionais (Almeida; Andrade, 2022). Essa prática promove um sistema de valores materialistas, com ênfase na busca pela felicidade e bem-estar através da aquisição imediata de produtos. O comportamento impulsivo dos compradores nem sempre pode ser explicado apenas pela racionalidade, pois uma série de fatores psicológicos e culturais também desempenha um papel significativo.

O endividamento exerce um impacto profundo no bem-estar psicológico das pessoas, afetando sua ansiedade, expectativas para o futuro, estilo de vida e saúde mental. Este pode desencadear problemas como depressão, ansiedade e baixa autoestima (Artifon; Piva; 2014). Além disso, o endividamento está diretamente associado a comportamentos como compras compulsivas, comparação social, materialismo e vulnerabilidade ao consumo (Almeida; Andrade, 2022). É importante reconhecer que as pessoas não são inteiramente racionais em suas decisões de consumo, como sugerido por Kahneman e Tversky, (1979). Por trás do endividamento e da propensão ao materialismo, existem aspectos comportamentais que incluem questões sociais e psicológicas (Fermiano; Bessa, 2019). Essa compreensão mais ampla é essencial para abordar eficazmente os desafios associados ao endividamento e ao comportamento de consumo.

De modo geral, os resultados deste estudo apontam para a complexidade do fenômeno investigado. Quando examinamos a relação entre os construtos e as variáveis sociodemográficas

dos entrevistados, verificou-se divergências entre os resultados deste estudo e os de outros autores, tanto em contextos internacionais quanto no cenário brasileiro. Essas discrepâncias apontam para a necessidade de conduzir mais pesquisas para entender as causas dessas diferenças. Esses resultados ressaltam a complexidade do comportamento financeiro e a necessidade de análises mais detalhadas e contextuais para compreender plenamente as atitudes em relação ao endividamento, consumismo e materialismo em diferentes grupos e contextos.

Considerações finais

Os resultados deste estudo revelaram níveis significativos de materialismo entre os professores, indicando o impacto substancial desse fenômeno sobre eles. Além disso, o materialismo emergiu como um preditor do endividamento, influenciando diretamente o comportamento financeiro dos participantes. Esses achados são consistentes com as descobertas de outros estudos, tanto em contextos nacionais quanto internacionais. A observação de comportamentos semelhantes em diferentes contextos reforça alguns pressupostos teóricos, incluindo a ideia de que o endividamento e o materialismo estão interligados e não podem ser compreendidos isoladamente. Pelo contrário, eles são influenciados por uma variedade de fatores comportamentais, sociais, culturais e psicológicos, exigindo uma abordagem multidisciplinar para uma compreensão mais abrangente. Essa perspectiva multidisciplinar é essencial para uma análise ampla do endividamento e do materialismo, e pode fornecer insights valiosos para o desenvolvimento de estratégias eficazes de intervenção e prevenção.

É fundamental analisar esses aspectos para contribuir com a elaboração de programas de educação financeira destinados a essa população, bem como para refletir sobre a organização da formação de educadores em nosso país. É importante lembrar que os professores desempenham papéis diversos como formadores de opinião, modelos de conduta e influenciadores comportamentais. Diante desse cenário, é essencial compreender os comportamentos relacionados aos fenômenos econômicos para propor programas de educação econômica e financeira tanto na educação básica quanto na formação inicial de professores. Essas iniciativas não apenas podem auxiliar os educadores a gerir suas finanças de forma mais eficaz, mas também capacitá-los a transmitir esses conhecimentos aos alunos, preparando-os para tomadas de decisão financeira mais conscientes e responsáveis no futuro.

Embora este estudo esteja limitado a uma região brasileira e analise uma amostra pequena de professores, ele reflete as mudanças transversais que os indivíduos enfrentam ao se inserirem no mundo econômico, um tema que merece ser explorado e aprofundado em estudos futuros. Por outro lado, embora não tenham sido observadas diferenças significativas com relação à etnia, é importante revisitar esse aspecto em pesquisas subsequentes e examinar as emoções associadas ao ato de comprar. Esta investigação representa um avanço no conhecimento, especialmente no contexto dos professores, ao ajudar a preencher lacunas na literatura e fornecer uma base sólida para pesquisas futuras. Ao destacar os desafios enfrentados pelos professores em relação ao endividamento e ao materialismo, este estudo contribui para uma compreensão mais abrangente dos aspectos financeiros e psicossociais dessa profissão.

Referências

- ALESSIO, G. A; IEZZI, S. Household over-indebtedness - Definition and measurement with Italian data. **Research Papers in Economics** (Bank of Italy, Economic Research and International Relations Area)-Vol. 36, pp 496-517. 2013. Disponível em: https://ideas.repec.org/p/bdi/opques/qef_149_13.html Acesso em: 31 Mai. 2024.
- ALMEIDA, I. J; ANDRADE, V. L. P. Os fatores psicológicos envolvidos no processo de endividamento sob a perspectiva da psicologia econômica. **Cadernos Almeida de Psicologia desde el Caribe**, Juiz de Fora, v.4, n. 7, p.490-507. 2022. Disponível em: <https://seer.uniacademia.edu.br/index.php/cadernospsicologia/article/view/3287>. Acesso em: 31 mai.2024.
- ARTIFON, S; PIVA, M. Endividamento nos dias atuais: fatores psicológicos implicados nesse processo. **Psicologia PT**, O portal dos psicólogos. 2014. Disponível em: <https://www.psicologia.pt/artigos/textos/A0771.pdf>. Acesso em: 31 mai. 2024.
- BARROS, S; DENEGRI, M; SALAZAR, P. Consumo, actitudes hacia el endeudamiento, materialismo e influência de pares en adolescentes rurales. **Interdisciplinaria**, 36(1), 203–219. 2019. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/180/18060087014/html/> Acesso em: 31 mai.2024.
- BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo** (2ª ed.). Lisboa: Edições 70. 2019.
- BELK, R. W. Materialism: Trait aspects of living in the material world. **Journal of Consumer Research**, 12(3), 265–280. 1985. Disponível em: <https://academic.oup.com/jcr/article-abstract/12/3/265/1856866?redirectedFrom=fulltext&login=false> Acesso em: 31 Mai. 2024.
- BURROUGHS, J. E; RINDFLEISCH, A. Materialism and Well-Being: A Conflicting Values Perspective. **Journal of Consumer Research**, 29(3), 348–370. 2002. <https://doi.org/10.1086/344429>
- CASTELLANOS, L. M; DENEGRI, M; SALAZAR, P. A. Adolescentes chilenos: compra, valores materiales y satisfacción com la vida. **Revista Electrónica de Investigación Educativa**, 22(04), 1–11. 2020. <https://doi.org/10.24320/redie.2020.22.e04.2155>
- CLAIR, J. K. S. Consumer Identity: A Comprehensive Review and Integration of Contemporary Research. Comp. by: Keerthana J Stage: Proof Chapter No.: 7. Lambertonet al. 2023.
- CLEVELAND, M; LAROCHE, M; PAPADOPOULOS, N. Cosmopolitismo, etnocentrismo do consumidor e materialismo: um estudo de antecedentes e resultados em oito países. **Journal of International Marketing**, 17(1), 116–146. 2009. <https://doi.org/10.1509/jimk.17.1.116>
- DENEGRI, M; SEPÚLVEDA, J; GODOY, M. Actitudes hacia la Compra y el Consumo de estudiantes de Pedagogía y profesores en ejercicio en Chile. **Psicología desde el Caribe**, (28), 1–23. 2011. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/213/21320758002.pdf>. Acesso em 31 mai. 2024.
- DENEGRI, M. *et al.* Escala de Actitudes hacia el Endeudamiento: validez factorial y perfiles actitudinales en estudiantes universitarios chilenos. **Universitas Psychologica**, 11(2), 497–509. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/pdf/rups/v11n2/v11n2a12.pdf> Acesso em 31 mai.2024.

DENEGRI, M, *et al.* Actitudes hacia el consumo, compra y materialismo em estudiantes universitarios de pedagogía en Chile. *Fronteras – Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 1(2), 45–62. 2014. Disponível em: <https://revistas.ufro.cl/ojs/index.php/fronteras/article/view/208> acesso em 31 mai. 2024.

DENEGRI, M. *et al.* Alfabetización económica y actitudes hacia la compra en universitários posterior a un programa de educación económica. *Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, 15(29), 65–81. 2016. DOI: 10.21703/rexe.20162965814

DENEGRI, M, *et al.* Estilos de consumo, actitudes hacia el dinero, y materialismo en adolescentes chilenos y ecuatorianos. *Perfiles Latinoamericanos*, 29(58). 2021. <https://doi.org/10.18504/pl2958-013-2021>

DITTMAR, H; LONG, K; BOND, R. When a better self is only a button click away: associations between materialistic values, emotional and identity-related buying motives, and compulsive buying tendency online. *Journal of Social y Clinical Psychology*, 26(3), 334–361. 2007. DOI:10.1521/jscp.2007.26.3.334

FERMIANO, M. B; BESSA, S. **Educação econômica e para o consumo**. Curitiba: Aprris. 2019.

GOGOI, B. J; SHILLONG, I. Do impulsive buying influence compulsive buying? *Academy of Marketing Studies Journal* Volume 24, Issue 4, 2020. Disponível em: <https://www.abacademies.org/articles/do-impulsive-buying-influence-compulsive-buying-9531.html> Acesso em: 31 Mai. 2024.

GOLDBERG, M., GORN, G., PERACCHIO, L. A., BAMOSSY, G. Understanding Materialism Among Youth. *Journal of Consumer Psychology*, 13(3), 278–288. 2003. https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1303_09

GUSMÁN, R. V.; HERREJON, R. Z. Endeudamiento y salud: dos conceptos relacionados en el desarrollo del pensamiento socioeconómico. *Investigación y Práctica en Psicología del Desarrollo*, 6, 3-22. 2020. doi: 10.33064/ippd 62801. DOI: <https://doi.org/10.33064/ippd62801>

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

KAHNEMAN, D; TVERSKY, A. **Source:** *Econometrica*. Vol. 47, N. 2 pp. 263-291. 1979. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/1914185> Acesso em: 31 Mai. 2024.

KSHATRIYA, K.; SHAH, P. S. S. A study of the prevalence of impulsive and compulsive buying among consumers in the apparel and accessories market. Vilakshan- XIMB **Journal of Management** Vol. 20 No. 1, 2023 pp. 2-24 Emerald Publishing Limited 0973-1954 DOI 10.1108/XJM-12-2020-0252

KING, R. B. Materialism is detrimental to academic engagement: Evidence from self-report surveys and linguistic analysis. *Current Psychology*, 37, 1–8. 2018. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9843-5>

- LUCENA, W. G; SANTOS, J. M. A., ASSIS, J. T; SANTOS, M. C. Fatores que influenciam o endividamento e a inadimplência no setor imobiliário da cidade de Toritama-PE à luz das finanças comportamentais. **Holos**, 6, 90–113. 2014. <https://doi.org/10.15628/holos.2014.1084>
- MANSILLA, L; DENEGRI, M; ÁLVAREZ, B. Relación entre actitudes hacia el endeudamiento y locus de control del consumido en estudiantes universitarios. **Suma Psicológica**, 23(1), 1–9. 2016. <https://doi.org/10.1016/j.sumpsi.2015.11.002>
- MATOS, C.A.; VIEIRA, V; BONFANTI, K; METTE, M. B. Antecedents of indebtedness for low-income consumers: the mediating role of materialism. **Journal of Consumer Marketing** 36/1. 2019. 92–101. <http://dx.doi.org/10.1108/JCM-09-2017-2352>
- 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 de Mestrado em administração, Universidade Estadual do Ceará]. Repositório Institucional UECE. 2018. Disponível em: <http://siduece.uece.br/siduece/trabalhoAcademicoPublico.jsf?id=82756> Acesso em 31 mai.2024.
- MUELLER, A; SCHILLING, F. R; DAMACENA, C. Materialismo: a influência dos valores culturais e das variáveis demográficas. **E G Economia e Gestão**, 19(53). 2019. <https://doi.org/10.5752/P.1984-6606.2019v19n53p22-39>
- MUTSONZIWA, K; FANTA, A. B. Over-indebtedness and its welfare effect on households: Evidence from the Southern African countries. **African Journal of Economic and Management Studies** (Emerald Publishing Limited)-Vol. 10, Iss: 2, pp 185-197. 2019. DOI: 10.1108/AJEMS-04-2018-0105
- NASCIMENTO, J. S; ABREU, N. R; NASCIMENTO, J. A. Análise da influência dos antecedentes do materialismo nos adolescentes. **BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, 14(3), 228–239. 2017. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/3372/337253581007/html/> Acesso em: 31 Mai.2024.
- PAULA, T; PENALÓSA, V; VASCONCELOS, I.M.D; SOUZA, M.C.R. O “mal-estar” da dívida: uma representação social do endividamento para consumidores de baixa renda. **Revista Vivências Erechim** v. 17; n. 33. p. 121-138 jul./dez. 2021. DOI: <https://doi.org/10.31512/vivencias.v17i33.448>
- PINTO, N. G. M; ROSSATO, M. V. P. Análise da propensão ao endividamento em um contexto universitário. **Revista do Cepe**, Santa Cruz do Sul, n. 49, p. 115-130. 2019. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/228505005.pdf> Acesso em: 31 Mai. 2024.
- POLTRICH, A. C. G. *et al.* Modelando a propensão ao endividamento: os fatores comportamentais e socioeconômicos são determinantes. **Revista Facultad de Ciencias Económicas**, 24(2), 85–110. 2016. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v24n2/v24n2a06.pdf> Acesso em: 31 Mai. 2024.
- PONCHIO, M. C; ARANHA, F. Materialism as a predictor variable of low income consumer behavior when entering into installment plan agreements. **Journal of Consumer Behaviour**, 7(1), 21–34. 2008. <https://doi.org/10.1002/cb.234>

PONTES, M. D. M ; PENALÔZA, V. Alfabetização econômica e endividamento: quando hábitos superam o conhecimento. **Revista Econômica do Nordeste**, 54(3), 8–31. 2023. <https://doi.org/10.61673/ren.2023.1365>

PONTES, M. D. M; PENALOZA, V; PONTES, T. L. D. Os impactos das dificuldades financeiras nas condutas de consumo: as diferenças entre gêneros. **Innovar**, 30(75), 31–41, 2020. <https://doi.org/10.15446/innovar.v30n75.83237>

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 Conjuntura-BOCA**. 15(44). 2023. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8226741>

REIS, F. I; MENDES, K. Y; GRIGION, A. C. Causas e consequências da dívida no cartão de crédito: uma análise multifatores. **Revista de Administração São Paulo**, 50(2), 169–182. 2015. <https://doi.org/10.5700/rausp1192>

RICHINS, M. L. Valuing things: the public and private meanings of possessions. **Journal of Consumer Research**, 21(3), 504–521. 1994. <https://doi.org/10.1086/209414>

RICHINS, M. L. The material values scale: measurement properties and development of a short form. **Journal of Consumer Research**, 31(1), 209–219. 2004. <https://doi.org/10.1086/383436>

RICHINS, M. L; CHAPLIN, L. N. Material Parenting: How the Use of Goods in Parenting Fosters Materialism in the Next Generation. **Journal of Consumer Research**, 41(6), 1333–1357. 2015. <https://doi.org/10.1086/680087>

RICHINS, M. L; DAWSON, S. Consumer values orientation for materialism and its measurement. **Journal of Consumer Research**, 19, 303–317. 1992. <https://doi.org/10.1086/209304>

RODRÍGUEZ, M. L. *et al.* Análisis del comportamiento de compra para identificar compradores compulsivos em Saltillo, Coahuila, México. **Revista Internacional Administración Finanzas**, 5(5), 27–44. 2016. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2916395> Acesso em: 31 Mai. 2024.

SADIKU, K. M; MJAKU. G; QARRI, A. Consumer Behavior in Decision Making - What are the Factors? **International Journal of Membrane Science and Technology**, Vol. 10, No. 3, pp. 1-6. 2023. DOI: <https://doi.org/10.15379/ijmst.vi.1257>

SANTOS, T. D; SOUZA, M. J. B. Materialismo entre crianças e adolescentes: o comportamento do consumidor infantil de Santa Catarina. **Revista Gestão Organizacional**, 6(1), 45–58. 2013. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/25928/materialismo-entre-criancas-e-adolescentes--o-comportamento-do-consumidor-infantil-de-santa-catarina> Acesso em 31 Mai. 2024.

SEGEV, S; SHOHAM, A; GAVISH, Y. A closer look into the materialism construct: the antecedents and consequences of materialism and its three facets, **Journal of Consumer Marketing**, Vol.32 No.2, pp.85-98. 2015.

SILVA, A. P. *et al.* Finanças pessoais: um estudo da relação entre a educação financeira e o endividamento dos servidores da Universidade Federal do Ceará. **Gestão e serviços**. V. 11, N.2. 2020. <https://doi.org/10.15603/2177-7284/regs.v11n2p3189-3213>

SORELLE, M. **Indebted Societies: Credit and Welfare in Rich Democracies**. By Andreas Wiedemann. Cambridge: Cambridge University Press, 2021.

THE JAMOVI PROJECT. Jamovi (version 2.2) [Computer software]. <https://www.jamovi.org>. 2021.

TRINDADE, L. L; RIGHI, M. B; VIEIRA, K. M. De onde vem o endividamento feminino? Construção e validação de um modelo PLS-PM. **REAd – Revista Eletrônica de Administração**, 73(3), 718–746. 2012. <https://doi.org/10.1590/S1413-23112012000300006>

VIEIRA, K. M; FLORES, S. A. M CAMPARA, J. P. Propensão ao endividamento no Município de Santa Maria (RS): verificando diferenças em variáveis demográficas e culturais. **Teoria e Prática em Administração**, 4(2), 180–205. 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tpa/article/view/19582> Acesso em: 31 Mai. 2024.

WARD, S; WACKMAN, D. Children's purchase influence attempts and parental yielding. **Journal of Marketing Research**, 9(3), 316–320. 1972. <https://doi.org/10.1177/002224377200900312>.