

A influência do materialismo, educação financeira e valor atribuído ao dinheiro na propensão ao endividamento das gerações X e Y

The influence of materialism, financial education and the value attributed to money on the propensity for indebtedness of generations X and Y

La influencia del materialismo, la educación financiera y el valor atribuido al dinero en la propensión al endeudamiento de las generaciones X e Y

Marcelo André Valenzuela Sales

Universidade de São Paulo - USP

Av. Bandeirantes, 3900 – Monte Alegre – Ribeirão Preto – SP – CEP: 14.040-905

 <https://orcid.org/0009-0009-6216-4557>

e-mail: marcelo.saleszuela@gmail.com

Márcia Mitie Durante Maemura

Universidade Federal de Uberlândia - UFU

Av. João Naves de Ávila, 2121 – Santa Mônica – Uberlândia – MG – CEP: 38.408-100

 <https://orcid.org/0000-0001-9690-1249>

e-mail: mitie.maemura@gmail.com

Tabajara Pimenta Junior

Universidade de São Paulo - USP

Av. Bandeirantes, 3900 – Monte Alegre – Ribeirão Preto – SP – CEP: 14.040-905

 <https://orcid.org/0000-0001-5438-7800>

e-mail: taba.jr@usp.br

Victor Biaggi Evangelista

Universidade de São Paulo - USP

Av. Bandeirantes, 3900 – Monte Alegre – Ribeirão Preto – SP – CEP: 14.040-905

 <https://orcid.org/0000-0002-2057-1041>

e-mail: victorbiaggiangelista@gmail.com

Resumo: As gerações X e Y representam grupos marcados por diferentes contextos econômicos e sociais, o que influencia suas atitudes em relação ao consumo, ao dinheiro e ao endividamento.. Este estudo teve como objetivo analisar o impacto do materialismo, da educação financeira e do valor atribuído ao dinheiro no endividamento de indivíduos pertencentes a essas gerações. Por meio de redes sociais e e-mail, realizou-se uma pesquisa quantitativa descritiva com aplicação de um questionário em escala Likert composto 55 questões. Foram utilizados o Teste ANOVA, regressões lineares múltiplas e análises de mediação para testar dez hipóteses, das quais três foram confirmadas. Os resultados mostraram que o valor atribuído ao dinheiro exerce impacto positivo e significativo na propensão ao endividamento da geração X, além de mediar sua relação entre materialismo e endividamento. Para a geração Y, a educação financeira apresentou impacto negativo e significativo na propensão ao endividamento. De modo geral, não foram observadas diferenças relevantes entre as gerações quanto à percepção sobre o dinheiro. O estudo contribui para o avanço da literatura ao examinar conjuntamente o materialismo, a educação financeira e o valor atribuído ao dinheiro em diferentes gerações, tema ainda pouco explorado. Em termos práticos, os resultados reforçam a importância de compreender as motivações financeiras de cada faixa etária, o que pode subsidiar estratégias de educação financeira mais eficazes e adequadas às características de cada geração.

Palavras-chave: Materialismo. Educação Financeira. Gerações X e Y.

Abstract: *Generations X and Y represent groups marked by different economic and social contexts, which influence their attitudes towards consumption, money, and indebtedness. This study aimed to analyze the impact of materialism, financial education, and the value attributed to money on the indebtedness of individuals belonging to these generations. A descriptive quantitative survey was conducted using social networks and email, employing a Likert scale questionnaire composed of 55 questions. ANOVA, multiple linear regressions, and mediation analyses were used to test ten hypotheses, of which three were confirmed. The results showed that the value attributed to money has a positive and significant impact on the propensity for indebtedness in Generation X, in addition to mediating the relationship between materialism and indebtedness. For Generation Y, financial education had a negative and significant impact on the propensity for indebtedness. Overall, no relevant differences were observed between the generations regarding the perception of money. This study contributes to the advancement of the literature by jointly examining materialism, financial education, and the value attributed to money across different generations, a topic that has been little explored. In practical terms, the results reinforce the importance of understanding the financial motivations of each age group, which can support more effective financial education strategies better suited to the characteristics of each generation.*

Keywords: *Materialism. Financial Education. Generations X and Y.*

Resumen: *Las generaciones X y Y representan grupos marcados por distintos contextos económicos y sociales, lo que influye en sus actitudes hacia el consumo, el dinero y el endeudamiento. El objetivo de este estudio fue analizar el impacto del materialismo, la educación financiera y el valor atribuido al dinero en el endeudamiento de individuos pertenecientes a estas generaciones. A través de redes sociales y correo electrónico, se realizó una investigación cuantitativa y descriptiva mediante la aplicación de un cuestionario con escala Likert compuesto por 55 ítems. Se utilizaron pruebas ANOVA, regresiones lineales múltiples y análisis de mediación para contrastar diez hipótesis, de las cuales tres fueron confirmadas. Los resultados mostraron que el valor atribuido al dinero ejerce un impacto positivo y significativo en la propensión al endeudamiento de la generación X, además de mediar su relación entre materialismo y endeudamiento. Para la generación Y, la educación financiera presentó un impacto negativo y significativo en la propensión al endeudamiento. En general, no se observaron diferencias relevantes entre las generaciones respecto a la percepción del dinero. El estudio contribuye al avance de la literatura al examinar conjuntamente el materialismo, la educación financiera y el valor atribuido al dinero en diferentes generaciones, un tema aún poco explorado. En términos prácticos, los resultados refuerzan la importancia de comprender las motivaciones financieras de cada grupo etario, lo que puede orientar estrategias de educación financiera más eficaces y adecuadas a las características de cada generación.*

Palabras clave: Materialismo. Educación Financiera. Generaciones X e Y.

Introdução

Na sociedade contemporânea, a qualidade de vida das pessoas está fortemente relacionada à satisfação de suas necessidades (Scoassado & Plotze, 2024). Nesse contexto, muitos indivíduos percebem que seus padrões de consumo e os bens que possuem refletem suas preferências pessoais e passam a ser avaliados pelas percepções que os outros constroem a partir disso (Silva et al., 2024). Essa dinâmica torna-se ainda mais evidente em contextos marcados por desigualdade social, nos quais o consumo pode assumir o papel de ascensão simbólica, exercendo uma influência positiva sobre a autoestima (Campos et al., 2023).

Como consequência, identifica-se que esta cultura de consumo pode levar à valorização excessiva dos bens materiais, que em certos casos chega a sobrepor princípios morais (Scoassado & Plotze, 2024; Silva et al., 2024). Além disso, pesquisas indicam que indivíduos mais orientados pelo materialismo, ao tentar reduzir uma lacuna percebida em relação aos outros, tendem a adotar padrões de consumo intensos e sem planejamento racional, o que pode levar a níveis elevados de endividamento e à perda de controle das finanças pessoais (Silva et al. 2017; Pradhan et al., 2018; Matos et al., 2019; Silva et al., 2024; Li et al., 2024).

Além do materialismo, a literatura identifica que o nível endividamento está associado a outros fatores, tais como a educação financeira (Zhang & Fan, 2022; Steven & Linawati, 2023; Fitriadi et al, 2025), o nível de autocontrole (Lind et al., 2020; Tahir et al., 2021), a percepção do valor do dinheiro (Minella et al., 2017), os efeitos das crise econômicas, a pressão comercial exercida pelas instituições financeiras, a propensão individual ao endividamento (Gutiérrez et al., 2017), bem como das redes de contato e do comportamento compulsivo (Almenberg et al. , 2021).

Esses fatores têm sido examinados em diferentes contextos. A produção acadêmica concentra-se, por exemplo, no estudo do endividamento entre jovens (Minella et al., 2017; Squires & Ho, 2023; Fitriadi et al, 2025), nas diferenças de comportamento entre gêneros (Almenberg et al., 2021) e em análises de produtos financeiros específicos, como cartões de crédito e empréstimos estudantis (Pradhan et al. , 2018; Matos et al ., 2019; Zhang & Fan, 2022; Li et al., 2024).

Apesar desses avanços, observa-se a escassez de estudos que investiguem como os determinantes do endividamento se manifestam entre diferentes gerações. A época em que o indivíduo nasceu, suas vivências, local de moradia, profissão, fatores psicológicos e eventos históricos moldam o comportamento financeiro, criando padrões distintos entre grupos geracionais (Dospinescu et al., 2019; Housel, 2021).

Com base nesse contexto, o presente estudo busca responder à seguinte questão: qual o impacto do materialismo, da educação financeira e do valor atribuído ao dinheiro sobre o endividamento de indivíduos das gerações X e Y?

Portanto, o objetivo desta pesquisa é analisar o impacto do materialismo, da educação financeira e do valor atribuído ao dinheiro no endividamento das gerações X e Y. Seguindo a abordagem de Minella et al. (2017), o estudo não contempla variáveis financeiras objetivas, como renda, patrimônio, condições de crédito ou taxas de juros, nem o histórico familiar de endividamento. O foco concentra-se em aspectos comportamentais e perceptivos que influenciam as decisões financeiras individuais.

Este estudo contribui para o avanço da literatura ao examinar de forma integrada o materialismo, a educação financeira e o valor atribuído ao dinheiro em diferentes gerações, um tema ainda pouco explorado na área de finanças comportamentais. Ao considerar simultaneamente esses fatores, a pesquisa amplia a compreensão sobre os determinantes subjetivos do endividamento e evidencia como valores e conhecimentos financeiros moldam as atitudes diante do consumo e do crédito. Em termos práticos, os resultados oferecem subsídios para o desenvolvimento de políticas e estratégias de educação financeira mais eficazes, ajustadas às características e motivações específicas de cada faixa etária.

Elementos teóricos da pesquisa

A geração X, composta por pessoas nascidas entre 1965 a 1980, desenvolveu-se em um período de incertezas e mudanças sociais (Severo et al., 2017). No Brasil, vivenciou restrições à liberdade de expressão, pouco acesso à formação profissional, instabilidade da moeda e sucessivos planos econômicos, fatores que impactaram de forma negativa a vida das pessoas. Por essa razão, passou a valorizar a segurança no emprego e estabilidade financeira (Ribeiro & Chiusoli, 2022).

Já entre 1981 e 1994, em um cenário marcado pelo avanço tecnologias e pela globalização, surgiu a geração Y, ou Millennials. Esse grupo é caracterizado pela capacidade de realizar múltiplas tarefas, pela ênfase nos resultados sem considerar o caminho percorrido para alcançá-los, pela busca por rapidez nos processos, pela valorização da realização profissional e pela abertura a novas oportunidades (Oliveira et al., 2012).

Essas condições e características contribuíram para aguçar um comportamento materialista na geração Y, tornando-a mais consumista e impulsiva em comparação com a geração X (Lissitsa & Ofrit, 2016). A compra por impulso, sem planejamento, pode elevar o nível de endividamento e gerar perda de controle sobre as finanças pessoais (Matos et al., 2019; Silva et al., 2024; Li et al., 2024). Entretanto, Anisa et al. (2020) ressaltam que, quando os indivíduos têm consciência de sua real capacidade financeira e compreendem o impacto de suas escolhas, a propensão ao consumo impulsivo e seus efeitos negativos tende a diminuir.

Esse processo de conscientização pode ser favorecido pela educação financeira, que estabelece as bases para os comportamentos financeiros e da gestão financeira pessoal dos recursos. Ao compreender os principais conceitos financeiros, os indivíduos desenvolvem maior capacidade administrar suas finanças e de tomar decisões mais eficazes (Koskelainen et al., 2023; Scoassado & Plotze, 2024). As evidências empíricas confirmam essa relação ao mostrar que níveis mais baixos de educação financeira estão associados a dívidas excessivas e problemas de crédito, como identificado por Tsai (2016). De forma complementar, Lone e Bhat (2022) apontam que indivíduos com maior educação financeira tendem a apresentar melhor bem-estar financeiro. Além disso, Lusardi e Tufano (2015) demonstraram que custos mais elevados de empréstimos, cartão de crédito e níveis superiores de inadimplência decorrem de menores níveis de alfabetização financeira.

Esse conjunto de evidências indica que níveis mais elevados de educação financeira tendem a reduzir comportamentos impulsivos de consumo e a mitigar os riscos de endividamento entre os indivíduos das diferentes gerações. Com base nessa discussão, formula-se as seguintes hipóteses de pesquisa:

H_1 : A educação financeira influencia negativamente o endividamento das gerações X.

H_2 : A educação financeira influencia negativamente o endividamento das gerações Y.

O consumo está relacionado ao comportamento individual público e privado, sendo influenciado pelo senso de identidade, bem-estar, relacionamentos e pelas interações sociais que se estabelecem por meio da troca de dinheiro e bens materiais (Dittmar et al., 2007). Esse comportamento pode estimular à valorização excessiva dos bens materiais, que em determinados casos chega a sobrepor a princípios morais (Scoassado & Plotze, 2024; Silva et al., 2024). Richins (2011) destacam

que o materialismo contribui de forma significativa para o endividamento tanto em nível individual quanto social.

Pesquisas anteriores reforçam essa associação ao indicarem que o materialismo está vinculado ao endividamento (Matos et al., 2019). Pradhan et al. (2018) identificaram o materialismo como o preditor mais forte de comportamentos de risco relacionados ao uso de cartão de crédito, enquanto Li et al. (2024) observaram que consumidores altamente materialistas são mais propensos a utilizarem cartões de crédito para compras não essenciais, como itens de luxo e lazer, o que pode resultar em maior endividamento. Além disso, Twenge e Kasser (2013) acrescentam que esse comportamento pode variar de acordo com a geração, ao demonstrar que a importância atribuída ao dinheiro e à posse de produtos caros se intensificou em relação às gerações anteriores, o que reforça a formulação das seguintes hipóteses de pesquisa:

H₃: O materialismo influencia positivamente o endividamento da geração X.

H₄: O materialismo influencia positivamente o endividamento da geração Y.

O dinheiro apresenta múltiplos significados atribuídos pelos indivíduos e, embora tenha sido inicialmente concebido por seu caráter material e utilitário como meio de troca que possibilitava a aquisição de bens, seu significado foi se transformando ao longo do tempo, passando a englobar dimensões que ultrapassam suas funções instrumentais (Lopes et al., 2023). Trata-se de um conceito multidimensional, associado a distintas concepções individuais e simbólicas, que variam desde a aceitação social de seu caráter ambíguo até aspectos de natureza psicológica (Cohen et al., 2019).

Moreira (2002) argumenta que o valor atribuído ao dinheiro pode apresentar conotações positivas, relacionadas ao prazer, ao progresso e à estabilidade, mas também negativas, associadas a sentimento de desigualdade e sofrimento. Barros et al. (2018) observam que o significado do dinheiro depende da quantidade possuída, enquanto Cohen et al. (2019) destacam que diferentes culturas atribuem sentidos distintos à forma de adquiri-lo e de gastá-lo, o que reforça a ideia de que o prazer em consumir e a percepção de poder associada ao ato de gastar podem estimular o consumo impulsivo e, conseqüentemente, elevar o nível de endividamento (Pinto & Rossato, 2019).

Evidências empíricas corroboram essa relação ao mostrarem que, entre universitários, os valores atribuídos ao dinheiro estão relacionados à cultura e à preocupação financeira o que tende a reduzir a propensão ao endividamento (Vieira et al., 2014). Em contrapartida, Minella et al. (2017) e Torres et al. (2024) identificaram uma relação positiva e significativa entre o valor do dinheiro e o nível de endividamento entre jovens, enquanto Lopes et al. (2023) acrescentam que tanto o valor atribuído ao dinheiro quanto a propensão ao endividamento podem ser influenciados por fatores comportamentais e por eventos econômicos, como a pandemia da Covid-19, o que conduz a formulação das seguintes hipóteses:

H₅: Os valores do dinheiro influenciam positivamente o endividamento da geração X.

H₆: Os valores do dinheiro influenciam positivamente o endividamento da geração Y.

A partir das discussões anteriores, observa-se que a educação financeira, o materialismo e os valores atribuídos ao dinheiro influenciam de maneira distinta o comportamento financeiro dos

indivíduos e, conseqüentemente, o seu nível de endividamento. Contudo, essas relações não ocorrem de forma isolada, uma vez que os significados atribuídos ao dinheiro podem atuar como mecanismo explicativo que conecta os diferentes construtos analisados.

Nessa perspectiva, os valores atribuídos ao dinheiro podem representar um elo entre o conhecimento financeiro e o comportamento de endividamento, bem como entre o materialismo e a propensão a contrair dívidas. Assim, propõem-se as seguintes hipóteses de mediação:

H_7 : Os valores atribuídos ao dinheiro mediam a relação entre a educação financeira e o endividamento da geração X.

H_8 : A educação financeira media a relação entre os valores atribuídos ao dinheiro e o endividamento da geração Y.

H_9 : Os valores atribuídos ao dinheiro mediam a relação entre o materialismo e o endividamento da geração X.

H_{10} : A educação financeira media a relação entre o materialismo e o endividamento da geração Y.

Elementos metodológicos da pesquisa

A amostra do estudo foi composta por 170 participantes, selecionados a partir de um total de 195 respondentes. Foram excluídos 25 respondentes que não atendiam aos critérios de inclusão, os quais exigiam pertencimento às gerações X (nascidos entre 1965 e 1980) ou Y (nascidos entre 1981 e 1994) e residência no Brasil. A amostragem adotada foi não probabilística por conveniência, composta majoritariamente por indivíduos do estado de São Paulo, embora também tenham participado respondente de outras regiões do país.

Para a coleta de dados, utilizou-se um questionário estruturado, adaptado do modelo proposto por Flores (2012), também aplicado no estudo de Minella et al. (2017). O instrumento foi composto por 55 questões, distribuídas em quatro blocos temáticos correspondentes as variáveis investigadas, e mensuradas por meio de uma escala Likert de cinco pontos, variando de 1 (“discordo totalmente”) a 5 (“concordo totalmente”). As questões aparecem relatadas na seção dos Resultados.

Sobre o Endividamento foram apresentadas 12 questões, cujas respostas possibilitam analisar as percepções dos indivíduos em relação a crédito, controle financeiro pessoal e percepções subjetivas sobre o endividamento. Sobre o Materialismo, foram apresentadas 10 questões, cujas respostas possibilitam elucidar a relação das gerações X e Y com o status obtido por meio de bens materiais, além de gerar dados sobre a relação entre felicidade e poder de compra. Sobre o Valor Atribuído ao Dinheiro, foram apresentadas 8 questões, cujas respostas permitem avaliar o impacto que o dinheiro possui no psicológico dos indivíduos, gerando sentimentos de poder ou de preocupação, além da compreensão de como o dinheiro interfere na maneira como pessoas sentem que são vistas socialmente. Por fim, sobre a Educação Financeira, foram propostas 25 questões que abordam tópicos relacionados a controle de gastos, gestão financeira, inadimplência e educação financeira por parte de conhecidos. Nesta seção do questionário, diferentemente de Minella *et al.* (2017), foram adicionadas 4 questões voltadas à educação financeira obtida através de instituições, seja por meio de cursos online gratuitos e pagos ou por informações fornecidas em escolas e faculdades.

A aplicação ocorreu de forma on-line, entre novembro e outubro de 2022, utilizando a plataforma Google Docs. O questionário foi disseminado por redes sociais, e-mails e aplicativos de mensagens, visando atingir os indivíduos com perfil compatível com os critérios de inclusão. Antes de responderem, os participantes foram informados sobre os objetivos da pesquisa e sobre a garantia do anonimato das respostas.

Para o tratamento dos dados, foram utilizados alguns procedimentos estatísticos. Cada uma das dimensões apresentadas teve sua média e seu desvio-padrão calculados, com o objetivo de observar tendências dentro de cada dimensão e verificar a variação de grau obtido pelos dados. Para a comparação das médias obtidas, foi utilizado o teste ANOVA de um fator, assim como Minella *et al.* (2017). Para a análise efetiva dos dados, foram realizadas regressões lineares múltiplas, buscando a provável relação de uma variável dependente (endividamento) com demais variáveis independentes, neste caso: materialismo, valor atribuído ao dinheiro e educação financeira.

Ainda, no caso de hipóteses rejeitadas, foi realizada uma análise de mediação. De acordo com Preacher e Hayes (2004), a mediação é um mecanismo através do qual a variável independente foca é apta a influenciar a variável dependente.

Apresentação e discussão dos resultados

Inicialmente, realizou-se uma análise demográfica com o objetivo de caracterizar o perfil dos respondentes e contextualizar os resultados obtidos nas etapas seguintes. A média de idade foi de 51 anos para a geração X e 38 anos para a geração Y. A amostra foi bem distribuída entre homens e mulheres, com 52% do público feminino. Na geração X, 60% dos respondentes eram mulheres, enquanto na geração Y, 42%.

Em termos de escolaridade, mais de 93% dos respondentes possuíam, no mínimo, ensino superior completo, e 54% tinham pós-graduação ou MBA, padrão mantido em ambas as gerações. Geograficamente, mais de 86% dos respondentes residiam no estado de São Paulo, seguido pela Bahia e Minas Gerais com 5% cada. Na geração X, 85% moravam em São Paulo, 6% na Bahia e 5% em Minas Gerais. Na geração Y, 88% residiam em São Paulo, 3% na Bahia e 4% em Minas Gerais.

Considerando o perfil demográfico apresentado, procedeu-se à análise das variáveis relacionadas ao endividamento, cujos resultados estão descritos na Tabela 1, contemplando as notas mínimas e máximas, médias e desvios-padrão por geração.

Tabela 1 - Resultados sobre Endividamento

Dimensões	Mín.	Máx.	Média		DP	
			X	Y	X	Y
Não é certo gastar mais do que ganho	1	5	4,73	4,67	0,78	0,79
É melhor primeiro juntar dinheiro e só depois gastar	1	5	4,19	4,13	0,92	1,17
Eu sei quanto devo em lojas, cartão ou banco	1	5	4,54	4,01	0,92	1,26
Acho normal fazer dívidas para pagar suas coisas	1	5	1,91	1,99	1,04	1,08
Prefiro parcelar a poupar para comprar à vista	1	5	2,68	2,28	1,26	1,29
É importante saber controlar os gastos da casa	1	5	4,79	4,90	0,56	0,34
Prefiro pagar parcelado mesmo que seja mais caro	1	5	1,47	1,58	0,79	0,95
Pessoas se decepcionariam se soubessem que devo	1	5	2,87	2,57	1,37	1,32
Não tem problema ter dívida se sei que posso pagar	1	5	3,67	3,28	1,22	1,47
Os serviços financeiros são complicados para mim	1	5	2,62	2,46	1,39	1,35

Comprar no cartão e pagar a fatura mensalmente é uma forma inteligente de gerir seu dinheiro	1	5	3,54	3,57	1,29	1,35
Sou organizado para gerir o dinheiro no dia a dia	1	5	3,87	4,03	1,14	1,13

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

Os dados da Tabela 1 mostram que as gerações X e Y concordam que não é certo gastar mais do que se ganha, com médias de 4,73 e 4,67, respectivamente. Ambas as gerações também valorizam o controle dos gastos domésticos, refletido nas médias de 4,79 para a geração X e 4,90 para a geração Y. Além disso, há uma forte desaprovação em relação ao uso de pagamentos parcelados com juros, com médias de 1,47 para a geração X e 1,58 para a geração Y. No entanto, a opinião sobre o uso de cartões de crédito é relativamente neutra, com médias de 3,54 para a geração X e 3,57 para a geração Y. Um ponto de diferença é o conhecimento das próprias dívidas, onde a geração X (4,54) sente-se mais segura que a geração Y (4,01), indicando maior confiança, embora a diferença seja sutil.

Esses achados evidenciam uma percepção de consciência quanto à gestão do orçamento pessoal, sugerindo que ambas as gerações reconhecem a relevância do planejamento financeiro e da moderação nos gastos. Essa postura está alinhada ao estudo de Flores e Vieira (2014), que destacam que indivíduos com comportamento mais cauteloso e percepção de risco mais elevada apresentam menor propensão ao endividamento, bem como aos resultados de Lopes et al. (2023), que identificaram atitudes associadas à responsabilidade e ao controle financeiro. Em contrapartida, há certa divergência em relação a Kim et al. (2018), cujos resultados apontam que os *Millennials* possuem menor consistência na gestão financeira. No presente estudo, a geração Y apresentou médias semelhantes e, em alguns casos, ligeiramente superiores às da geração X nas dimensões ligadas ao controle financeiro, o que pode refletir não apenas diferenças culturais e econômicas do contexto brasileiro, mas também a familiaridade tecnológica dessa geração, que favorece o acesso a informações e ferramentas digitais voltadas à gestão das finanças pessoais. A seguir, apresenta-se a Tabela 2 para que seja discutida a variável relacionada ao materialismo.

Tabela 2 - Resultados sobre Materialismo

Dimensões	Min.	Máx.	Média		DP	
			X	Y	X	Y
Eu admiro quem tem carros e roupas caras	1	5	2,35	2,51	1,29	1,32
Eu gosto de gastar dinheiro com coisas caras	1	5	1,95	2,31	1,11	1,10
A vida seria melhor com coisas que hoje não tenho	1	5	1,78	2,26	0,99	1,17
Comprar coisas me dá muito prazer	1	5	2,93	2,75	1,26	1,21
Eu ficaria mais feliz se pudesse comprar mais coisas	1	5	2,47	2,71	1,25	1,41
Eu gosto de ter coisas que impressionam as pessoas	1	5	1,52	1,85	0,91	1,15
Eu gosto de muito luxo em minha vida	1	5	1,80	2,24	1,01	1,21
Me incomoda quando não posso comprar o que quero	1	5	2,04	2,44	1,01	1,21
Gastar dinheiro é uma das coisas importantes da vida	1	5	1,35	1,68	0,66	1,00
Sou impulsivo e compro coisas que não preciso	1	5	1,97	2,38	1,13	1,40

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

A análise da Tabela 2 revela que tanto a geração X quanto a Y discordam das dimensões relacionadas ao materialismo. Ambas rejeitam a importância de gastar muito dinheiro e possuir bens materiais que impressionem, com médias de 1,35 e 1,68 para a afirmação sobre dinheiro, e 1,52 e 1,85

sobre posses, respectivamente. Esses resultados indicam que as duas gerações não se identificam com valores materialistas, em consonância com a concepção de Kasser (2016) de que a busca por bens materiais não é necessariamente um determinante central bem-estar. Ao mesmo tempo, o posicionamento mais neutro diante da ideia de comprar para obter prazer (médias de 2,93 e 2,75) se aproxima da indiferença observada entre os jovens no estudo de Minella *et al.* (2017), que não encontraram relação significativa entre materialismo e propensão ao endividamento, sugerindo uma visão mais equilibrada de consumo.

Em contrapartida, os resultados diferem de estudos recentes conduzidos em outros contextos culturais, como os de Li et al. (2024) e Torres et al. (2024), que identificaram uma associação positiva entre materialismo, consumo impulsivo e endividamento, indicando que valores materialistas podem incentivar comportamentos financeiros de risco. No presente estudo, observa-se ainda que a geração X tende a ser mais cética quanto à ideia de que a compra de novos objetos melhora a qualidade de vida (média de 1,78) e quanto à apreciação pelo luxo (média de 1,80) em comparação com a geração Y (médias de 2,26 e 2,24). Apesar dessas pequenas diferenças, ambas as gerações discordam da noção de que a felicidade aumenta com a capacidade de compra (médias de 2,47 e 2,71), resultado que converge com a argumentação de Clark et al. (2008), segundo a qual o aumento do consumo não implica, necessariamente, em maior satisfação pessoal. Assim, os achados reforçam a predominância de atitudes financeiras moderadas e baixo alinhamento com valores materialistas, sobretudo quando comparados a contextos em que o consumo exerce papel mais expressivo na definição de bem-estar e status social. A próxima variável a ser analisada será a de valor atribuído ao dinheiro, expressa na Tabela 3.

Os resultados da Tabela 3, evidenciam que tanto a geração X quanto a Y atribuem ao dinheiro um caráter predominantemente funcional, e não simbólico. Em ambas, observa-se elevada concordância com a afirmação de que o bem-estar espiritual é mais importante que dinheiro (médias de 4,30 e 4,21, respectivamente, enquanto afirmações associadas ao poder e à desconfiança apresentam médias mais baixas ou neutras, como “quem tem dinheiro tem autoridade sobre os outros” (2,46 e 3,01) e “dinheiro gera desconfiança sobre as pessoas” (2,69 e 3,35). Nota-se ainda que a geração X é mais cética quanto aos possíveis efeitos negativos do dinheiro, como a angústia associada a ele (2,58 frente a 3,18), ao passo que a geração Y se mostra mais neutra em aspectos sociais, como “quem tem dinheiro é valorizado socialmente” (3,76 e 3,88) e “o dinheiro constrói um mundo melhor” (3,35 e 2,72). Quando comparados aos resultados de Minella *et al.* (2017), observa-se que as médias para o bem-estar espiritual são superiores às encontradas naquele estudo (3,73), indicando uma valorização mais expressiva de dimensões não materiais. Esses achados sustentam a proposição de Dittmar *et al.* (2014) de que o bem-estar pessoal não está positivamente relacionado com dinheiro e valores materialistas.

Tabela 3 - Resultados de valores atribuídos ao dinheiro

Dimensões	Min.	Máx.	Média		DP	
			X	Y	X	Y
Quem tem dinheiro tem autoridade sobre os outros	1	5	2,46	3,01	1,30	1,36
Dinheiro gera desconfiança sobre as pessoas	1	5	2,69	3,35	1,27	1,26
Bem-estar espiritual é mais importante que dinheiro	1	5	4,30	4,21	0,90	1,10

Dinheiro provoca angústia	1	5	2,58	3,18	1,18	1,38
O dinheiro constrói um mundo melhor	1	5	3,35	2,72	1,09	1,19
Quem tem dinheiro é valorizado socialmente	1	5	3,76	3,88	1,16	1,06
Com dinheiro eu investiria em pesquisas científicas	1	5	3,48	3,39	1,14	1,23
Ficarei realizado quando alcançar minhas metas	1	5	3,69	3,67	1,11	1,27

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

Os resultados obtidos convergem com Minella et al. (2017), que identificaram entre os jovens brasileiros o reconhecimento dos limites do dinheiro como fonte de status e a importância atribuída à economia pessoal e ao equilíbrio financeiro. Da mesma forma, Buffon e Mello (2020) apontam que o dinheiro é percebido como meio de estabilidade e planejamento, enquanto Lopes et al. (2023) destacam sua associação à segurança e à autonomia financeira. Em contrapartida, parte dos achados difere dos resultados de Torres et al. (2024), que observaram, em estudantes mexicanos, uma relação positiva entre o valor atribuído ao dinheiro e o aumento do endividamento, indicando que a valorização excessiva de seus benefícios pode estimular decisões financeiras de maior risco. No contexto brasileiro, contudo, o dinheiro parece ser concebido majoritariamente como instrumento de controle e segurança, e não de distinção social, possivelmente influenciado pela familiaridade tecnológica da geração Y, que favorece o acesso a informações financeiras e ferramentas de gestão, estimulando comportamentos mais conscientes na administração das finanças pessoais. Por fim, a última variável a ser estudada e analisada é a de educação financeira, evidenciada na Tabela 4 a seguir.

Conforme apresentado na Tabela 4, as gerações X e Y demonstram altos níveis de concordância com as afirmativas relacionadas à educação financeira, indicando consciência sobre a importância de planejar e administrar adequadamente os recursos pessoais. Ambas as gerações reconhecem que a educação financeira contribui para alcançar estabilidade econômica e evitar dívidas, com médias de 4,62 e 4,58, respectivamente. Esses resultados evidenciam que o conhecimento financeiro é percebido como ferramenta de autonomia, controle e segurança nas decisões de consumo.

Os achados dialogam com a literatura ao associarem educação financeira a atitudes mais prudentes e maior controle orçamentário (Minella et al., 2017; Lone & Bhat, 2022), ao mesmo tempo em que reconhecem o papel formativo na consolidação de hábitos sustentáveis (Scoassado & Plotze, 2024). Também acolhem o alerta para possíveis efeitos de confiança excessiva no uso de crédito quando o conhecimento não vem acompanhado de moderação comportamental (Torres et al., 2024), o que está em linha com a ênfase de Gathergood (2012) na necessidade de autocontrole para evitar endividamento, reforçando que educação financeira e autorregulação devem caminhar juntas.

Tabela 4 - Resultados da educação financeira

Dimensões	Min.	Máx.	Média		DP	
			X	Y	X	Y
Me preocupo em gerenciar melhor o dinheiro	1	5	4,47	4,53	0,81	0,82
Anoto e controlo os gastos mensais	1	5	3,57	3,64	1,30	1,32
Estabeleço metas que afetam minhas finanças	1	5	3,51	3,78	1,29	1,18
Sigo um orçamento ou plano de gastos semanal ou mensal	1	5	3,24	3,07	1,39	1,28

Fico mais de um mês sem fazer o controle dos gastos	1	5	2,83	3,04	1,57	1,53
Estou satisfeito com o sistema de controle das finanças	1	5	3,34	3,32	1,33	1,30
Já fiz um curso de gestão financeira	1	5	2,31	2,38	1,64	1,62
Um curso de gestão financeira me faria poupar mais	1	5	3,78	3,67	1,26	1,20
A educação financeira é uma prioridade no momento	1	5	3,09	3,08	1,22	1,33
A escola me ajudou a cuidar melhor do meu dinheiro	1	5	2,48	2,18	1,57	1,44
Pago as contas sem atraso	1	5	4,28	4,58	1,31	1,00
Fico atento aos custos de comprar um produto no crédito	1	5	4,29	4,19	1,06	1,24
Uso cartão de crédito por não ter dinheiro suficiente	1	5	2,04	1,69	1,36	1,21
Ao comprar a prazo, comparo opções de crédito	1	5	4,20	3,83	1,11	1,39
Mais de 10% da minha renda mensal está comprometida com compras à crédito (exceto imóvel ou veículo)	1	5	2,81	2,78	1,56	1,72
Pago a fatura do cartão em dia e evito juros e multa	1	5	4,80	4,68	0,75	0,77
Confiro a fatura do cartão para evitar cobranças indevidas	1	5	4,37	4,07	1,18	1,19
Poupo mensalmente	1	5	3,83	4,33	1,36	1,24
Poupo para comprar itens de maior valor (carro, imóvel etc)	1	5	3,11	3,60	1,52	1,54
Tenho reservas de valor igual a 3 x minha renda mensal	1	5	3,83	3,92	1,58	1,61
Comparo preços ao fazer uma compra	1	5	4,59	4,46	0,84	0,80
Analiso bem, antes de fazer alguma compra	1	5	3,71	3,90	1,31	1,16
Compro por impulso	1	5	2,16	2,49	1,15	1,24
Prefiro comprar a prazo, a poupar e comprar à vista	1	5	2,34	2,36	1,28	1,29
Amigos e familiares me aconselham sobre finanças	1	5	2,42	2,49	1,36	1,49

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

Uma diferença intergeracional notável é observada na questão da poupança mensal, com a geração Y poupando mais (média de 4,33) em comparação com a geração X (média de 3,83). A maior inclinação da geração Y para poupar é confirmada também em relação à poupança com objetivos específicos. A análise estatística utilizando o teste ANOVA não identificou diferenças significativas entre os grupos em termos de sexo, nível de escolaridade ou local de moradia, exceto a variação na prática de poupança mensal entre as gerações. De modo geral, o estudo destaca que, embora existam variações sutis, as práticas financeiras das gerações X e Y são semelhantes, com uma tendência maior na geração Y para a poupança. A Tabela 5, a seguir, apresenta os resultados da análise estatística.

Tabela 5 - Teste ANOVA Unifatorial

Variáveis	Sexo		Escolaridade	
	X	Y	X	Y
Endividamento	0,431	0,447	0,772	0,222
Materialismo	0,378	0,867	0,758	0,025
Valor atribuído ao dinheiro	0,124	0,743	0,249	0,640
Educação financeira	0,208	0,949	0,368	0,056

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

Como é possível verificar na Tabela 5, apenas em uma situação o valor-p se mostrou abaixo do nível de significância de 5%. Com um valor-p = 0,025 (2,5%), identificou-se uma alteração significativa na geração Y em relação à variável de materialismo para pessoas com nível de escolaridade diferentes. Vale destacar que foram analisados os respondentes com ensino superior completo e aqueles com pós-graduação ou MBA, já que representavam, juntos, quase 95% da amostra total. Dessa forma, entende-se que há variação entre esses dois grupos em relação a valores materialistas. É importante ressaltar que, na variável de educação financeira referente à geração Y no nível de escolaridade, quase rejeitou-se a hipótese natural de que as médias não se diferenciam estatisticamente. Isso se deu pelo valor-p = 0,056 (5,6%), no limite do nível de significância. Contudo, como valor-p segue sendo maior que 5%, não existem argumentos suficientes para sustentar a hipótese de que há alteração significativa nesse grupo.

Após a análise realizada através do teste ANOVA de um fator, o tratamento estatístico dos dados seguiu para a verificação das hipóteses levantadas no início deste estudo. Para tanto, foram realizadas regressões lineares múltiplas, aplicadas separadamente para cada geração. No caso da presente pesquisa, a variável dependente definida foi a de endividamento, ao passo que as variáveis independentes seriam o materialismo, o valor atribuído ao dinheiro e a educação financeira.

Como dois grupos distintos estão sendo analisados, foram realizadas duas regressões, a fim de que os dados de uma geração não fossem contaminados com os dados da outra. Para simplificar a análise, inicialmente será disposta a regressão e a subsequente análise da geração X, para em seguida apresentar a visão da geração Y.

Para a geração X, o valor de R^2 obtido foi de 0,393, indicando que as variáveis independentes explicam cerca de 39,3% da propensão ao endividamento desse grupo, conforme apresentado na Tabela 6.

Tabela 6 - Regressão linear múltipla da geração X

Variáveis	β	erro-padrão	valor-p
Endividamento (constante)	,378	,539	,415
Educação financeira	,102	,112	,914
Valor atribuído ao dinheiro	,199	,090	,206
Materialismo	,063	,072	,872

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

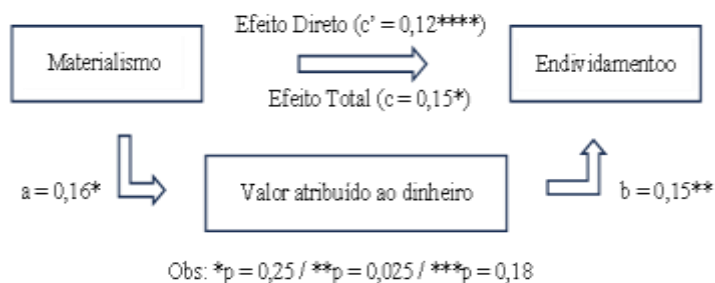
Partindo para a avaliação das hipóteses levantadas, é possível observar que a Hipótese 1, a qual propõe que a educação financeira influencia de maneira negativa e significativa o endividamento da geração X, foi rejeitada. Isso se dá pelo valor-p de 0,364, acima do nível de significância de 5%. Dessa forma, há de se interpretar que a educação financeira não influencia de maneira negativa e significativa o endividamento nessa geração.

Em relação a Hipótese 3, referente à influência positiva e significativa que o materialismo pode exercer no endividamento da geração X, também foi rejeitada. Dado o nível de significância, o valor-p de 0,387 não é suficiente para sustentar a hipótese. Dessa forma, entende-se que o materialismo não influencia positivamente e significativamente a propensão ao endividamento dessa geração.

Por outro lado, a Hipótese 5 foi confirmada. Segundo essa hipótese, os valores atribuídos ao dinheiro influenciam de maneira positiva e significativa o endividamento da geração X. Com um valor-p de 0,031 (3,1%), menor do que 5%, existem suficientes argumentos para afirmar que, de fato, essa influência existe.

A Hipótese 7 surge após a Hipótese 1 ser rejeitada, buscando entender se os valores atribuídos ao dinheiro podem mediar a relação entre educação financeira e endividamento na geração X. Para isso, foi realizada uma análise de mediação e os resultados são apresentados na Figura 1. É importante reforçar que a análise de mediação busca avaliar o efeito de uma variável preditora (educação financeira) em outra (endividamento), através de uma variável interveniente (valor atribuído ao dinheiro).

Figura 1 - Valor atribuído ao dinheiro mediando educação financeira e endividamento

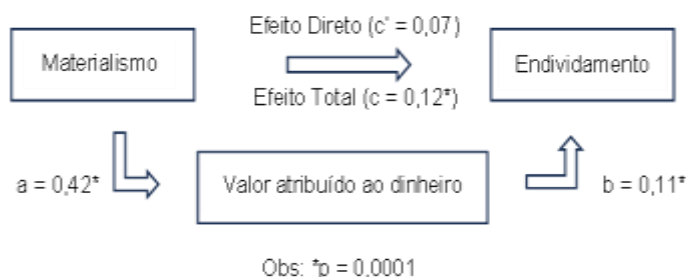


Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

Com um intervalo de confiança de 95% (-0,022, 0,076), o efeito da mediação não é significativo, pois o valor-p ultrapassa o nível de significância de 5%, atingindo 0,18 (18%) no efeito indireto. Dessa forma, a Hipótese 7 é rejeitada, implicando que a variável de valor atribuído ao dinheiro não media a relação entre educação financeira e endividamento da geração X.

A Hipótese 9 tem como objetivo identificar o papel mediador dos valores atribuídos ao dinheiro na relação entre materialismo e endividamento na geração X. A Figura 2 apresenta os resultados dessa análise de mediação.

Figura 2 - Valor atribuído ao dinheiro mediando materialismo e endividamento



Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

Com um intervalo de confiança de 95% (-0,009, 0,112), o efeito da mediação foi significativo, atingindo o valor de 0,047. Dessa forma, a variável de valor atribuído ao dinheiro mediou, aproximadamente, 41,6% a relação entre materialismo e endividamento na geração, confirmando a Hipótese 5. Vale que destacar que o valor-p é significativo, ficando na casa de 0,0001.

Passando para a análise da geração Y, a regressão indicou um R^2 de 0,309, ou seja, de 30,9%. Tal coeficiente indica que as variáveis independentes da geração Y explicam apenas 30,9% da propensão ao endividamento dessa geração, cerca de 9% a menos do que a geração X. Dessa forma, o modelo desta regressão possui menos poder explicativo. Assim como feito para a geração X, a Tabela 7 apresentará os resultados para a geração Y.

Tabela 7 - Regressão linear múltipla da geração Y

Variáveis	β	erro-padrão	valor-p
Endividamento (constante)	,845	,538	,432
Educação financeira	,336	,126	,674
Valor atribuído ao dinheiro	,159	,085	,872
Materialismo	0,038	,048	0,786

Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

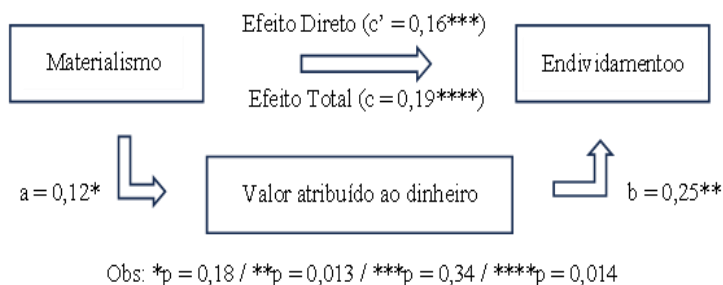
Após verificar a Tabela 7, nota-se como a Hipótese 2, a qual propõe que a educação financeira influencia de maneira negativa e significativa o endividamento da geração Y, foi confirmada com um valor-p de 0,010 (1%), abaixo do nível de significância.

Em contrapartida, tanto a Hipótese 4, quanto a Hipótese 6, foram rejeitadas. Ambas analisam se o materialismo e o valor atribuído ao dinheiro, respectivamente, influenciam positivamente e significativamente o endividamento da geração Y. Isso se dá devido ao valor-p superior a 5%, sendo ele de 0,067 na Hipótese 4 e de 0,436 na Hipótese 6.

Por fim, assim como se deu com a geração X, foram criadas hipóteses para estudar a mediação de uma variável em outra. No caso da geração Y, estudou-se como a educação financeira media a relação entre os valores do dinheiro e o endividamento (Hipótese 8) e entre o materialismo e o

endividamento (Hipótese 10). Os resultados para a Hipótese 8 são apresentados na Figura 3.

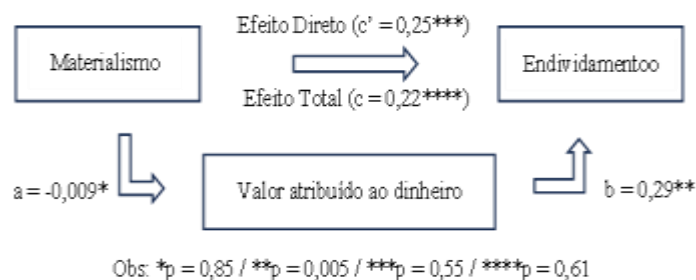
Figura 3 - Educação financeira e o valor atribuído ao dinheiro e endividamento



Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Com um intervalo de confiança de 95% (-0,009, 0,086), o efeito da mediação não se mostrou significativo, visto que o valor-p definido foi de 0,18. Dessa forma, a Hipótese 8 é rejeitada, dando a entender que a variável de educação financeira não media a relação entre valor atribuído ao dinheiro e endividamento da geração Y. A seguir, a Figura 4 apresenta os resultados da análise de mediação para a Hipótese 10.

Figura 4 - Educação financeira mediando materialismo e endividamento



Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Com intervalo de confiança de 95% (-0,033, 0,031), o efeito de mediação não foi significativo, principalmente por causa dos valores-p acima do nível de significância. Logo, assim como a hipótese anterior, a Hipótese 10 foi rejeitada, indicando que a educação financeira não media a relação entre materialismo e o endividamento da geração Y.

No total, foram formuladas dez hipóteses de pesquisa, distribuídas entre as duas gerações analisadas. As hipóteses buscaram avaliar as relações diretas e mediadas entre educação financeira, materialismo, valor atribuído ao dinheiro e endividamento, de modo a compreender como esses fatores se inter-relacionam em cada grupo geracional.

Ao todo, das cinco hipóteses levantadas para a geração X, apenas duas foram confirmadas, sendo elas a Hipótese 5 e a Hipótese 9. Já pelo lado da geração Y, apenas a Hipótese 2 foi confirmada. Dessa forma, observa-se como o valor atribuído ao dinheiro possui impacto positivo e significativo na propensão ao endividamento da geração X, além de mediar a relação entre materialismo e

endividamento. Na geração Y, fica apenas provado que a educação financeira influencia de maneira negativa e significativa a propensão ao endividamento.

Esses resultados reforçam que as relações entre materialismo, educação financeira, valor do dinheiro e endividamento apresentam comportamentos distintos entre as gerações analisadas e são mais complexas do que sugerem os modelos teóricos. A influência positiva da educação financeira e do valor do dinheiro sobre o endividamento corrobora os achados de Minella et al. (2017) e Torres et al. (2024), que também identificaram efeitos significativos dessas variáveis, ainda que com baixo poder explicativo. Em contrapartida, a ausência de relação direta entre materialismo e endividamento diverge de Silva et al. (2024) e Li et al. (2024), cujos resultados apontam que o materialismo pode atuar de forma indireta, mediado por outros fatores comportamentais. A não confirmação da maioria das hipóteses evidencia que o comportamento de endividamento envolve múltiplas dimensões e que sua compreensão requer abordagens mais amplas, capazes de integrar variáveis psicológicas, sociais e financeiras em um mesmo modelo explicativo.

De forma geral, os resultados indicam que, embora o alto nível de escolaridade dos respondentes favoreça maior consciência financeira, as diferenças entre as gerações X e Y são discretas. O valor atribuído ao dinheiro mostrou-se relevante na geração X por refletir uma postura mais cautelosa e orientada à segurança financeira. Já na geração Y, a educação financeira apresentou efeito positivo, possivelmente em razão da maior facilidade de acesso à informação e do uso de recursos tecnológicos que ampliam o aprendizado e a autonomia na gestão do dinheiro.

Considerações Finais

O presente estudo teve como objetivo analisar o impacto do materialismo, da educação financeira e do valor atribuído ao dinheiro no endividamento das gerações X e Y. Buscou-se verificar se essas variáveis, amplamente estudadas de forma isolada, produzem efeitos distintos entre gerações, contribuindo para compreender as particularidades comportamentais que influenciam a propensão ao endividamento.

Os resultados mostraram que, das cinco hipóteses formuladas para a geração X, duas foram confirmadas, enquanto, para a geração Y, apenas uma apresentou significância estatística. De modo geral, os achados indicam que, embora o alto nível de escolaridade dos respondentes favoreça maior consciência financeira, as diferenças entre as gerações são sutis. O valor atribuído ao dinheiro destacou-se na geração X por refletir uma postura mais cautelosa e voltada à segurança financeira. Já entre os indivíduos da geração Y, a educação financeira apresentou efeito positivo, possivelmente em razão do maior acesso à informação e do uso de recursos tecnológicos que ampliam o aprendizado e a autonomia na gestão do dinheiro.

O estudo contribui para o avanço da literatura ao examinar, de forma conjunta, o materialismo, a educação financeira e o valor atribuído ao dinheiro em diferentes gerações, tema ainda pouco explorado. Em termos práticos, os resultados reforçam a importância de compreender as motivações financeiras de cada faixa etária, uma vez que valores e conhecimentos sobre finanças influenciam de modo distinto as decisões de consumo e endividamento, permitindo orientar estratégias de educação financeira mais eficazes e adequadas às características de cada geração.

Apesar de ter alcançado seus objetivos, o estudo apresenta limitações. A amostra foi composta

majoritariamente por indivíduos com alto nível de escolaridade, o que pode ter influenciado os resultados ao refletir maior consciência financeira. Além disso, o número reduzido de itens em algumas variáveis limitou a significância estatística de certas relações. Também é importante reconhecer que o estudo foi desenvolvido durante a pandemia da COVID-19, um contexto excepcional que pode ter afetado as percepções e comportamentos financeiros de cada geração de forma distinta.

Para pesquisas futuras, recomenda-se ampliar a diversidade da amostra em termos de escolaridade e perfil socioeconômico, além de reavaliar a métrica de separação entre gerações. Diante das rápidas transformações sociais e tecnológicas, é possível que o intervalo entre gerações se reduza e novas dinâmicas comportamentais surjam. Assim, estudos longitudinais e comparativos poderão oferecer uma compreensão mais abrangente e atualizada sobre como o materialismo, a educação financeira e o valor do dinheiro continuam a influenciar o endividamento em diferentes grupos geracionais.

Referências

Almenberg, J., Lusardi, A., Sävje-Söderbergh, J. & Vestman, R. (2021). Attitudes towards debt and debt behavior. *The Scandinavian Journal of Economics*, 123(3), p. 780-809. <https://doi.org/10.1111/sjoe.12419>

Anisa, N. A., Arifin, S., Setyowati, L., Hidayah, N., & Megasari, A. D. (2020). Financial literacy on impulsive buying behavior in Y generation. *Quantitative Economics and Management Studies*, 1(1), p. 70-75. <https://doi.org/10.35877/454RI.qems1180>

Barros, S. C., Alvaro, J. L. & Borges, L. O. (2018). Significados do trabalho e do dinheiro: Quais suas funções sociais? *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, 18(1), p. 282-290. <http://dx.doi.org/10.17652/rpot/2018.1.13395>

Buffon, G. & Mello, G. R. (2020). A influência do significado do dinheiro na atitude ao endividamento dos acadêmicos dos cursos de administração. *Revista ADMPG*, 10, p. 1-16. <https://revistas.uepg.br/index.php/admpg/article/view/15076>.

Campos, P. D. O. & Costa, M. F. D. (2023). Regulatory focus and construal level theory on low-income consumer indebtedness: evidence from an emerging market. *International Journal of Emerging Markets*, 18(10), p. 4343-4362. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-08-2020-0870>

Clark, A. E., Frijters, P. & Shields, M. A. (2008). Relative income, happiness, and utility: an explanation for the easterlin paradox and other puzzles. *Journal of Economic Literature*, 46(1), p. 95-144. <http://dx.doi.org/10.1257/jel.46.1.95>

Cohen, D., Shin, F. & Liu, X. (2019). Meanings and functions of money in different cultural milieus. *Annual Review of Psychology*, 70(1), p. 475-497. [2019 https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010418-103221](https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010418-103221)

Dittmar, H., Bond, R., Hurst, M. & Kasser, T. (2014). The relationship between materialism and personal well-being: a meta-analysis. *Journal of personality and social psychology*, 107(5), p. 879-924. <https://psycnet.apa.org/buy/2014-44347-005>

Dittmar, H., Long, K. & Bond, R. (2007). 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 and Clinical Psychology*, 26(3), p. 334-361. <https://doi.org/10.1521/jscp.2007.26.3.334>

Dospinescu, O., Anastasiei, B. & Dospinescu, N. (2019). Key factors determining the expected benefit of customers when using bank cards: an analysis on millennials and generation z in Romania. *Symmetry*, 11(12), p. 1-20. <https://doi.org/10.3390/sym11121449>

Flores, S. A. M. (2012). *Modelagem de equações estruturais aplicada à propensão ao endividamento: uma análise de fatores comportamentais*. (Dissertação de Mestrado - Universidade Federal de Santa Maria). <http://repositorio.ufsm.br/handle/1/4621>

Fitriadi, D. C., Jhoansyah, D. & Nurmala, R. (2025). The influence of digital finance, financial literacy and financial inclusion on debt behavior of millennials. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 7(1), p. 130-143. <https://doi.org/10.24256/kharaj.v7i1.6783>

Flores, S. A.M. & Vieira, K. M. (2014). Propensity toward indebtedness: an analysis using behavioral factors. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 3, p. 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2014.05.001>

Gathergood, J. (2012). Self-control, financial literacy and consumer over-indebtedness. *Journal of Economic Psychology*, 33(3), p. 590–602. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.11.006>

Gutiérrez, N. B., Serrano, C. C. & Cuesta-González, M. (2017). A multivariate study of over-indebtedness causes and consequences. *International Journal of Consumer Studies*, 41(2), p. 188-198. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12324>

Housel, M. (2021). *A psicologia financeira: lições atemporais sobre fortuna, ganância e felicidade* (Roberta Clapp, Trad.). Harper Collins (Obra original publicada em 2020).

Kasser, T. (2016). Materialistic values and goals. *Annual Review of Psychology*, 67, p. 489–514. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033344>

Kim, K. T., Anderson, S. G. & Seay, M. C. (2019). Financial knowledge and short-term and long-term financial behaviors of millennials in the United States. *Journal of Family and Economic Issues*, 40(2), p. 194-208. <https://doi.org/10.1007/s10834-018-9595-2>

Koskelainen, T., Kalmi, P., Scornavacca, E. & Vartiainen, T. (2023). Financial literacy in the digital age: a research agenda. *The Journal of Consumer Affairs*, 55(1), p. 507-528. <https://doi.org/10.1111/joca.12510>

Li, Z., Chatterjee, S. & Moorman, D. (2024). Exploring the interplay of materialism, financial socialization, financial capability, and credit card debt. *International Journal of Bank Marketing*, 42(7), p. 2099-2116. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2024-0106>

Lind, T., Ahmed, A., Skagerlund, K., Västfjäll, D. & Tinghög, G. (2020). Competence, confidence,

and gender: the role of objective and subjective financial knowledge in household finance. *Journal of Family and Economic Issues*, 41(4), p.626-638. <https://doi.org/10.1007/s10834-020-09678-9>

Lissitsa, S. & Ofrit, K. (2016). Generation X vs. generation Y – a decade of online shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, p. 304-312. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.04.015>

Lone, U. M. & Bhat, S. A. (2022). Impact of financial literacy on financial well-being: a mediational role of financial self-efficacy. *Journal of Financial Services Marketing*, 3, p. 1-16. <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00183-8>

Lopes, L. F. D., Silva, D. J. C., Moreira, M. G., Kuhn, N. & Moura, G. L. (2023). Significado do dinheiro e a propensão ao endividamento: reflexos da pandemia de COVID-19. *Revista Facultad Ciencias Económicas*, 31(2), p. 21-36. <https://doi.org/10.18359/rfce.6407>

Lusardi, A., Tufano, P. (2015). Debt literacy, financial experiences, and overindebtedness. *Journal of Pension Economics & Finance*, 14(4), p. 332-368. <https://doi.org/10.1017/S1474747215000232>

Matos, C. A., Vieira, V., Bonfanti, K. & Mette, F. M. B. (2019). Antecedents of indebtedness for low-income consumers: the mediating role of materialism. *Journal of Consumer Marketing*, 36(1), p. 92-101. <https://doi.org/10.1108/JCM-09-2017-2352>

Minella, J. M., Bertosso, H., Pauli, J. & Corte, V. F. D. (2017). A influência de materialismo, educação financeira e valor atribuído ao dinheiro na propensão ao endividamento de jovens. *Revista Gestão e Planejamento*, 18, p. 82-201. [10.21714/2178-8030gep.v18.4257](https://doi.org/10.21714/2178-8030gep.v18.4257)

Moreira, A. S. (2002). Dinheiro no Brasil: um estudo comparativo do significado do dinheiro entre as regiões geográficas brasileiras. *Estudos de Psicologia*, 7(2), p. 379-387. <https://doi.org/10.1590/S1413-294X2002000200019>

Oliveira, S. R., Piccinini, V. C. & Bitencourt, B. M. (2012). Juventudes, gerações e trabalho: é possível falar em geração Y no Brasil? *Organizações e Sociedade*, 19(62), p. 551-558. <https://doi.org/10.1590/S1984-92302012000300010>

Pinto, N. G. M. & Rosato, V. P. (2019). Análise da propensão ao endividamento em um contexto universitário. *Estudos do CEPE*, 49, p. 115-130. <https://doi.org/10.17058/cepe.v0i49.13787>

Pradhan, D., Israel, D. & Jena, A. K. (2018). Materialism and compulsive buying behaviour: the role of consumer credit card use and impulse buying. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(5), p. 1239-1258. <https://doi.org/10.1108/apjml-08-2017-0164>

Preacher, K. J. & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods, Instruments, and Computers*, 36, p. 717-731. <https://doi.org/10.3758/BF03206553>

Ribeiro, A. L. & Chiusoli, C. L. (2022). Geração X e Y: diferenças entre o uso dos recursos tecnológicos. *Revista de Administração de Empresas Eletrônica*, 17, p. 1-15. <https://seer.faccat.br/index.php/administracao/issue/view/120>

Richins, M. L. (2011). Materialism, transformation expectations, and spending: implications for credit use. *Journal of Public Policy & Marketing*, 30(2), p. 141-156. <https://doi.org/10.1509/jppm.30.2.141>

Scoassado, A. P. O. V. & Plotze, R. O. (2024). A educação financeira como estratégia para gestão financeira pessoal e melhor qualidade de vida dos jovens. *Brazilian Journal of Education, Technology and Society*, 17(1), p. 158-182. <http://dx.doi.org/10.14571/brajets.v17.n1.158-182>.

Severo, E. A., Ceolin, C. C., Guimarães, J. C. F., Souza, I. R. A. & Decesaro, L. (2017). O significado do trabalho para as gerações x e y no sul do Brasil. *Perspectivas Contemporâneas*, 12(2), p. 04-18. <http://revista.grupointegrado.br/revista/index.php/perspectivascontemporaneas>

Silva, A. H., Azevedo, J. S. & Floriano, M. D. P. (2024). Materialismo, compra por impulso e endividamento: um estudo com consumidores da base da pirâmide. *Pensamiento e Gestión*, (57), p. 94-127. <https://doi.org/10.14482/pege.57.051.106>

Silva, F. M., Silva, A. M., Oliveira, R. L. & Pires, C. O. (2017). Efeito da ansiedade, racionalidade e o uso de recursos financeiros entre materialismo e o comportamento de compra impulsivo. *Revista Ciências Administrativas*, 23(3), p. 415-430. <https://doi.org/10.5020/2318-0722.23.3.415-430>

Squires, S. & Ho, H. W. L. (2023). Generation Z's perceptions and attitudes toward debt: a case study of young consumers in rural Michigan, USA. *Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*, 24(2), p. 133-148. <https://doi.org/10.1108/YC-07-2022-1567>

Steven, S. & Linawati, N. (2023). Determinan debt behavior pengguna platform peer-to-peer lending. *Fair Value: Journal Ilmiab Akuntansi Dan Keuangan*, (6)1, p. 1-7. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>

Tahir, M. S., Ahmed, A. D. & Richards, D. W. (2021). Financial literacy and financial well-being of Australian consumers: a moderated mediation model of impulsivity and financial capability. *International Journal of Bank Marketing*, 39(7), p. 1377-1394. <https://doi.org/10.1108/ijbm-09-2020-0490>

Torres, V. G. L., Montoya, M. M. V. & Benítez, R. L. (2024). Educación financiera, materialismo y valor del dinero: su efecto en el endeudamiento de estudiantes universitarios. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 15(19), p. 1-27. <https://doi.org/10.23913/ride.v15i29.2015>

Tsai, M. C., Dwyer, R. E. & Tsay, R. M. (2016). Does financial assistance really assist? The impact of debt on wellbeing, health behavior and self-concept in Taiwan. *Social Indicators Research*, 125(1), p. 127-147. <https://doi.org/10.1007/s11205-014-0835-z>

Twenge, J. M. & Kasser, T. (2013). Generational changes in materialism and work centrality, 1976-2007: associations with temporal changes in societal insecurity and materialistic role modeling. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 39(7), p. 883-897. <https://doi.org/10.1177/0146167213484586>

Vieira, K. M., Flores, S. A. M. & Campara, J. P. (2014). Propensão ao Endividamento no Município de Santa Maria (RS): Verificando Diferenças em Variáveis Demográficas e Culturais. *Teoria e Prática em Administração*, 4(2), p. 180-205. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4951825>

Zhang, Y. & Fan, L. (2022). Financial capability, financial education, and student loan debt: expected

and unexpected results. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 33(3), p. 324-343.
<https://doi.org/10.1891/JFCP-2021-0039>