

A EDUCAÇÃO FINANCEIRA SOB A PERSPECTIVA DA TEORIA DA ATITUDE: QUAL A PERCEPÇÃO DA GERAÇÃO Z?

INGLÊS

Angélica Schneider Rohling
angelica_sr@hotmail.com

Fabiana Gondim Mariutti
fabiana.mariutti@up.edu.br

Lucas Lautert Dezordi
ldezordi@up.edu.br

Business School - Universidade Positivo, Curitiba, PR

Aprovado em 05/2022

Resumo

Trata-se de um estudo empírico, cujo objetivo é examinar o comportamento dos jovens perante a educação financeira fundamentando-se na teoria da atitude, em que seus três elementos constitutivos (cognitivo, afetivo e conativo) complementam o desenvolvimento do arcabouço teórico e metodológico do estudo. Para a pesquisa, adota-se a abordagem qualitativa de natureza exploratória, por meio de entrevistas (semiestruturada presencial) aplicadas em jovens de uma turma do terceiro ano do curso de Administração de uma universidade privada do estado do Paraná. Com base na análise de conteúdo, é verificado que apesar desses universitários possuírem interesse em relação ao conhecimento financeiro, observa-se falta de coesão comportamental entre diferenciadas intenções e ações. Como contribuição à literatura, reforça-se a importância de aliar o conhecimento financeiro ao entendimento da percepção dos jovens, contextualmente e temporalmente; na prática, recomenda-se a concepção de políticas públicas no âmbito educacional e social para impactos favoráveis de desenvolvimento econômico no Brasil.

Palavras-chave: educação financeira; alfabetização financeira; teoria da atitude; comportamento financeiro de brasileiros; geração Z

Abstract

This is an empirical study, whose objective is to examine the young people's behavior towards financial education based on attitude theory, in which its three constitutive elements (cognitive, affective and conative) complement the development of the theoretical and methodological framework of the study. For the research, the exploratory qualitative approach was adopted, through interviews (semi-structured in person) applied to students in a third-year class of the Administration course at a private university in the state of Paraná. Based on the content analysis, it is verified that although these students are interested in financial knowledge, there is a lack of behavioral cohesion between intentions and actions. Contributing to the literature, the importance of combining financial knowledge with the understanding of young people's perception is reinforced, contextually and temporally; in practice, it is recommended to design public policies in the educational and social sphere for favorable impacts of brazilian economic development.

Keywords: *financial education; financial literacy; attitude theory; brazilian's financial behavior; Z generation.*

1 INTRODUÇÃO

Manter as finanças equilibradas é uma questão delicada para muitas pessoas, aprender sobre dinheiro não faz parte da cultura dos brasileiros e, muitas vezes, causa espanto quando o assunto é abordado. Uma pesquisa realizada em dezembro de 2018 revela que 76% dos brasileiros 'vivem no limite do orçamento' (CNDL/SPC BRASIL, 2018), embora tenha ocorrido uma queda no percentual, comparado aos últimos meses da pesquisa, esse número se mantém alto. Entende-se que viver no limite do orçamento significa gastar no mês todo

o salário recebido nesse mesmo mês; há ainda quem ultrapasse o rendimento, a mesma pesquisa mostra que 43% dos entrevistados terminaram o mês no 'zero a zero' e 33% 'no vermelho' (CNDL/SPC BRASIL, 2018). O especialista em Inteligência Financeira e referência em Educação Financeira, Gustavo Cerbasi, em uma entrevista concedida à revista GV-Executivo em 2012, explica que as pessoas pecam pela falta de planejamento e o erro se encontra, geralmente, nas escolhas que fazem, como a escolha do tamanho da casa, do carro e a escola do filho.

Segundo o especialista, essas escolhas não abrem espaço para uma poupança e, na falta de dinheiro, recorrem ao cheque especial, às financeiras e ao cartão de crédito; ainda sem o planejamento de uma reserva de emergências, as famílias expõem-se constantemente aos imprevistos. Cerbasi (2014) preza o equilíbrio financeiro aliado ao bem-estar como fator fundamental para conquistar objetivos, relata que o que falta no Brasil são escolhas sustentáveis. Em complemento, outro problema que abrange a falta de controle financeiro é o mal planejamento para a aposentadoria, uma pesquisa realizada pela CNDL/SPC Brasil e Banco Central, em março de 2019, mostra que "seis em cada dez brasileiros não se preparam para a aposentadoria", o orçamento apertado é apontado na pesquisa como a principal justificativa.

Devido a atual relevância do tema – educação financeira – pesquisas já foram realizadas sobre o assunto, como a de Potrich, Vieira e Kirch (2015), Coladeli, Benedicto e Lames (2013) e Yoshinaga (2019), tais pesquisas buscam, em geral, apresentar o nível de alfabetização financeira dos indivíduos em determinadas regiões; a influência da educação financeira no comportamento do consumidor no mercado de bens e serviços; e os motivos que fazem com que as pessoas não

poupem adequadamente, para a aposentadoria por exemplo. Nenhum estudo foi encontrado com aprofundamento na análise dos três elementos constitutivos que representam os componentes antecedentes da atitude – respectivamente, cognitivo (o conhecimento), afetivo (a emoção) e conativo (a intenção de comportamento) – em relação às questões financeiras, sendo essa a proposta desta pesquisa. De acordo com os estudos anteriores, observa-se um consenso entre os autores de que a educação financeira deve ser incentivada desde cedo, no início de uma carreira no mercado de trabalho ou ainda na infância. Diversos dados analisados apresentam dificuldades para pessoas de todas as idades, por conseguinte, os jovens não escapam dessas estatísticas: “47% dos jovens da Geração Z não realizam o controle das finanças”, pertencem à Geração Z, segundo a pesquisa, jovens com idade entre 18 e 24 anos.

A pesquisa explica que esses jovens cresceram em um ambiente com recursos tecnológicos, fácil acesso às inúmeras informações e propensão ao auto aprendizado e, mesmo assim, praticamente metade deles não realiza o controle de finanças pessoais. Diversas justificativas para esse cenário foram apontadas pela pesquisa, como o fato de não saber como controlar as finanças, sentir preguiça, não ter hábito ou disciplina e não possuir rendimentos (CNDL/SPC BRASIL, 2019). Portanto, a pesquisa proposta neste estudo buscou aprofundar os conhecimentos perante esse ponto, analisando as atitudes dos jovens em relação à consciência e às práticas financeiras deles.

A falta de conscientização financeira das pessoas, em relação às atitudes que elas tomam em situações que envolvem dinheiro, pode ocasionar diversos problemas em suas vidas, como a vulnerabilidade em situações de imprevistos, o endividamento e a dificuldade para alcançar

planos e metas de vida. Observa-se que essa consciência deve ser adquirida o quanto antes para que, desde jovem, o indivíduo possa buscar a qualidade em suas escolhas e a eficiência no uso de seus recursos financeiros.

Deste modo, para aprofundar o conhecimento sobre esse problema, tal pergunta de pesquisa se fez necessária: “Como a educação financeira dos jovens está relacionada com o uso do dinheiro sob a perspectiva da teoria da atitude?”. Em decorrência aos limites de tempo e viabilidade do estudo, a população estudada foi delimitada para que se possa apresentar efetividade nos resultados, os jovens selecionados para esta pesquisa são estudantes do terceiro ano do curso de Administração de uma instituição de ensino superior privada, localizada no Paraná.

O presente estudo teve como objetivo examinar o comportamento dos jovens sobre a educação financeira fundamentando-se na teoria da atitude; como contribuição à literatura, nota-se a importância de aliar o conhecimento financeiro ao entendimento da percepção dos jovens, contextualmente e temporalmente. Para alcançar tal objetivo, esse estudo apresenta-se, estruturalmente, com: (i) o delineamento da educação financeira e algumas vertentes: alfabetismo financeiro, planejamento financeiro pessoal e comportamento financeiro; (ii) a conceituação da teoria da atitude e seus componentes: cognitivo, afetivo e conativo; (iii) a identificação e classificação conceitual-analítica de como a educação financeira dos jovens está relacionada com seu comportamento com base na teoria da atitude; e (iv) a apresentação da importância de aliar o conhecimento financeiro às atitudes dos jovens, com recomendação pertinente à teoria e à prática.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 FINANÇAS COMPORTAMENTAIS

Para Mussa, Yang, Trovão e Famá (2008) a teoria de finanças comportamentais surgiu como uma tentativa de aperfeiçoar o modelo moderno de finanças. Os estudos sobre comportamento e irracionalidade do homem junto a conceitos de outras áreas, como psicologia e sociologia, auxiliam na compreensão das decisões financeiras dos indivíduos. Há um entendimento de que emoções e erros cognitivos influenciam as decisões dos investidores e, em consequência, as mudanças no mercado. Os autores explicam que “para muitos leigos, uma das impressões que se têm quando se pensa em finanças é a de que se trata de uma área do conhecimento cujo processo decisório é extremamente racional” (MUSSA et al., 2008, p.1). Por ser uma ciência exata, baseada em números, imagina-se que não há espaço para irracionalidade, o que pode não ser verdade. Desta forma, estudos são feitos para compreender o comportamento humano nas tomadas de decisão, diante das decisões financeiras, as intuições e as emoções são tão ou mais relevantes no processo decisório do que as análises cuidadosas e estruturadas. Rogers, Securato e Ribeiro (2007) discorrem em seus estudos a crítica que teóricos de finanças comportamentais fazem à Hipótese de Mercado Eficiente (HME), a HME defende que o comportamento humano é racional, maximiza utilidades esperadas e processa as informações disponíveis de maneira ótima. A investigação empírica realizada pelos autores se baseia na teoria do prospecto, a qual “estipula que o processo de tomada de decisões não é estritamente racional, particularmente quando o tempo disponível é limitado; ao invés disto, os tomadores de decisões usam atalhos mentais no processo” (ROGERS et al., 2007, p.53). Os achados

dos autores “evidenciam que os agentes econômicos tomam decisões muitas vezes incompatíveis com atitudes baseadas no comportamento racional” (ROGERS et al., 2007, p.49), e, em suas conclusões, sugerem que “aspectos comportamentais na tomada de decisões prevalecem no tempo e recebem pouco domínio de vieses culturais” (ROGERS et al., 2007, p.49). Em complemento, os estudos de Cavazotte, Dias Filho e Vilas Boas (2009) abordam o efeito dotação, que provém da teoria prospectiva e busca explicar as tendências de comportamentos dos agentes econômicos. Diante dessas abordagens, pode-se observar a ascensão de aplicações de teorias de análise comportamental em estudos relativos às finanças.

2.2 EDUCAÇÃO FINANCEIRA

A educação financeira pode ser considerada como um ponto de partida para as pessoas enfrentarem as incertas situações do cenário econômico brasileiro e global, portanto, este capítulo busca aprofundar o entendimento do tema com definições e argumentos de autores influentes da área, assim como com resultados de outras pesquisas já realizadas sobre o assunto. Oliveira e Kaspczak (2013) definem educação financeira como um conjunto de técnicas que proporcionam um comportamento e modo de pensar que melhoram as tomadas de decisões financeiras, auxiliando desde um saneamento de dívidas até um possível enriquecimento. De acordo com o Banco Central do Brasil, pode-se definir Educação Financeira como:

A Educação Financeira é o processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram sua compreensão dos conceitos e produtos financeiros. Com informação, formação e orientação claras, as pessoas adquirem os valores e as competências necessários para se tornarem

conscientes das oportunidades e dos riscos a elas associados e, então, façam escolhas bem embasadas, saibam onde procurar ajuda e adotem outras ações que melhorem o seu bem-estar. Assim, a Educação Financeira é um processo que contribui, de modo consistente, para a formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2019).

Para Kiyosaki e Lechter (2014), a educação financeira é o que permite tornar os indivíduos financeiramente responsáveis, com capacidade de processar e aplicar informações financeiras, deste modo, ela capacita pessoas do mundo inteiro a mudarem suas vidas, permitindo-lhes não só sobreviver em épocas turbulentas, mas prosperarem, complementam os autores. Coladeli et al. (2013) ressaltam a relevância da educação financeira ao considerar que as pessoas têm suas vidas afetadas por decisões que tomam ao longo do tempo, os indivíduos realizam escolhas de natureza financeira quando optam por investimentos, ou por consumir no presente ao invés de poupar, ou ainda, por antecipar o consumo mediante contratação de financiamentos; a educação financeira, por sua vez, colabora na qualidade dessas atitudes.

Autores da área compartilham da ideia de que a educação financeira deveria ser mais bem explorada nas escolas e faculdades, a falta desse conhecimento afeta drasticamente a vida das pessoas a curto e longo prazo. Martins (2004) relata que uma criança passa onze anos na educação básica, sendo obrigada a memorizar nomes e datas que, segundo o autor, tem pouca utilidade na realidade e em pouco tempo são esquecidas. O autor explica, na sequência, que o assunto “dinheiro” é, incompreensivelmente, ignorado pelo sistema educacional, o aluno não estuda noções de comércio, economia, finanças ou impostos, conhecimentos que, para o autor,

são fundamentais para ser bem-sucedido em um mundo complexo. Para Cerbasi (2014), a educação formal – composta por escola, faculdade ou curso técnico – é uma preparação suficiente para o trabalho, porém, a vida não se limita a trabalhar, para gerar riquezas ao longo da vida, precisa-se adotar um novo padrão educacional. Martins (2004) complementa ao relatar que, dentro de um curso universitário fora da área de economia, o estudante completará sua formação sem noções de finanças, sendo isso uma falha responsável por muitos fracassos pessoais e familiares. E, mesmo em cursos da área, não existe a preocupação de ensinar finanças pessoais: “em um curso de economia, você aprende a resolver os problemas de um país, mas não aprende a resolver os seus próprios problemas” (MARTINS, 2004, p.5).

2.2.1. ALFABETISMO FINANCEIRO RELACIONADO COM A EDUCAÇÃO FINANCEIRA

A alfabetização financeira pode ser conceituada como “uma combinação de consciência, conhecimento, habilidade, atitude e comportamento necessário para tomar decisões financeiras sólidas e, finalmente, alcançar bem-estar financeiro” (OECD/INFE, 2018, p.4). Potrich, Vieira e Kirch (2015) explicam que a alfabetização financeira vai além da educação financeira e esses dois construtos não podem ser confundidos. Lusardi e Mitchell (2011); Potrich et al. (2015) explicam que devido ao fato de a alfabetização financeira abranger uma série de conceitos como consciência, conhecimento, habilidade e capacidade financeira, é difícil captar de que forma as pessoas processam todas essas informações, ao tomar decisões, em uma pesquisa de duração razoável, embora seja importante avaliar como as pessoas são financeiramente alfabetizadas.

No que tange educação financeira, Rochman (2009) considera o brasileiro praticamente analfabeto, aponta que faltam às pessoas conhecimentos básicos de matemática financeira e não só de mercado de capitais. Exemplifica ao alegar que muitas pessoas acreditam que existe financiamento a juros zero, estratégia utilizada pelos varejistas, quando na verdade, isso é impossível. O autor explica que o analfabetismo financeiro resulta em falta de planejamento de finanças pessoais, afetando diversos fatores, como o equilíbrio das contas familiares, aquisição de casa própria, educação dos filhos, saúde e o bem-estar na aposentadoria. Para Martins (2004), assuntos financeiros como balanço patrimonial, demonstração de renda e fluxo de caixa deveriam ser do conhecimento de todos pois norteiam a vida de qualquer pessoa, pois “muitas pessoas apresentam rejeição diante das expressões financeiras. Como a escola não dá qualquer instrução financeira, a criança cresce e continua ignorando o assunto dinheiro” (MARTINS, 2004, p.30).

Leandro e Gonzalez (2018) analisaram uma pesquisa feita pela Standard & Poor's Ratings Services Global Financial Literacy Survey (2015), a qual envolveu mais de 150 mil pessoas em mais de 140 países, essa pesquisa apresentou que um a cada três adultos no mundo foram considerados alfabetizados financeiramente. Outra pesquisa levantada pelos autores foi da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (2017), a qual apontou que 43%, do total de domicílios do Brasil, fazem regularmente orçamento familiar; há 30% de poupadores ativos no Brasil; e 19% dos brasileiros recorrem aos créditos para complementar renda e cobrir custos básicos de vida. Diante desse quadro, Leandro e Gonzalez (2018) observam divergências nos estudos acadêmicos sobre os benefícios da educação financeira, verificam que existem pesquisas que defendem que as habilidades

financeiras acarretam em melhores resultados em termos de planejamento financeiro e poupança para aposentadoria, no entanto, há pesquisas que mostram que a educação financeira não tem um efeito significativo para essas melhorias. Diante das colocações, Leandro e Gonzalez (2018) chegam a algumas conclusões: um maior tempo de estudo e treinamento sobre assuntos financeiros tendem a maiores resultados, sendo estes mais duradouros, isso ocorre devido a existência de uma “curva de esquecimento”, na qual a capacidade de armazenar conhecimento declina ao longo do tempo. Ressaltam também que o autocontrole pode possuir um papel fundamental no processo, pois “a habilidade de resistir às tentações do presente pensando no amanhã é fundamental para o melhor uso dos produtos financeiros hoje disponíveis à população” (LEANDRO e GONZALEZ, 2018, p.15). Por fim, destacam que o foco em comportamento e habilidade, no lugar de conceitos financeiros, tornam o desenvolvimento de uma boa educação financeira mais bem-sucedido.

2.2.2 IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO PESSOAL

Para Oliveira e Kaspczak (2013, p.3), “o planejamento financeiro pessoal é um plano em que as pessoas fazem de acordo com seus valores, buscando objetivos de forma a não comprometer a estabilidade financeira familiar”. Desta forma, fazer um planejamento financeiro pessoal, para os autores, significa controlar as finanças de um modo que sempre haja reservas para imprevistos, e aos poucos, de maneira sistemática e vagarosa, seja construído um patrimônio, o qual garantirá na aposentadoria uma vida saudável e tranquila. Pinheiro (2008) explica que a educação financeira é a habilidade de fazer escolhas sobre finanças pessoais, a

devida instrução capacita o indivíduo a lidar com questões financeiras do dia a dia, assim como com imprevistos, além de possibilitar a avaliação prévia do impacto dessas decisões. Rochman (2009) faz um alerta à importância do planejamento financeiro pessoal, explica que, há não muito tempo, o Brasil vivia em uma época de hiperinflação, neste cenário, o dinheiro não tinha muito valor. Com poucas alternativas de investimento, a forma mais comum de se proteger do futuro era adquirindo bens reais, como imóvel e automóvel. Porém, desde a estabilização da economia com o Plano Real, as mudanças no mercado acontecem de forma rápida e novas alternativas de investimento e crédito surgiram, cabe às pessoas se planejarem financeiramente neste outro cenário. Entretanto, mudar de padrão de vida, caso seja necessário, requer atitude; trocar uma dívida cara por uma mais barata exige conhecimento; quanto mais tardias forem as mudanças necessárias, mais difícil será resolver os problemas financeiros.

Estudos feitos por Coladeli et al. (2013) analisaram o comportamento do consumidor no mercado de bens e serviços, no intuito de compreender a atitude das pessoas em relação aos assuntos financeiros e à administração financeira pessoal. Os resultados obtidos apontaram para a dificuldade no gerenciamento de finanças pessoais, segundo os autores isso acontece devido à falta de educação financeira, e em consequência, à falta de importância dada ao planejamento financeiro, “o que acaba gerando a utilização dos instrumentos de crédito de forma desmedida, a falta de reservas e o consequente endividamento” (COLADELI et al., 2013, p.12). Os autores explicam que a educação financeira é fundamental na gestão das finanças pessoais e as habilidades financeiras são necessárias para a sobrevivência, assim como, para o desenvolvimento pessoal, na sequência sugerem

que as pessoas experimentem a rotina de gerir finanças para vivenciar seus benefícios, como ver o dinheiro se capitalizar, evitar dívidas e oportunizar a realização de sucessos. Ressaltam ainda a importância do pensamento a longo prazo, o controle de fluxo de caixa e a análise das opções de investimentos, devido às incertezas do mercado financeiro, a cautela deve ser considerada na hora de decidir por uma aplicação financeira. Segundo Coladeli et al. (2013), as pessoas costumam consumir por necessidade, segurança, impulso, compulsão e por prazer, porém, são corriqueiros em noticiários os alertas sobre o endividamento pessoal, desta forma, acredita-se que, a melhor estratégia de investimento a curto prazo continue sempre sendo: gastar menos do que se ganha.

2.2.3 INSTRUÇÃO FINANCEIRA FAMILIAR

Para Kiyosaki e Lechter (2014), a maioria das pessoas aprendem o que sabem sobre dinheiro com seus pais, porém, os autores questionam como os pais podem ensinar algo que, muitas vezes, nem eles sabem, ainda, os autores não diminuem a importância das habilidades acadêmicas, mas ressaltam que as habilidades financeiras também o são. Cerbasi (2004) explica que como a matéria de Educação Financeira não é ensinada nas escolas, os pais que se preocupam com o futuro de seus filhos devem se relacionar ao assunto e tratar disso com eles desde crianças. Não se trata de ensinar fórmulas de matemática financeira, mecânica dos juros e simulações numéricas, essas questões se mal abordadas podem trazer aversão ao assunto de finanças. A proposta do autor é introduzir as crianças no mundo financeiro de uma forma dinâmica e divertida, por exemplo: iniciar com jogos de tabuleiro que envolvem o dinheiro, como o Banco Imobiliário; colocá-los para ajudar a montar o orçamento de algo que tenha recurso limitado,

como uma festa de final de semana ou uma viagem, para que eles possam imitar os adultos em situações de escolha de compra; e, propor uma mesada aos filhos, para que dessa forma eles aprendam que recursos são escassos. Observa-se que, no contexto familiar, conversar sobre dinheiro possui extrema importância para o desenvolvimento dos filhos. Porém, a questão vai além da relação com os filhos, as conversas sobre dinheiro também devem acontecer entre os casais, uma pesquisa realizada em abril de 2019 aponta que “46% dos casais costumam brigar por questões ligadas ao dinheiro; gastos além das condições financeiras estão entre os principais motivos” (CNDL/SPC Brasil e Banco Central, 2019). Cerbasi (2004) explica que, em geral, não existe uma conversa a dois de forma preventiva, o assunto só é tratado quando aparece o problema e a briga torna-se inevitável. As expectativas aumentam, porém, perante a necessidade da conversa em família sobre dinheiro, a mesma pesquisa analisada acima apontou, em abril de 2019, que “cresce o número de brasileiros que conversam sobre o orçamento familiar em casa” (CNDL/SPC Brasil e Banco Central, 2019). O dinheiro vem ganhando espaço nos assuntos familiares, a pesquisa mostra que metade dos entrevistados (51%) discutem com frequência o tema em casa, esse índice subiu 7 p.p. em relação ao ano anterior (44%). Embora a porcentagem ainda não seja a ideal, a alta é animadora.

2.2.4 O COMPORTAMENTO DAS PESSOAS EM RELAÇÃO AO DINHEIRO

No que tange a relação comportamental, Coladeli et al. (2013) relatam que no momento da compra o consumidor é levado ao paradoxo entre “poder e frustração”, poder pelo sentimento satisfatório ao conseguir comprar o que é necessário para suas necessidades básicas, e, frustração por não conseguir comprar o tudo o que deseja. Os

autores complementam com a informação de que o consumo proporciona uma sensação de bem-estar e de inserção social. Para Coladeli et al. (2013), as pessoas, em geral, gostam de fazer compras pois sentem-se merecedoras daquilo que compram, porém, quando estão angustiadas, insatisfeitas ou nervosas, muitas vezes, fazem compras como uma espécie de desforra, perdendo o senso crítico e agindo por compulsão. Esse momento acontece para que haja uma fuga do real problema ou motivo de insatisfação do indivíduo, no entanto, passando essa euforia da compra, volta-se à estaca da frustração; e há, ainda, quem tenha necessidade de consumo para se sentir importante e com poder. De uma forma ou de outra, os autores relatam que as pessoas poderiam usar o dinheiro para comprar coisas úteis, em contrapartida, diversas vezes, acabam se endividando pelo consumismo. Além do esbanjamento de dinheiro, o consumismo é um quadro cultural e de comportamento social, desta forma nasce uma cadeia contínua, movida por desejos insaciáveis: “por um lado, o comprador e por outro lado, a ganância dos bancos, de instituições de créditos e do comércio, que estimulam ou aliciam as famílias ao crédito fácil, ao consumo” (COLADELI et al., 2013, p.7). Desta forma, Martins (2004) explica que a educação emocional deve vir em primeiro lugar, as habilidades técnicas (conhecimentos financeiros) podem ser aprendidas, porém o ser humano é resultado de suas emoções, sendo assim, de nada vale ter o conhecimento se as emoções não forem adequadas para atingir um objetivo. De acordo com Martins (2004), também é grande o número de pessoas que ignoram o assunto “dinheiro”, essa rejeição diante de expressões financeiras acontece devido à falta de instrução financeira nas escolas quando crianças e sem o conhecimento, quando adultos, a tendência é fugir deles. Yoshinaga (2019) realizou um estudo com o propósito de entender como e por que as

decisões das pessoas, perante a necessidade de poupar para a aposentadoria, são irracionais e previsíveis. A primeira explicação encontrada foi “aversão a perdas”, a autora relata que a decisão de economizar é percebida como uma perda: mesmo que seja para o benefício futuro, acontece uma perda do prazer de consumir hoje. A segunda explicação diz respeito a “falta de autocontrole”, segundo a autora, “há uma batalha entre o eu presente e o eu futuro, em que o presente quer consumir e o futuro quer que o presente economize” (YOSHINAGA, 2019, p.2). A terceira e última explicação é o “otimismo e excesso de confiança”, muitos acreditam que serão sustentados pela previdência social e contam com isso para a aposentadoria.

2.3 TEORIA DA ATITUDE

Esse estudo utiliza dos princípios da teoria da atitude para avanço no desenvolvimento epistemológico e metodológico do tópico de interesse. Reconhece-se a diversidade de conceitualizações e aplicações da teoria da atitude na literatura; sendo assim, ela será abordada neste capítulo seguida de seus componentes. Na área da psicologia, o conceito da atitude representa um construto robusto e em evolução conceitual (Fishbein e Ajzen, 1975). Porém, segundo Eagly e Himmelfarb (1978); Lima e D’Amorim (1986), o interesse sobre o estudo dos conceitos da teoria da atitude declinou ao final da década de 60 e início da década de 70, em consequência aos diversos estudos que mostraram uma baixa relação da atitude com o comportamento, no entanto, o interesse reavivou devido a uma perspectiva mais promissora entre a relação desses dois componentes. Contudo, Lima e D’Amorim (1986) relatam que vários psicólogos definiram o campo da psicologia social como o “estudo científico das atitudes” (LIMA e D’AMORIM, 1986, p.133).

Fishbein e Ajzen (1975, p.6) definem a atitude como “uma predisposição aprendida para responder de forma consistente favorável ou desfavorável em relação a um determinado objeto”. Para Lima e D’Amorim (1986, p.133), “desde o início do século os cientistas vêm considerando as atitudes como disposições comportamentais, supondo, portanto, que essas poderiam explicar as ações humanas”. Para Rodrigues, Assmar e Jablonski (2009, p.81), a atitude como “uma organização duradoura de crenças e cognições em geral, dotada de carga afetiva pró ou contra um objeto social definido e que predispõe a uma ação coerente com as cognições e afetos relativos a este objeto”. De acordo com Porto (2010), os indivíduos fazem avaliações a todo tempo, a atitude serve para entender de que forma são feitas essas avaliações, as quais podem ser de objetos, pessoas e situações; para o autor, “o constructo atitude reflete aquilo que indivíduos pensam, sentem e têm intenção de fazer sobre determinado comportamento” (PORTO, 2010, p.55). Dentro das várias definições sobre atitude, todas apresentam três pontos em comum: são experiências subjetivas (referem-se ao significado de aprendizagem do indivíduo ou de um grupo); referem-se a um objeto, pessoa ou situação; e possuem dimensão avaliativa (LIMA, 1996; PORTO, 2010). A atitude é um constructo psicológico, para avaliá-la é necessário deduzir a atitude dos indivíduos (PORTO, 2010). Por ser uma variável não aparente, para ser cientificamente abordada, ela deve ser inferida e expressa em comportamentos (PORTO, 2010). Observa-se, desta forma, uma complexidade para tal avaliação, Porto (2010) complementa que para análise de um conceito com um rigor mais científico, há muita confusão para a definição de atitude. Lima e D’Amorim (1986) explicam que surgiram conflitos entre os conceitos quando algumas teorias relacionam a atitude diretamente

ao comportamento e outras não, com a alegação de que o indivíduo pode ou não agir de acordo com seus sentimentos, desta forma é questionada a predição do comportamento. Há um consenso para estrutura interna da atitude, segundo Rosenberg e Hovland (1960); Lima e D’Amorim (1986), os três elementos da atitude – cognitivo, afetivo e conativo – foram adotados pela maioria dos cientistas, os quais não abandonaram a relação direta atitude e comportamento. Para Fishbein e Ajzen (1975) esses três componentes são elementos distintos que se inter-relacionam e não se juntam para compor o conceito de atitude, descaracterizando uma definição tridimensional. Estudos anteriores em Administração referentes ao comportamento do consumidor, realizados por Giraldi, Neto e Santos (2005) e Giraldi, Maheshwari, Mariutti e Konstantopoulou (2018), alcançaram a validação de aplicações estatísticas com abordagem quantitativa fundamentadas na teoria da atitude com os três elementos: cognitivo, afetivo e conativo. Adicionalmente, Porto (2010) explica que o processo de tomada de decisão do consumidor é estudado, no marketing, com foco bastante racional, porém, são incluídas nos atuais modelos de predição do comportamento de escolha do consumidor – o qual é baseado na sua tomada de decisão – as variáveis afetivas, sociais e do ambiente físico. A teoria da atitude contribui para as pesquisas desse âmbito por proporcionar o entendimento sobre as crenças perante um produto e a intenção de compra dos indivíduos. Sendo assim, esse estudo alinha, conceitualmente e metodologicamente, a teoria da atitude para analisar como a educação financeira dos jovens está relacionada com as suas intenções e atitudes, portanto, a sequência deste tópico descreve a explicação de cada um dos três componentes da atitude: cognitivo, afetivo e conativo.

2.3.1 COMPONENTE COGNITIVO

De acordo com o dicionário da língua portuguesa, uma das definições da palavra cognição se refere ao “conjunto dos processos mentais no pensamento, na percepção, na classificação, reconhecimento” (FERREIRA, 1999). Segundo a literatura da atitude, o componente cognitivo está fortemente ligado às crenças, pois as atitudes são suportadas por crenças as quais formam o cognitivo e racional (LIMA, 1996, p.171). Pode-se entender, desta forma, que este componente se refere aos conhecimentos adquiridos dos indivíduos, os quais geram suas crenças. Segundo Moschis & Churchill (1978); Porto (2010), os meios físicos e sociais aos quais os indivíduos pertencem possuem influências nesse aprendizado cognitivo. Ajzen e Fishbein (1980); Porto (2010) denominam a aprendizagem cognitiva de S-O-R (Estímulo-Organismo-Resposta), em resumo, o indivíduo tem contato com um objeto ou recebe uma nova informação através de expressões do meio social (como uma mensagem persuasiva que pode ser, por exemplo, publicitária), desta forma formam-se crenças (as quais referem-se ao componente cognitivo), neste contexto são feitas avaliações afetivas e, na sequência, a atitude é criada ou mudada. Porto (2010) observa que o aspecto afetivo é considerado neste modelo, porém, em uma ordem posterior ao cognitivo (na fase de avaliação), o que o faz possuir menor influência do que o aspecto cognitivo. No Modelo de Ação Racional o componente cognitivo é antecedente dos outros dois componentes (afetivo e conativo) quando são avaliados objetos, pessoas ou situações. Para Porto (2010), o componente cognitivo leva em consideração também as normas subjetivas, que seriam a crença que o indivíduo tem de o que outras pessoas pensam que ele deveria fazer em relação a um objeto, pessoa ou situação, e como ele deveria se comportar. Observa-se duas variáveis cognitivas:

atitude para realizar uma compra, por exemplo, a qual parte da crença e avaliação do indivíduo; e a norma subjetiva, a qual consiste na percepção das avaliações do indivíduo a partir do julgamento de o que os outros pensam que ele deveria fazer.

2.3.2 COMPONENTE AFETIVO

Conforme a definição do dicionário da língua portuguesa, a palavra afetividade pode significar: “conjunto de fenômenos psíquicos que se manifestam sob a forma de emoções, sentimentos e paixões, acompanhados sempre dá impressão de dor ou prazer, de satisfação ou insatisfação, de agrado ou desagradado, de alegria ou tristeza” (FERREIRA, 1999). Relacionando à área do marketing, “o componente afetivo representa as emoções ou sentimentos dos consumidores em relação a um produto ou marca em particular” (GIRALDI et al., 2005, p.78). Algumas expressões do elemento afetivo citadas por Giraldi et al. (2005) iniciam com: “eu gosto”, “eu acho”, “eu admiro”, “eu tenho simpatia”. As definições feitas do componente afetivo apresentam algumas contraposições à ênfase cognitiva acima colocada, Zajonc e Markus (1982); Porto (2010) sugerem que o julgamento afetivo pode ser independente e preceder as operações cognitivas geralmente reconhecidas como base das atitudes. Para os autores, a atitude não necessariamente tem um componente assimilado cognitivamente, esse efeito é tido como o efeito de primazia do afeto, provocado diretamente por input sensorial, sem mediação de processos cognitivos (ZAJONC e MARKUS, 1982). Nessa abordagem, Mittal (1988); Porto (2010) sugerem um modelo, denominado Modo de Escolha Afetiva, esse modelo é baseado em três características: o julgamento afetivo é holístico, julgamento afetivo implica no self e julgamento afetivo é difícil de explicar. O julgamento afetivo é holístico devido ao fato de a

pessoa julgar afetivamente as características gerais por meio de impressões que ela tem sobre o objeto, seria, desta forma, o julgamento de uma combinação de todos os atributos de um produto e não características intrínsecas a ele; o julgamento que implica no self é relacionado às características do objeto junto a algum estado da pessoa, por exemplo pode ser uma autoproteção social ao contemplar que tipo de pessoa o indivíduo seria se usasse tal produto; por último, o julgamento afetivo é difícil de explicar porque a reação do indivíduo perante a um objeto pode não ser previsível, o processo envolve variáveis fisiológica, é difícil explicar um julgamento afetivo, sem haver um julgamento cognitivo (MITTAL, 1988; PORTO, 2010).

2.3.3 COMPONENTE CONATIVO

Segundo o dicionário da língua portuguesa, a palavra conação significa: “tendência consciente para atuar” (FERREIRA, 1999). O componente conativo da atitude está ligado a intenção comportamental, ou seja, são instruções das próprias pessoas para se comportarem maneira específica (SHEERAN, 2002, p.4). Para Giraldi et al. (2005), o componente conativo refere-se à probabilidade de um indivíduo adotar um comportamento específico diante de um objeto de atitude. Dentro da área do marketing, “na pesquisa de comportamento do consumidor, o componente conativo é frequentemente tratado como uma expressão da intenção de compra do consumidor” (GIRALDI et al., 2005, p.78). Ao relacionar os conceitos deste componente baseado em várias outras teorias, Porto (2010) sugere que, em diversos estudos, o componente conativo da atitude é relacionado com o cognitivo e afetivo junto ao comportamento futuro do indivíduo.

Quadro 1: Categorias Conceituais-Analíticas

Componentes da atitude	Sinônimos	Autores
Cognitiva	Consciência, conhecimento, crença.	Banco Central do Brasil (2019); Cerbasi (2014); Kiyosaki e Lechter (2014); Leandro e Gonzalez (2018); (Lusardi e Mitchell, 2011; Potrich, Vieira e Kirch, 2015); Martins (2004); OECD (2018); Rochman (2009); Savoia, Saito e Santana (2007).
Afetiva	Bem-estar, tranquilidade, equilíbrio, impulso, compulsão, prazer, poder, frustração, vaidade, ostentação, medo, ambição, otimismo.	Banco Central do Brasil (2019); Cerbasi (2014); Coladeli, Benedicto e Lames (2013); Kiyosaki e Lechter (2014); Martins (2004); OECD (2018); Oliveira e Kaspczak (2013); Rochman (2009); Yoshinaga (2019).
Conativa	Intenção de comportamento, habilidade, hábito.	Coladeli, Benedicto e Lames (2013); Kiyosaki e Lechter (2014); Leandro e Gonzalez (2018); (Lusardi e Mitchell, 2011; Potrich, Vieira e Kirch, 2015); OECD (2018); Oliveira e Kaspczak (2013); Pinheiro (2008); Yoshinaga (2019).

Fonte: Adaptado da literatura pelas autoras.

3 METODOLOGIA

O presente estudo compreende uma pesquisa empírica qualitativa de natureza exploratória ao ampliar e esclarecer conceitos na literatura, ao aumentar a familiaridade com o fenômeno da pesquisa e ao explorar e entender significados atribuídos a um problema social (CRESWELL, 2010; MARCONI e LAKATOS, 2016), neste caso, perante situações relacionadas com a educação financeira. Para captar e entender a percepção dos jovens – dados primários – perante o tema de interesse, adotou-se uma nova perspectiva (teoria da atitude) com intuito de explorar resultados diferentes de estudos anteriores e avançar no conhecimento em finanças. O procedimento de coleta de dados foi a entrevista pessoal semiestruturada, com um roteiro de entrevista como instrumento de coleta (Apêndice I). As entrevistas foram agendadas previamente e realizadas (pela primeira autora) no dia 27 de agosto de 2019, dentro das dependências de uma instituição de ensino superior privada do estado

do Paraná. O total de onze estudantes de um curso de Administração, na faixa etária entre 19 anos e 22 anos, participaram da pesquisa. A análise de dados utilizada na pesquisa foi a análise de conteúdo, segundo Para a organização analítica do conteúdo, a pré-análise; a exploração do material; e o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação foram adotadas (Bardin, 2009). Ainda, com embasamento na teoria de base para a fundamentação da análise de conteúdo, a pesquisa deste estudo utilizou três categorias conceituais-analíticas: cognitiva, afetiva e conativa para codificação (Quadro 1).

Os resultados da pesquisa foram analisados através da identificação e posterior classificação das categorias conceituais-analíticas nas respostas coletadas, sendo assim trata-se de um método adutivo, em que o estudo se inicia com princípios do processo dedutivo e finaliza-se com indutivo (CRESWELL, 2010; MARCONI e LAKATOS, 2016).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em relação ao perfil dos entrevistados, com idade entre 19 e 22 anos; seis são do sexo feminino e cinco do sexo masculino; a minoria realiza alguma atividade remunerada: dois trabalham e um faz estágio; a escolaridade dos pais é bem diversificada, apresentando níveis de estudo desde ensino fundamental incompleto até duas graduações. As descrições detalhadas do perfil de cada entrevistado podem ser observadas no Apêndice II; para preservar a confidencialidade das entrevistas, nomes fictícios foram atribuídos aos entrevistados. Recapitulando a pergunta de pesquisa desse trabalho: “Como a educação financeira dos jovens está relacionada com o uso do dinheiro sob a perspectiva da teoria da atitude?”, percebe-se que os jovens, dentro da população delimitada nessa pesquisa, apresentam um certo conhecimento sobre a educação financeira, mas esse conhecimento pode ser considerado superficial. Não é descartada a ideia de que os jovens possuem interesse no assunto e intenção de agir de forma disciplinada em relação ao dinheiro, mas pode-se observar uma falta de coesão entre algumas intenções e comportamentos. No entanto, noções básicas de conhecimento e comportamento foram captadas no público, como: não gastar tudo o que se recebe no mês; a importância de um planejamento para a aposentadoria desde cedo; e que existem alternativas de investimento que valorizem os seus recebíveis. Ao considerar que a população estudada é de jovens, onde a maioria não trabalha, é compreensível que ainda exista a falta de um aprendizado na prática sobre essas questões. O arcabouço teórico e metodológico proposto na fundamentação deste estudo direcionou os principais pontos a serem analisados e, nesta seção, discutidos para o avanço no entendimento da percepção dos

jovens em relação à educação financeira. Conceitualmente alinhado ao objetivo e à pergunta de pesquisa, as classificações de natureza conceitual-analítica dos resultados são apresentadas no Quadro 2.

Tanto a educação financeira quanto o alfabetismo financeiro englobam o conhecimento sobre finanças em suas definições, de uma forma um pouco mais abrangente o alfabetismo financeiro ainda traz conceitos como consciência, habilidade, atitude e comportamento; os conceitos de conhecimento e consciência se referem à parte cognitiva desses temas. Na revisão de literatura deste artigo, os autores explicam que o analfabetismo financeiro e a falta de educação financeira resultam em: (i) dificuldade no gerenciamento de finanças pessoais, (ii) falta de planejamento, além de (iii) afetar o bem-estar na aposentadoria, situações essas que foram detectadas na pesquisa de campo e podem ser fruto de uma dificuldade cognitiva dos jovens em relação às questões financeiras. Ainda em relação ao elemento cognitivo pode-se observar que, em conformidade com o que foi relatado pelos autores e apresentado na revisão de literatura, o resultado da pesquisa mostrou uma falha no sistema educacional quanto ao ensino sobre dinheiro nas escolas. Tal falha possui influência nos conhecimentos e crenças que o indivíduo forma quando criança e leva para a vida adulta, os meios de aprendizado sobre o assunto informados na pesquisa podem ser insuficientes para a necessidade de conhecimento que o tema requer, por exemplo: o aprendizado em casa com os pais muitas vezes pode ocorrer de forma superficial, pois primeiramente requer o conhecimento dos pais sobre o assunto; os conhecimentos adquiridos através de cursos, se não aplicados e estudados com frequência, podem não possuir muita efetividade; e aprender

Quadro 2: Classificações Conceituais-Analíticas do Estudo

Temáticas	Autores	Elementos	Observado em:
Falta de educação financeira nas escolas.	Martins (2004); Kiyosaki e Lechter (2014); Cerbasi (2004, 2014)	Cognitivo	E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E11 (Somente o E10 informou algum tipo de aprendizado financeiro na escola)
O analfabetismo financeiro resulta em falta de planejamento de finanças pessoais.	Rochman (2009)	Cognitivo / conativo	E2, E5, E7, E8, E9 (Esses entrevistados informaram não fazer nenhum tipo de controle financeiro)
Dificuldade no gerenciamento de finanças pessoais, a qual acontece devido à falta de educação financeira, e em consequência, à falta de importância dada ao planejamento financeiro.	Coladeli, Benedicto e Lames (2013)	Cognitivo / conativo	
O analfabetismo financeiro afeta o bem-estar na aposentadoria.	Rochman (2009)	Cognitivo / afetivo / conativo	E6 (Somente um entrevistado possui reserva para a aposentadoria por conta própria)
A poupança não faz parte da rotina do brasileiro.	Cerbasi (2014)	Conativo	
“[...] é preciso poupar por conta própria para a aposentadoria, não mais provida integralmente pelo Estado”.	Savoia, Saito e Santana (2007, p.1124)	Conativo	
“Muitas pessoas apresentam rejeição diante de expressões financeiras. [...] Quando o adulto se depara com os esquisitos termos do mundo das finanças, a tendência é fugir deles”.	Martins (2004, p.30)	Cognitivo / afetivo	E2, E3, E4, E5 (Diante do questionamento sobre o que é a taxa Selic, esses entrevistados não souberam responder e, os que responderam, demonstraram dúvida)
As pessoas pecam pela falta de planejamento.	Cerbasi (2014)	Conativo	E3, E8, E9, E10, E11 (Esses entrevistados informaram não fazer planejamento para planos futuros)
Acredita-se que, a melhor estratégia de investimento a curto prazo, continue sempre sendo: gastar menos do que se ganha.	Coladeli, Benedicto e Lames (2013)	Conativo	E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E11 (Como resultado positivo, a maioria dos entrevistados informou que reserva ou geralmente reserva uma parte do que recebe no mês, ou seja, gastam menos do que recebem)
Três emoções destrutivas que devem ser trabalhadas: vaidade, ostentação e impulso consumista.	Martins (2004)	Afetivo	E7 (Ao serem questionados sobre serem impulsivos na hora da compra, somente um entrevistado respondeu “sim”, as outras respostas se dividiram entre: “não”, “geralmente não” e “às vezes”)

Fonte: Desenvolvido pelas autoras.

por conta própria exige muita disciplina para alcançar um grau de conhecimento satisfatório.

Outro ponto observado, referente ao elemento cognitivo, foi em relação às respostas obtidas a respeito do cenário econômico, embora mais da metade dos entrevistados ter informado

“acompanhar” ou “acompanhar mais ou menos” o cenário econômico brasileiro, a maioria apresentou dúvida ou informou não saber o que é a ‘taxa Selic’. Conforme a teoria estudada, a explicação pode estar em muitas pessoas apresentarem rejeição diante de expressões financeiras, a falta de conhecimento e interação desde criança, de uma forma saudável, com as questões financeiras, pode ocasionar nessas rejeições. Essa explicação também envolve o componente afetivo, o mesmo será analisado a seguir. Segundo os autores da teoria de base desta pesquisa, o componente afetivo compreende a emoção e o sentimento, como a afeição do indivíduo, positiva ou negativa, em relação a um objeto ou uma situação. Quando questionados sobre poupar desde cedo para a aposentadoria, a maioria dos entrevistados reconheceu a importância dessa atividade, pode-se deduzir que existe a compreensão de que o bem-estar na aposentadoria (emoção positiva) depende de ações tomadas previamente, porém na prática, somente um entrevistado informou já ter uma poupança para esse fim. Essa situação confirma a teoria que diz que a intenção de comportamento nem sempre condiz com o comportamento de fato. Em complemento, a teoria também traz que a atitude não necessariamente tem um componente assimilado cognitivamente, o julgamento afetivo pode ser independente e preceder as operações cognitivas, isso pode ser observado novamente na questão sobre poupar desde cedo para a aposentadoria, nas respostas houveram contradições quando alguns entrevistados informaram primeiramente achar cedo e, depois de refletir, alegaram ser importante pensar sobre o assunto. A primeira resposta pode ter vindo de um sentimento assimilado antes do raciocínio cognitivo que posteriormente fez com que mudassem a sua opinião. Em diversos momentos da entrevista os respondentes demonstraram dúvidas (como na

questão da taxa Selic anteriormente citada), ou usaram expressões como “eu acho”, “depende”, “geralmente” e “às vezes”, em algumas situações, essas reações podem ser vistas como uma autoproteção social, explicada na teoria referente ao componente afetivo como sendo a percepção do indivíduo de o que ele seria se usasse algo (neste caso, se respondesse algo), diante disso pode vir a dúvida ou a incerteza nas respostas. Os autores influentes sobre o tema de educação financeira, como Martins (2004) e Kiyosaki e Lechter (2014), também apresentam em suas obras emoções destrutivas que, segundo eles, devem ser trabalhadas, como a vaidade, a ostentação, a ambição, a pressa, o medo e o impulso consumista, em geral os entrevistados informaram ser responsáveis perante às compras e gastos compulsivos, porém, essa pesquisa de curta duração não pode confirmar essas informações com precisão. Sendo o elemento conativo uma intenção de comportamento, observou-se que o comportamento de fato muitas vezes diverge do que se intenciona. Para exemplificar, alguns pontos podem ser observados: mais da metade dos entrevistados pretendem, ou acham importante pensar na aposentadoria desde cedo, mas somente um informou já fazer reservas para esse fim; mais da metade dos entrevistados se considera (totalmente ou em partes) responsável financeiramente, mas metade alega não fazer planejamento, e os que fazem, em geral, são para gastos imediatos; menos da metade dos entrevistados informou acompanhar o cenário econômico brasileiro na época da pesquisa e a maioria apresentou dúvidas para explicar a respeito da taxa Selic; alguns já fizeram cursos relacionados ao assunto, mas metade dos entrevistados não faz nenhum tipo de controle financeiro e, dos que fazem, poucos se mostraram efetivos. Os fatores que ocasionam essa divergência entre alguns “conhecimentos” e

“ações” podem ser: a falha do sistema de ensino escolar; o comodismo, pois a maioria ainda não possui a necessidade de trabalhar; a falta de interesse: como são jovens, podem ter sido poucas as experiências financeiras, positivas ou negativas, que os levem a despertar o interesse no assunto; ou até mesmo a preguiça de colocar em prática os conhecimentos financeiros. Contudo, subentende-se que, como o tema não foi obrigatoriamente disposto nos níveis iniciais de ensino, a questão no momento seja explorar como despertar o interesse dos jovens pelo assunto, para que eles busquem, por conta própria, métodos efetivos que aprimorem seus conhecimentos e os incentivem a colocar esses conhecimentos em prática. Ao considerar que a atual era tecnológica possibilita o acesso às inúmeras informações, neste momento cabe aos jovens procurar essas informações e transformá-las em conhecimento, para que trabalhem suas emoções, apliquem esse aprendizado em seus comportamentos e então desfrutem de uma vida financeira tranquila e segura.

5 CONSIDERAÇÃO FINAIS

Estudos anteriores abordam a dificuldade das pessoas em lidar com situações que envolvem o dinheiro. Como as práticas financeiras estão presentes na vida de qualquer indivíduo e, se não aplicadas com disciplina, podem interferir no seu bem-estar presente e futuro, observou-se a importância de estudar o tema e entender como a educação financeira está presente nos elementos precedentes das atitudes das pessoas. Diante disso, a pesquisa teve como objetivo examinar o comportamento dos jovens sobre a educação financeira, partindo dos fundamentos de uma teoria solidamente abordada, até então, nos estudos de psicologia e marketing: a teoria da atitude. Tal objetivo foi atendido porque a vasta

literatura pesquisada ofereceu direcionamento para que a análise fosse feita através de categorias específicas e apresentasse resultados alinhados com a base teórica. Sabe-se que essa população não compreende um universo dos jovens brasileiros, a população foi delimitada. Entretanto, em relação a população estudada, observou-se que esses jovens apresentam conhecimentos sobre finanças, porém, com algumas restrições observadas devido à falta de coesão entre algumas intenções e comportamentos. De forma positiva, noções básicas de conhecimento e comportamento foram captadas no público, mas observou-se que os conhecimentos e as atitudes desses jovens podem ser aprimorados. Algumas outras limitações do estudos foram observadas, a análise de dados poderia ter sido feita de forma mais detalhada, notou-se que cada questão aplicada oferecia uma vasta gama de informações que possibilitariam uma análise criteriosa de cada informação coletada, no entanto, devido a limitação de tempo e a extensão que tomaria o trabalho, as informações tiveram que ser filtradas e analisadas de forma abrangente. Observando ainda as limitações, notou-se que, dentro do roteiro de entrevista, algumas questões específicas poderiam ter sido abordadas, como um questionamento sobre o entrevistado acompanhar o processo inflacionário; entender o processo inflacionário e seu poder de compra; ou ainda, sobre a preocupação do entrevistado em ficar desempregado, sendo ele um jovem universitário, um questionamento se ele sente a preocupação de não conseguir um emprego nos próximos anos. Para estudos futuros, sugere-se que uma pesquisa seja realizada com jovens em condições diferentes do público desta pesquisa, neste momento foram entrevistados e analisados jovens de uma universidade particular, a pesquisa pode então ser feita com jovens de universidades públicas, jovens recém-formados ou jovens que

nunca cursaram uma faculdade. Outra proposta é selecionar públicos diferentes, como adultos e idosos, ao considerar que todos esses indivíduos são afetados com os problemas que causam a falta de conhecimento e práticas financeiras. Como contribuição à literatura, reforça-se a importância de aliar o conhecimento financeiro ao entendimento da percepção dos jovens, contextualmente e temporalmente, com intuito da concepção de políticas públicas no âmbito educacional e social. Adicionalmente como contribuição prática, o estudo demonstra a capacidade que os conhecimentos aplicados, relacionados à educação financeira, tem em agregar na qualidade e prosperidade de vida das pessoas.

REFERÊNCIAS

- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52, 27-58.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. New Jersey: Prentice-hall.
- Banco Central do Brasil. (2019). O Banco Central e a Educação Financeira. Brasília. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/acesoinformacao/legado?url=https:%2F%2Fwww.bcb.gov.br%2Fpre%2Fbcuniversidade%2FintroducaoPEF.asp>. Acesso em: 12 mar. 2019.
- Bardin, L. (2009). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Cavazotte, F., Dias Filho, P., & Vilas Boas, O. (2009). A influência das emoções sobre o efeito dotação. *Revista Brasileira de Finanças*, 7(2), 196-213.
- Cerbasi, G. P. (2004). *Casais inteligentes enriquecem juntos: finanças para casais*. São Paulo: Editora Gente.
- Cerbasi, G. P. (2014). *Adeus, aposentadoria: como garantir seu futuro sem depender dos outros*. Rio de Janeiro: Sextante.
- Coladeli, V. A. C., Benedicto, S. C. de, & Lames, E. R. de. (2013). Educação Financeira x Comportamento do Consumidor no Mercado de Bens e Serviços. In: XX Congresso Brasileiro de Custos. Uberlândia. Disponível em: <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/viewFile/26/26>. Acesso em: 14 abr. 2019.
- Creswell, J. W. (2010). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto (3a ed.)*. Porto Alegre: Artmed.
- Eagly, A. H., & Himmelfarb, S. (1978). Attitudes and opinions. *Annual Review of Psychology*, 29, 517-54.
- Ferreira, A. B. de H. (1999). *Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa (3a ed.)*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. MA: Addison-Wesley.
- Giraldi, J. de M. E., Maheshwari, V., Mariutti, F. G., & Konstantopoulou, A. (2018). Role of attitudes in Brazil's country brand image. *International Journal of Business and Globalisation*, 21(3), 297-307.
- Giraldi, J. de M. E., Neto, A. J. M., & Santos, D. G. dos. (2005). Atitude de consumidores estrangeiros com relação a produtos brasileiros: uma investigação do setor calçadista no Brasil. *Revista de Gestão USP*, 12(3), 75-90.
- Kiyosaki, R. T., & Lechter, S. L. (2014). *Pai Rico Pai Pobre: O que os ricos ensinam a seus filhos sobre dinheiro*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Leandro, J., & Gonzalez, L. (2018). Desafios da educação financeira. *GV-Executivo, Fundação Getúlio Vargas*, 17(6), 12-15.
- Lima, M. L. (1996). Atitude. In: J. Vala & M. B. Monteiro (Orgs.), *Psicologia social (2a ed.)*. (pp.167-199). Lisboa: Fundação Calouste Gulpenkian.

- Lima, V. M. L. M., & D'Amorim, M. A. M. (1986). A relação atitude-comportamento à luz da Teoria da Ação Racional. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 38(1), 133-142.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial literacy and retirement planning in the United States. *Journal of Pension Economics and Finance*, 10(4), 509-525.
- Marconi, M. de A., & Lakatos, E. M. (2016). *Fundamentos de metodologia científica (7a ed.)*. São Paulo: Atlas.
- Martins, J. P. (2004). *Educação financeira ao alcance de todos*. São Paulo: Fundamento Educacional.
- Mittal, B. (1988). The role of affective choice mode in the consumer purchase of expressive products. *Journal of Economic Psychology*, 9(4), 499-524.
- Moschis, G. P., & Churchill, G. A. (1978). Consumer socialization: a theoretical and empirical analysis. *Journal of Marketing Research*, 15, 599-609.
- Mussa, A., Yang, E., Trovão, R., & Famá, R. (2008). Hipótese de mercados eficientes e finanças comportamentais: as discussões persistem. *FACEF Pesquisa*, 11(1), 5-17.
- Oliveira, R. B. de, & Kaspczak, M. C. de M. (2013). Planejamento financeiro pessoal: uma revisão bibliográfica. Congresso Internacional de Administração, Ponta Grossa. Disponível em: www.admpg.com.br/2013/down.php?id=577&q=1. Acesso em: 23 mar. 2019.
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. (2018). *OECD/INFE Toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion*.
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. (2017). *G20/OECD INFE Report on Adult Financial Literacy in G20 Countries*.
- Pinheiro, R. P. (2008). Educação financeira e previdenciária, a nova fronteira dos fundos de pensão. In: *Fundos de Pensão e Mercado de Capitais*. Instituto San Tiago Dantas de Direito e Economia e Editora Peixoto Neto, São Paulo.
- Porto, R. B. (2010). Atitude do consumidor: estrutura dos modelos teóricos. *Revista Brasileira de Marketing*, 9(2), 41-58.
- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., & Kirch, G. (2015). Determinantes da Alfabetização Financeira: Análise da Influência de Variáveis Socioeconômicas e Demográficas. *Revista Contabilidade e Finanças*, 26(69), 362-377.
- Rochman, R. R. (2009). Analfabetismo Financeiro. *GV-Executivo*, 8(1), 16.
- Rodrigues, A., Assmar, E. M. L., & Jablonski, B. (2009). *Psicologia Social (27a ed.)*. Rio de Janeiro: Vozes.
- Rogers, P., Securato, J. R., & Ribeiro, K. C. S. (2007). Finanças comportamentais no Brasil: um estudo comparativo. *Revista de Economia e Administração*, 6(1), 49-68.
- Rosenberg, M. J., & Hovland, C. I. (1960). Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes. In: Hovland, C. I., & Rosenberg, M. J., ed. *Attitude, organization, and change*. New Haven, Conn., Yale University Press.
- Savoia, J. R. F., Saito, A. T., & Santana, F. de A. (2007). Paradigmas da educação financeira no Brasil. *RAP – Revista de Administração Pública*, 41(6), 1121-1141.
- Sheeran, P. (2002). The intention-behaviour relations: a conceptual and empirical review. *European Review of Social Psychology*, 12, 1-36.
- SPC Brasil. (2018). Cai para 76% o percentual de brasileiros que 'vivem no limite do orçamento', revela indicador CNDL/SPC Brasil. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/5733>. Acesso em: 02 jun. 2019.
- SPC Brasil. (2019). 47% dos jovens da Geração Z não realizam o controle das finanças, aponta pesquisa CNDL/ SPC Brasil. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/6271>. Acesso em: 02 jun. 2019.
- SPC Brasil. (2019). Cresce o número de brasileiros que conversam sobre o orçamento familiar em

casa, aponta pesquisa CNDL/SPC Brasil e Banco Central. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/6153>. Acesso em: 02 jun. 2019.

SPC Brasil. (2019). Seis em cada dez brasileiros não se preparam para aposentadoria, revela pesquisa CNDL/SPC Brasil e Banco Central. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/6088>. Acesso em: 02 jun. 2019.

Yoshinaga, C. E. (2019). (In)decisões financeiras para a aposentadoria. *GV-Executivo*, 18(2), 34-36.

Zajonc, R. B, & Markus, H. (1982). Affective and cognitive factors in preference. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 123-132.

Apêndice I. Instrumento de coleta de dados

1) Você teve algum tipo de aprendizagem sobre o valor do dinheiro ao longo do tempo, na escola ou em casa? Como você aprendeu a lidar com o dinheiro? 2) Em relação ao modo como você lida com o dinheiro, você se considera responsável financeiramente? 3) Você acompanha o cenário econômico brasileiro? O que você entende por taxa Selic? 4) Você compra por impulso? 5) Vamos supor que você participe de um sorteio e ganhe o primeiro prêmio que corresponde ao valor de R\$ 10.000,00. O que você faria com o dinheiro? 6) Você já poupa ou pretende poupar para a sua aposentadoria? Ou acredita que é muito cedo para pensar sobre o assunto? 7) De todo o dinheiro que você recebe (por exemplo: salário, mesada, pensão, ajuda de custo), você costuma gastar tudo dentro de um mês ou geralmente reserva uma parte para um gasto futuro? 8) Você faz algum tipo de controle financeiro? Como? 9) Pense nos seus planos para o futuro (pode ser uma viagem, a compra de um carro, um intercâmbio). Você já mensurou em um papel ou em uma planilha os valores necessários para obtenção de cada plano? Se sim, já tem ideia de quando conseguirá atingir esse objetivo?

Apêndice II. Perfil dos Entrevistados

Entrevistado	Idade	Sexo	Trabalho	Escolaridade dos pais
E1: Maria	20	F	Não trabalha	Mãe: fundamental incompleto e Pai: fundamental completo
E2: Ana	19	F	Estágio em banco	Mãe: médio incompleto e Pai: fundamental incompleto
E3: Aline	22	F	Em empresa familiar	Mãe: ensino superior e Pai: médio completo
E4: Gabriela	19	F	Não trabalha	Mãe: superior cursando – Adm. E Pai: superior – Direito
E5: Fernanda	21	F	Não trabalha	Superior
E6: José	21	M	Não trabalha	Superior
E7: João	22	M	Não trabalha	Ensino médio
E8: Paulo	20	M	Não trabalha	Mãe: superior completo e Pai: superior completo
E9: Pedro	21	M	Não trabalha	Superior completo
E10: Bianca	19	F	Não trabalha	Mãe: fundamental incompleto e Pai: médio incompleto
E11: Antônio	22	M	RW Club	Mãe: superior – Direito e Pai: superior – Cinema / Adm.