



UNIFACS

UNIVERSIDADE SALVADOR

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES®

MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

ALAN VERHINE

**RELAÇÃO ENTRE SIGNIFICADOS CULTURAIS ATRIBUÍDOS AO DINHEIRO E
CONSUMO DE PRODUTOS DE INVESTIMENTO**

Salvador
2021

ALAN VERHINE

**RELAÇÃO ENTRE SIGNIFICADOS CULTURAIS ATRIBUÍDOS AO DINHEIRO E
CONSUMO DE PRODUTOS DE INVESTIMENTO**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado em Administração do Programa de Pós-graduação em Administração da UNIFACS Universidade Salvador, Laureate International Universities, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Marluce Dantas de Freitas Lodi.

Salvador
2021

Ficha Catalográfica elaborada pelo Sistema de Bibliotecas da UNIFACS Universidade Salvador,
Laureate Internacional Universities.

Verhine, Alan

Relação entre significados culturais atribuídos ao dinheiro e consumo de produtos de investimento./ Alan Verhine. - Salvador: Unifacs, 2021.

101 f. : il.

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Administração do Programa de Pós-Graduação em Administração da UNIFACS Universidade Salvador, Laureate International Universities, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Marluce Dantas de Freitas Lodi.

1. Administração. 2. Comportamento do Consumidor. 3. Marketing financeiro. I. Lodi, Marluce Dantas de Freitas, orient. II. Título.

CDD: 658.4012

ALAN VERHINE

RELAÇÃO ENTRE SIGNIFICADOS CULTURAIS ATRIBUÍDOS AO DINHEIRO E
CONSUMO DE PRODUTOS DE INVESTIMENTO

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Administração, Universidade Salvador - UNIFACS, Laureate International Universities pela seguinte banca examinadora:

Marluce Dantas de Freitas Lodi – Orientadora _____
Doutora em Administração pela UNIGRANRIO
Universidade Salvador - UNIFACS, Laureate International Universities

Maria Elisa Huber Pessina _____
Doutora em Administração pela Universidade Federal da Bahia - UFBA
Universidade Salvador - UNIFACS, Laureate International Universities

Denise Franca Barros _____
Doutora em Administração de Empresas pela EBAPE/FGV
Universidade Salvador - UNIFACS, Laureate International Universities

Salvador, 18 de março de 2021.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha esposa, Carla, que tem a chave-mestra do meu coração;
ao meu filho, Caio, mestre da imaginação;
aos meus pais, Robert e Amélia, ao meu irmão, Marcus,
à minha família, enfim, mola-mestra da minha jornada;
à minha orientadora, Marluce, que conduziu meu caminho com maestria;
aos meus outros mestres, colegas e amigos, que construíram (e continuam construindo)
a escada dos meus valores e conhecimento,
como se fossem exímios mestres de obra.
Obrigado!

RESUMO

Os significados atribuídos ao dinheiro extrapolam sua função utilitária e consideram a relevância do capital financeiro como participante de uma ordem social. A posse do recurso financeiro é também uma forma de apropriação de atributos simbólicos e culturais embutidos no dinheiro. Essas propriedades são carregadas até a reserva do capital, que pode ser feita mediante a aquisição de investimentos no mercado financeiro. Esta pesquisa considera o investimento do dinheiro como integrante de uma relação de consumo, tangenciando a área de Finanças e assentando-se no Marketing – mais especificamente no comportamento do consumidor. Utilizou-se o recorte da *Consumer Culture Theory* (CCT) como suporte para responder à pergunta de partida: quais os significados culturais atribuídos ao dinheiro e como eles implicam na aquisição de produtos de investimento? O objetivo foi identificar e esclarecer as percepções e experiências dos sujeitos e o reflexo nas decisões sobre a alocação de dinheiro. Foram realizadas entrevistas em profundidade com 17 investidores de varejo brasileiros, apreendendo a interação sujeito-objeto a partir dos rituais de McCracken (2007). No uso da Análise de Conteúdo, foram categorizados quatro significados: segurança, família, conhecimento e trabalho, que resultaram diferentemente na aquisição de produtos de investimento. Na articulação com esses significados, os investidores-consumidores consideraram conceitos como esforço, coletividade, e independência dos serviços públicos para tomarem suas decisões, diante de uma expectativa de prevenção e/ou promoção do capital. Espera-se que o estudo contribua para o avanço teórico do uso do Marketing no mercado financeiro. Na prática, a pesquisa pode direcionar órgãos de proteção ao consumidor para reduzir assimetrias entre instituições e investidores de varejo.

Palavras-chaves: Comportamento do Consumidor. *Marketing* financeiro. Investimentos financeiros. Significados do dinheiro. *Consumer Culture Theory*.

ABSTRACT

The meanings attributed to money go beyond its utilitarian function and consider the relevance of financial capital as a participant in a social order. The possession of financial resources is also a form of appropriation of symbolic and cultural attributes embedded in money. These properties are loaded up to the capital reserve, which can be made through the acquisition of investments in the financial market. This research considers the investment of money as part of a consumer relationship, encompassing the Finance area and based on Marketing - more specifically on consumer behavior. Consumer Culture Theory (CCT) was used as a support to answer the starting question: what are the cultural meanings attributed to money and how do they imply the acquisition of investment products? The objective was to identify and clarify, based on the interpretation of the subjects, the non-financial perceptions and experiences and the reflection in the decisions about the allocation of money. In-depth interviews were conducted with 17 Brazilian retail investors, apprehending the subject-object interaction based on McCracken's (2007) rituals. In the use of Content Analysis, four meanings were categorized: security, family, knowledge and work, which resulted differently in the acquisition of investment products. Investor-consumers considered concepts such as effort, collectivity, and independence from public services to make their decisions. It is expected that the study will contribute to the theoretical advancement of the use of Marketing in the financial market. In practice, research can target consumer protection agencies to reduce asymmetries between institutions and retail investors.

Keywords: Consumer Behavior. Financial marketing. Financial investments. Meanings of money. Consumer Culture Theory.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Três anúncios publicitários nos EUA entre 1963 e 2003	20
Figura 2 - Anúncio impresso de corretora de investimentos no Brasil.....	21
Figura 3 - Movimentação do significado.....	35
Figura 4 - Fontes de significado e instrumentos de transmissão	41
Figura 5 - Modelo de movimento do significado para operacionalização	43

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Tipos de empresas financeiras	22
Quadro 2 - Perfil do cliente apreendido pelo formulário API	29
Quadro 3 - Fases dos procedimentos metodológicos	40
Quadro 4 - Sujeitos da pesquisa	45
Quadro 5 - Categorias temáticas usadas por Lassare	46
Quadro 6 - Categorias temáticas (significados) e subcategorias na Análise de Conteúdo	53
Quadro 7 - Coocorrências significados x rituais	53
Quadro 8 - Aquisição de conhecimento financeiro	57
Quadro 9 - Termos técnicos falados nos relatos	59
Quadro 10 - Significado “conhecimento” x rituais de cuidados, desapropriação e presente ...	60
Quadro 11 - Significado “trabalho” x rituais de cuidados, desapropriação e presente.....	62
Quadro 12 – Resposta sobre significados atribuídos ao dinheiro.....	64
Quadro 13 - Subcategorias contrárias a segurança e sujeitos que as mencionaram	68
Quadro 14 - Significado “segurança” x rituais de posse, desapropriação e presente	70
Quadro 15 - Experiência do Ritual de Presente x familiares.....	72
Quadro 16 - Significado “família” x rituais de posse, desapropriação e cuidados.....	76

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Redução da taxa Selic entre 2016 e 2020	18
Gráfico 2 - Ocupação dos sujeitos da pesquisa	50

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANBIMA	Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais
API	Análise do Perfil do Investidor
B3	Brasil, Bolsa, Balcão
BACEN	Banco Central do Brasil
BM&FBOVESPA	Bolsa de Mercadorias & Futuros da Bolsa de Valores de São Paulo
CCT	Consumer Culture Theory
CDB	Certificado de Depósito Bancário
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CDI	Certificado de Depósito Bancário
COPOM	Comitê de Política Monetária
CVM	Comissão de Valores Mobiliários
DI	Depósito Interbancário
ETF	Exchange Traded Funds
FEBRABAN	Federação Brasileira de Bancos
FII	Fundos de Investimento Imobiliário
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IGP-M	Índice Geral de Preços Mercado
IPCA	Índice de Preços ao Consumidor Amplo
LCA	Letra de Crédito do Agronegócio
LCI	Letra de Crédito Imobiliário
MOW	Meaning of Work
OECD	Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico
SEC	Securities and Exchange Commission
SELIC	Sistema Especial de Liquidez e Custódia
SENACON	Secretaria Nacional do Consumidor
TR	Taxa Referencial
VGBL	Vida Gerador de Benefício Livre

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.2 OBJETIVOS	15
1.2.1 Objetivo Geral	15
1.2.2 Objetivos Específicos	16
1.3 JUSTIFICATIVA	16
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO	17
2.2 RELAÇÃO DE CONSUMO NO MERCADO FINANCEIRO	19
2.2.1 Produtos de investimento	23
2.2.1.1 Prevenção	24
2.2.1.1.1 Tipo: renda fixa	24
2.2.1.1.2 Atributo: liquidez	25
2.2.1.2 Promoção	25
2.2.1.2.1 Tipo: renda variável	25
2.2.1.2.2 Atributo: rentabilidade	26
2.2.2 Consumidores investidores	27
2.3 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E CCT	30
2.3.1 Modelo de Transferência de Significado	33
2.4 SIGNIFICADOS CULTURAIS ATRIBUÍDOS AO DINHEIRO	36
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	39
3.1 ADAPTAÇÃO DO MODELO DE McCracken.....	40
3.2 SUJEITOS DA PESQUISA.....	44
3.3 ENTREVISTAS	45
3.4 ANÁLISE DE CONTEÚDO	46
4 ANÁLISE DOS DADOS	49
4.1 PERFIL DOS SUJEITOS.....	49
4.2 COMPORTAMENTO DOS SUJEITOS ENQUANTO CONSUMIDORES	50
4.2.1 Rituais e significados	52
4.2.1.1 Ritual de posse	54
4.2.1.1.1 Conhecimento	56
4.2.1.1.2 Trabalho	60
4.2.1.2 Ritual de cuidados	62
4.2.1.2.1 Segurança	64
4.2.1.3 Ritual de presente	70

4.2.1.3.1 Família	73
4.2.1.4 Ritual de desapropriação	76
5 CONCLUSÃO.....	79
REFERÊNCIAS.....	84
GLOSSÁRIO	93
APÊNDICE A – Formulário API	95
APÊNDICE B – Protocolo de entrevistas	97
APÊNDICE C – Roteiro semiestruturado de entrevista.....	97
APÊNDICE D – Categorização temática (indtiva).....	99

1 INTRODUÇÃO

Na literatura sobre Finanças, há autores que argumentam que “investir” e “consumir” estão em polos opostos: enquanto o primeiro ato representa a poupança de recursos financeiros excedentes, o segundo refere-se ao gasto desses recursos (DOWBOR, 1991). Outros defendem a ideia de que o investimento ocorre quando o indivíduo troca o poder de consumo presente por um poder (maior) de consumo no futuro (ANDREZO; LIMA, 2007). Há, enfim, uma grande quantidade de obras que estudam investimento e consumo como movimentos interligados.

Esta pesquisa unifica esses termos e os justapõe, como proposto em publicações categorizadas como marketing financeiro (ROSS, 1989; SHEFRIN; STATMAN, 1993), marketing bancário (BASILIO; PONCHIO, 2019) ou, simplesmente, marketing – em um enquadramento cultural (MCQUARRIE; STATMAN, 2016; SCHWARTZSTEIN et al., 2016). Porém, o foco deste estudo não centraliza o viés organizacional do marketing, mas sim a outra ponta da relação de consumo: o comportamento do consumidor. Essa abordagem extrapola o composto integrado por produto, preço, praça e promoção de Kotler e Armstrong (2007) aplicado a produtos financeiros (SHEFRIN; STATMAN, 1993) e conecta-se às dimensões socioculturais de comportamento e decisões de consumo (LODI, 2018). Apresenta-se, então, uma alternativa para a compreensão sobre as escolhas financeiras dos indivíduos, normalmente analisadas com a lente das Finanças clássicas ou da economia comportamental.

No Brasil, a relação entre clientes e instituições financeiras na aquisição de investimentos é regulada pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima). Para conformidade com as boas práticas financeiras, essas entidades exigem a aplicação do questionário de Análise do Perfil de Investidor (API) para que a empresa financeira ofereça produtos compatíveis com o apetite ao risco aferido nas respostas (JESUS, 2017). O Banco Central e órgãos de proteção ao consumidor no país também observam essa aderência (*suitability*), desde que o investidor tenha posição de vulnerabilidade. Ele é considerado vulnerável se possuir menor disponibilidade de recursos, pouca experiência e/ou conhecimento insuficiente sobre o mercado financeiro (GOIABEIRA ROSA; FERREIRA BIZELLI; FÉLIX, 2017).

A regulação, monitoramento e possível sanção às empresas financeiras na alocação de recursos de investidores de varejo assumem a relevância do dinheiro como promotor de bem-estar (BRÜGGEN et al., 2017), e a falta de acesso ou perda de determinada quantia como

causadora de danos aos consumidores (HARINCK et al., 2007). O dinheiro é o elemento central nessa relação de consumo.

O dinheiro é, por vezes, elevado ao status de “sagrado” (BELK; WALLENDORF, 1990), reflexo de sua essencialidade, principalmente no mundo capitalista, no qual os preceitos vão além da esfera econômica (BONSU, 2008). O capitalismo funda-se no recurso financeiro, encarado como causa de mudanças sociais e consequência de relações sociais e significados culturais (BAKER; JIMERSON, 1992). Simmel (2009, p.5) escreveu que o dinheiro é “o Deus do nosso tempo”, referindo-se ao despertar da segurança, paz e confiança originados no papel-moeda, em analogia à busca humana dessas propriedades no Divino. Esta pesquisa concentra-se na ideia do dinheiro como um fim: mais do que um mediador das relações sociais, ele é, em determinados contextos, seu objeto principal (BAKER; JIMERSON, 1992).

A indústria financeira é abastecida com a percepção sobre a importância do dinheiro. Estudos anteriores associaram o significado atribuído ao dinheiro e a alocação desses recursos, como apontado por Rose e Orr (2007), Zelizer (1989), Falicov (2001), Jain e Joy (1997), entre outros. No enquadramento escolhido neste trabalho, esses significados são culturalmente sustentados e possuem relação com determinada visão de mundo e contexto social (BAKER; JIMERSON, 1992). Nesse raciocínio, a base teórica deste projeto usa a *Consumer Culture Theory* (CCT) como recorte principal para a interpretação do comportamento do consumidor. O modelo para captura de dados e análise, de uso recorrente na CCT, é o modelo de transferência de significados, de McCracken (1986). Segundo essa proposta, os significados são móveis e migram do mundo culturalmente constituído para os objetos, e daí são selecionados e individualizados (com pressupostos de uma coletividade) pelos sujeitos. Essa interação com os objetos é realizada através de quatro rituais, distintos ou sobrepostos: posse, troca, cuidados pessoais e desapropriação (MCCRACKEN, 2007). O modelo mccrackiano foi operacionalizado neste estudo para apreender e compreender a relação sujeito-dinheiro.

A pergunta de partida deste trabalho, em consonância com a fundamentação teórica, é: **quais os significados culturais atribuídos ao dinheiro e como eles implicam na aquisição de produtos de investimento?** Para obter essa resposta, além do modelo de transferência de significados, foram estabelecidas e executadas outras estratégias metodológicas. Optou-se por selecionar e filtrar investidores após a distribuição de formulários API. Era importante que esses clientes de instituições financeiras fossem investidores de varejo. Dezesete sujeitos participaram da etapa seguinte, que consistiu em entrevistas em profundidade com uso de roteiro semiestruturado.

Para a análise, não foram usadas escalas de significado do dinheiro, como em Moreira e Tamayo (1999), Moreira (2002) ou Rose e Orr (2007), porque se priorizou o resultado indutivo, a partir do que emergiu dos relatos (GÜNTHER, 2006). Assim, a pesquisa teve caráter qualitativo (GÜNTHER, 2006). A decisão dos investidores (*implicação*) se relacionou com os atributos esperados de determinado valor ao ser aplicado, vinculados a promoção ou prevenção, conforme as definições da Teoria do Foco Regulatório (HIGGINS, 1998). Os rituais, significados atribuídos ao dinheiro e as implicações, foram codificados e categorizados com Análise de Conteúdo (BARDIN, 2004). A conexão com os produtos de investimento adquiridos teve caráter inferencial subjetivo.

Na estrutura desta dissertação, após a introdução com apresentação de objetivos e justificativa, é aprofundado o contexto no qual ocorreu a pesquisa, como integrante da seção sobre a fundamentação teórica. Nesse capítulo sobre a literatura consultada, também são discutidas a relação de consumo no mercado financeiro, o comportamento do consumidor com base na CCT e os significados culturais atribuídos ao dinheiro. Na seção seguinte, são detalhados os procedimentos metodológicos. Posteriormente, é realizada a análise dos relatos dos sujeitos, com alicerce na metodologia e no recorte teórico propostos, promovendo um diálogo entre as obras sobre consumo, finanças, sociologia e antropologia. O capítulo é organizado segundo os rituais de McCracken e os significados citados pelos entrevistados de forma mais recorrente em cada ritual. Na última seção, apresenta-se a conclusão sobre a pesquisa.

Espera-se que este estudo contribua para o avanço teórico do uso da lógica do comportamento do consumidor no mercado financeiro. Na prática, a pesquisa pode auxiliar órgãos de proteção ao consumidor na elaboração de medidas para defesa de investidores de varejo. Esta dissertação também pode agregar uma perspectiva extraeconômica à discussão sobre a aferição do perfil do investidor, de forma que essa apreensão possa se aproximar mais das expectativas dos investidores não-qualificados, reduzindo a assimetria entre as instituições financeiras e seus clientes.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo desta pesquisa é esclarecer quais os significados atribuídos ao dinheiro e como eles implicam na aquisição de produtos de investimento. Como significado, compreende-

se a origem e validação na cultura, submetido à tradução simbólica de uma representação socialmente construída (VERA; GOSLING; SHIGAKI, 2019). A coleta de dados é baseada na interpretação dos sujeitos, com o pressuposto de que as percepções e experiências dos sujeitos refletem nas decisões sobre a alocação de dinheiro. Parte-se da ideia de que essas perspectivas são, de alguma forma, evocadas no objeto-dinheiro desde sua aquisição, transportadas com ele até a integração no mercado financeiro e ressignificadas no momento da desapropriação desse recurso.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Discutir a decisão sobre investimentos sob a lógica das relações de consumo, debatendo essas decisões como resultado do comportamento do consumidor;
- b) Examinar os aspectos não-financeiros que implicam no consumo de produtos financeiros;
- c) Debater teoricamente sobre as percepções culturais e entendê-las como influentes e influenciadas pela esfera econômica e organização do Estado brasileiro

1.3 JUSTIFICATIVA

O mercado financeiro brasileiro vem passando, constantemente, por processos vinculados à sua democratização e maior facilidade de acesso dos investidores de varejo. De acordo com a Federação Brasileira de Bancos (Febraban), foram realizadas 35 milhões de contratações de investimento no país por *smartphones* em 2019 (um acréscimo de 113% em relação a 2018) e 48 milhões de transações do mesmo tipo por *internet banking* – um aumento de 48% em 2019 em comparação com o ano anterior (BRASIL, 2021). De certa forma, essa dinâmica digital é o reflexo de uma tendência global, assumindo que “nunca o investimento nos mercados internacionais foi tão fácil, nunca um ativo foi tão fácil de ser comprado, nunca existiu tanta partilha de informação” (SAFARA, 2009, p.2). O resultado no Brasil é percebido pelo saldo recorde de R\$ 1,12 trilhão aplicado por investidores de varejo tradicional até setembro de 2020 (ANBIMA, 2020).

Analisar uma parte dessa dinâmica torna-se algo necessário, principalmente a partir da compreensão da questão social envolvida, pois o enquadramento escolhido vai além do aspecto financeiro ou mercadológico. Sansi Roca (2007) lança mão da antropologia para compreender como políticas monetárias e controle da hiperinflação sedimentaram-se na cultura brasileira.

Neiburg (2007) argumenta como índices, indexadores e planos econômicos moldaram a visão de mundo no Brasil. Por tudo isso, o debate empreendido pretende contrapor à concepção de que dinheiro e mercado devem ser discutidos sob a ótica das Finanças tradicionais.

Esta pesquisa se concentra nos relatos dos investidores em um contexto adverso tanto para renda fixa quanto para a renda variável. A experiência do autor de mais de nove anos no sistema bancário levou ao pressuposto de que os investidores são, na verdade, consumidores de serviços financeiros, e a tomada de decisão de onde alocar o recurso financeiro, já repleta de elementos (como toda decisão de consumo), fica ainda mais desafiadora com o cenário que se construiu em 2020, marcado pela pandemia e pelo registro da mínima histórica da taxa básica de juros no Brasil.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

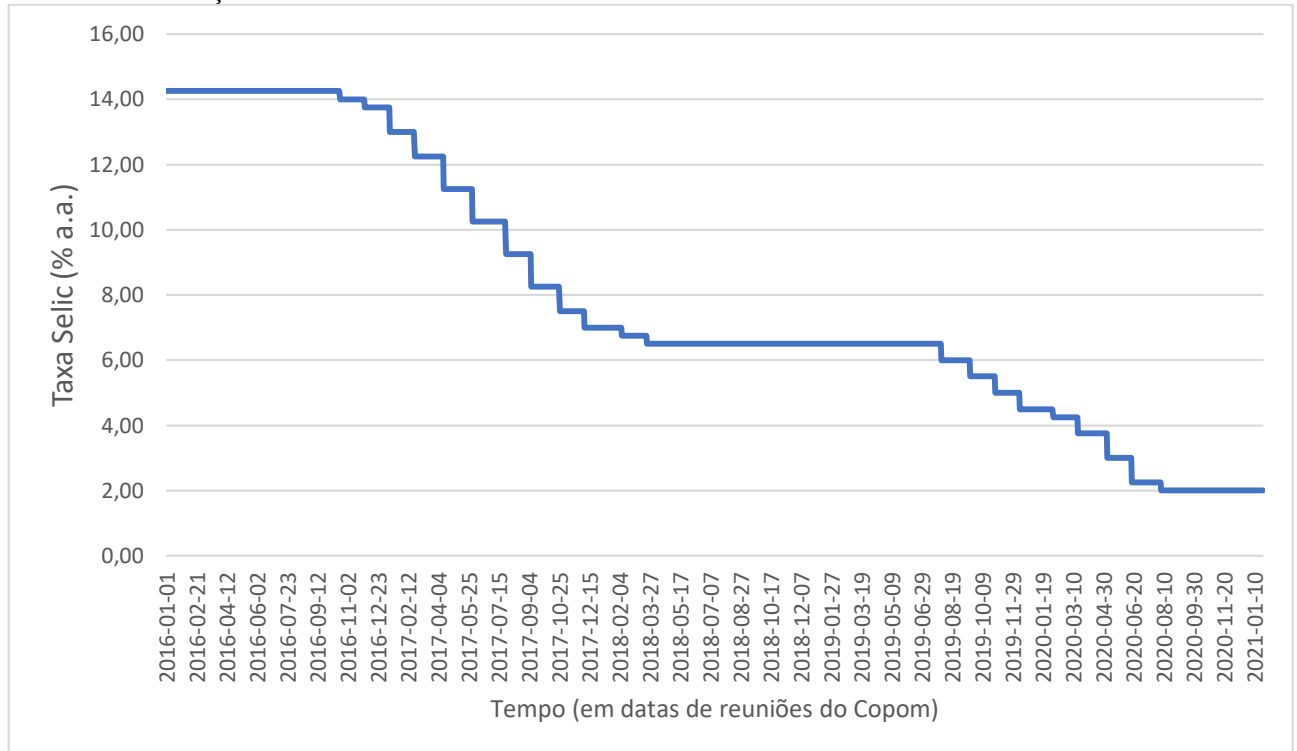
2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

A taxa básica de juros praticada em um país é integrante de uma estratégia econômica nacional, com maior ou menor intervenção do Estado. Alimenta e é abastecida por índices sociais mais amplos, como renda das famílias, empregabilidade, consumo de alimentos, entre outros. O balanceamento da taxa de juros básica é fundamental para manter em ordem não só o mercado financeiro, como também o cotidiano dos cidadãos (GARCIA; DIDIER, 2003).

No modelo brasileiro, a taxa básica de juros é definida nas reuniões periódicas do Comitê de Política Monetária do Banco Central (Copom) e divulgada logo após o encontro. Denominada Selic (Sistema Especial de Liquidação e Custódia), ela serve de referência para os contratos financeiros. Sua definição segue as diretrizes econômicas federais para um determinado período (GOUVEIA, 2019). Arelado à Selic, está o CDI - Certificado de Depósito Interbancário - uma taxa de crédito privado que baliza quanto os bancos pagam pelo dinheiro emprestado entre eles. O DI (forma abreviada de CDI) acompanha o movimento da Selic (MARTINI, 2013).

Em pouco mais de três anos, a taxa Selic saiu de 14,25%, para a sua mínima histórica em 2020, quando foi fixada em 2%. A queda foi gradativa, conforme o Gráfico 1:

Gráfico 1 – Redução da taxa Selic entre 2016 e 2020



Fonte: Elaboração própria, com dados do Bacen (2021).

Selic, DI, e índices de inflação, como IPCA e IGP-M, são os principais indexadores usados em investimentos de renda fixa para remunerar clientes de instituições financeiras no Brasil. Ao serem utilizados como referência, esses índices são denominados *benchmarks* (FORCELINI et al., 2014). Com a variação negativa desses *benchmarks* ao longo do tempo, houve redução na rentabilidade da renda fixa e, em consequência, um aumento natural pelo interesse em alternativas no mercado de capitais – mais arriscadas, porém mais rentáveis.

A questão é que o cenário tornou-se ainda mais complexo com a pandemia da COVID-19 causada pelo novo coronavírus (CIMINI et al., 2020). O surto da doença gerou uma onda de incertezas que teve impacto nos mais diversos campos em todo o mundo, incluindo os mercados financeiros. No Brasil, Jesus et al. (2020) apontam que empresas listadas na Bolsa chegaram a perder mais de 30% do valor de mercado.

Essa foi uma das razões pelo aumento de investimentos também em alternativas mais conservadoras, como forma de escapar das oscilações do mercado de capitais observadas durante a pandemia. A caderneta de poupança, por exemplo, teve aumento de saldo aplicado de 17,6% em setembro de 2020 em relação a dezembro do ano anterior, acumulando 920,8 bilhões de montante (ANBIMA, 2020). O incremento teve participação do auxílio emergencial, verba

paga pelo governo federal para minimizar os efeitos econômicos negativos da pandemia em 2020 (CARDOSO, 2020). Com a renda fixa dando baixos retornos no Brasil em comparação com o passado, e a renda variável com performance soluçante, o contexto posicionou o investidor em uma encruzilhada. A aquisição de produtos de investimento, que já é naturalmente desafiadora, tornou-se um dilema para boa parte dos participantes do mercado financeiro. Isso significa que, ao estabelecer uma relação de consumo com instituições financeiras, o investidor teve que tomar decisões para atender suas expectativas, necessidades e desejos (SOLOMON, 2016) ponderando fatores contraditórios. Essa relação de consumo será aprofundada na próxima seção.

2.2 RELAÇÃO DE CONSUMO NO MERCADO FINANCEIRO

A análise de investimentos possui produção científica própria, apontando métodos como médias de fluxos de caixas operacionais, valor líquido presente, *payback*, entre outras ferramentas de ordem quantitativa, para calcular a viabilidade ou não de determinado investimento (ASSAF NETO, 2015; BREAKLEY; MYERS; ALLEN, 2013). A teoria clássica de Finanças presume o uso racional desses métodos como balizador da decisão correta sobre onde a pessoa irá alocar seu dinheiro. O prêmio Nobel em economia, Richard Thaler, chamou de “*econo*” esse investidor idealizado pela área de finanças: um ser racional, que analisa gráficos, números e informações disponíveis para tomar as melhores decisões de investimento (THALER; SUNSTEIN, 2019, p.25)

A economia comportamental segue por outro caminho. Os pesquisadores dessa linha argumentam que os investidores são pessoas normais e, como tais, estão susceptíveis a erros, vieses e influências pouco racionais (THALER, 1986). A dimensão psicológica tem forte presença nos trabalhos publicados nessa área (TVERSKY; KAHNEMAN, 1991).

McQuarrie e Statman (2016) percorrem uma trilha semelhante, mas propõem uma outra moldura: a do Marketing. Segundo esse direcionamento, os investimentos são serviços oferecidos pelas instituições financeiras, que fazem a gestão do dinheiro aplicado e cobram por isso. Os investidores são, assim, consumidores desses serviços, formatados como produtos.

Embora órgãos reguladores do mercado financeiro, como a *Securities and Exchange Commission* (SEC) nos Estados Unidos, ou a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) no Brasil, busquem conduzir a uma objetividade na informação disponibilizada sobre as aplicações financeiras (SCHWARTZSTEIN et al., 2016), os investidores acabam motivados por aspectos afetivos e simbólicos da lógica do consumo, como objetivos de vida, expressão de identidade,

relacionamento e experiência (MCQUARRIE; STATMAN, 2016). Atentas a esse comportamento do consumidor, as instituições financeiras adequam seus produtos de investimento aos arranjos do Marketing, divulgando seus atributos em anúncios publicitários que, de forma contrária a orientação racional, apelam para a persuasão (SCHWARTZSTEIN et al., 2016) e sedução (MCQUARRIE; STATMAN, 2016).

O artigo de Schwartzstein et al. (2016) analisa a retórica nos textos publicitários de bancos e investimentos. Os discursos trazem conceitos atrelados a dinheiro e investimentos, como futuro, segurança e sucesso. A fundamentação teórica de McQuarrie e Statman (2016) é parecida, uma vez que os autores analisaram peças publicitárias sobre investimentos publicadas nas revistas norte-americanas *Money* e *Forbes* entre 1960 e 2010. Na Figura 1 constam três anúncios extraídos do artigo, divulgados em épocas diferentes:

Figura 1 - Três anúncios publicitários nos EUA entre 1963 e 2003

I.



II.



III.



Fonte: extraído de McQuarrie e Statman (2016).

O anúncio I é de 1963, publicado na *Forbes*, e tem apelo utilitário, ressaltando os atributos do produto. Seu texto principal, traduzido para o português, é: “*Melhores retornos possíveis*”. A peça II, publicada na *Money* em 1986, já aponta uma mudança no discurso e traz o texto “*Agora casais em que os dois parceiros trabalham podem compartilhar mais do que felicidade conjugal*”. Os autores do artigo ressaltam que a imagem é expressiva, uma novidade em relação a peças publicadas em anos anteriores, e o dinheiro é pela primeira vez associado a felicidade no *corpus* reunido pelos autores, além do enfoque não-financeiro (futuro, casamento,

compartilhamento). O anúncio III, publicado na revista *Money* em 2003, traz em destaque: “*A ideia não é se aposentar com mais contas de aposentadoria. É se aposentar com mais dinheiro*”. A imagem mostra um homem grisalho e uma garota, sugerindo o aspecto familiar, em uma casa com estrutura de luxo. O investimento é ofertado como um realizador de desejo e, segundo os pesquisadores, uma fantasia de riqueza, já que essa não é a realidade da maioria dos aposentados norte-americanos que investiram em fundos de aposentadoria (MCQUARRIE; STATMAN, 2016).

No Brasil, Fogaça (2018) afirma que houve um foco maior na oferta de investimentos em campanhas publicitárias a partir de 2011. Ressalve-se que, anterior a isso, as instituições financeiras já faziam propagandas da caderneta de poupança, como o extinto banco Bamerindus e seu *jingle* na década de 80 (MONTEIRO; RIOS, 2009) e a Caixa Econômica Federal e os personagens “poupançudos” (LANGE et al., 2009). A peça publicitária abaixo, de 2015, foi retirada do trabalho de Fogaça e tenta convencer o público-alvo de que um investimento rentável deve ser feito fora dos bancos tradicionais:

Figura 2 - Anúncio impresso de corretora de investimentos no Brasil



Fonte: Extraído de Fogaça (2018).

O anúncio, publicado em revistas brasileiras, é um exemplo do uso de imagens vívidas, linguagem metafórica e símbolos culturais para promover produtos financeiros (MCQUARRIE; STATMAN, 2016). O discurso é arquitetado para atingir os consumidores enquanto seres culturais que buscam comunicar identidades, ideias e percepções a partir de suas aquisições (ARNOULD; THOMPSON, 2005a).

A propaganda é só um dos integrantes da “ecologia publicitária” (PEREZ, 2020) que constitui a indústria de informação financeira no Brasil. Artigo de Pasti e Silva (2013) enumera outras formas de circulação de conteúdo financeiro, como boletins, análises de mercado, análises técnicas, classificações, índices, informações de empresas, portais especializados e notícias econômicas e políticas. Schünke (2020) argumenta que *digital influencers*, especializados em educação financeira, também tratam sobre investimentos e possuem grande impacto nas plataformas Youtube e Instagram. O pesquisador destaca os *influencers* brasileiros Thiago Nigro e Nathália Arcuri. A CVM, ao monitorar a atuação dos *influencers* financeiros no Brasil, publicou ofício alertando a esses profissionais que o conteúdo disponibilizado, considerado uma assessoria para alocação de dinheiro, não deve convencer ou induzir investidores (CVM, 2020).

A figura 2, por se tratar de uma campanha publicitária, tenta convencer o público para contratar o serviço de gestão do dinheiro em uma determinada instituição. O tema “*Desbancarize*” apresenta a corretora XP Investimento como provedora de soluções com melhores retornos para o cliente, ao contrário da caderneta de poupança no fictício banco “*Rende Nada*”. As corretoras de investimento ganharam notoriedade na indústria financeira brasileira nos anos 2000, com a oferta de diferenciais em relação aos bancos tradicionais, como: “home broker que não sai do ar, relatórios de analistas, gráficos, notícias e assessoria de investimento” (BEAL PARTYKA; LANA; MARCON, 2020, p.3). Participam do mercado nacional, ainda, as *fintechs*, fenômeno global e recente, de caráter disruptivo baseado na inovação tecnológica (ARAUJO, 2018). Essas empresas avançaram no cenário brasileiro principalmente a partir de 2017 (BEAL PARTYKA; LANA; MARCON, 2020) e somam-se a bancos e corretoras na oferta de serviços de gestão do dinheiro, como mostra o quadro abaixo:

Quadro 1 - Tipos de empresas financeiras

Bancos de Varejo	Corretoras de investimento	Fintechs
Bancos tradicionais, de cobertura nacional e linhas de produtos completa (PRADO, 2004). Possuem agências físicas, mas fazem atendimento <i>omnicanal</i> : presencialmente, por telefone, <i>chat</i> e aplicativo (DIAS, 2019).	São empresas que oferecem produtos próprios ou fazem a intermediação para aquisição de produtos de investimento de terceiros (AMARO, 2018). O atendimento é prestado em escritórios ou em plataformas digitais (FOGAÇA et al., 2018).	São chamadas de “bancos digitais” no Brasil. Oferecem múltiplos serviços financeiros e prestam atendimento por plataformas digitais (DIAS, 2019).

Fonte: elaboração do próprio autor.

Essas organizações oferecem produtos de investimento aos seus clientes, como será detalhado na próxima seção. Esses produtos podem ser de renda fixa ou variável e terem como atributos principais a liquidez e/ou a rentabilidade.

2.2.1 Produtos de investimento

Os produtos financeiros possuem grande variedade no mundo por diversas razões. Há, de forma objetiva, uma subordinação a elementos econômicos regulados pelo Estado, questões jurídicas e operação do mercado financeiro nos diferentes países. No entanto, há também o encaixe com perspectivas e expectativas fundadas em visões de mundo variadas, como ocorre com as “*Finanças Islâmicas*”, que possuem direcionamento para a estruturação de investimentos baseados em uma compreensão muçulmana da relação com o dinheiro (SAFARA, 2009, p.4).

Shefrin e Statman (1993) propõem que as instituições financeiras devam formatar produtos de investimento com base na dinâmica interna das finanças, mas levando em consideração também que os investidores são influenciáveis pelos aspectos comportamentais, momento de vida e erros cognitivos. Embora os investimentos estejam atrelados à ideia do emprego de dinheiro para se obter lucro (COSTA et al., 2020), os pesquisadores Zhou e Pham (2004) defendem que os investidores-consumidores buscam rentabilidade, mas também proteção.

No artigo “*Promotion and prevention across mental accounts: when financial products dictate consumers' investment goals*”, Zhou e Pham (2004) se debruçam sobre as decisões de alocação de dinheiro dos consumidores com base na Teoria do Foco Regulatório de Higgins (1998). Os autores argumentam que “em particular, os objetivos de investimento dos consumidores podem ser determinados pelo tipo de produtos financeiros sob avaliação, em vez de serem independentes das alternativas de investimento como a teoria padrão das finanças sugere” (ZHOU; PHAM, 2004, p.125, tradução nossa). O consumo de produtos de investimento é então atrelado aos objetivos de promoção e prevenção, como proposto pela Teoria do Foco Regulatório (KROTH; LÖBLER, 2019).

A promoção é vinculada à ideia de buscar rentabilidade no consumo de produtos de investimento (ZHOU; PHAM, 2004). É definida como o desejo pelo avanço do status-quo (ganhar), onde o fracasso é manter-se no status quo (não ganhar). Já a prevenção é o resultado almejado de manter-se no status-quo (não perder), e o fracasso representa afastar-se negativamente do status quo (perder) (KROTH; LÖBLER, 2019).

Os tipos e atributos de produtos de investimento serão listados a seguir, organizados conforme maior aderência à promoção ou à prevenção.

2.2.1.1 Prevenção

2.2.1.1.1 Tipo: renda fixa

São aplicações que geram rendimentos fixos, com rentabilidade previamente determinada (pré-fixada) ou calculada após o resgate ou vencimento do investimento (pós-fixada). Em geral, o potencial de rendimento proporcionado por tais aplicações é menor que os rendimentos de aplicações variáveis, porém os riscos de perda também são menores. Esse tipo de aplicação é geralmente procurado por investidores mais conservadores, que não querem correr riscos (MARTINI, 2013). As taxas usadas como referência (*benchmark*) são, normalmente, índices de preço (ligados à inflação), DI ou Selic. É o que acontece com o investimento mais procurado por consumidores brasileiros – a caderneta de poupança.

A caderneta teve aumento de saldo de 18,3% entre investidores de varejo no Brasil até setembro de 2020. No varejo, concentrava 42,8% do montante aplicado no mercado financeiro nacional, contra 30% em títulos e valores mobiliários, segundo dados de setembro de 2020 (ANBIMA, 2020). A preferência pode ser explicada pelo baixo risco e rentabilidade garantida, apesar do retorno pequeno sobre o capital investido (GOUVEIA, 2019). Desde 2012, a Selic é o índice usado para remunerar os depósitos em poupanças de pessoas físicas (juntamente com a Taxa Referencial, ou TR) e o cálculo muda de acordo com as definições do Copom:

- a) 0,5% ao mês enquanto a meta da taxa Selic ao ano, definida pelo Banco Central do Brasil, for superior a 8,5%; ou
- b) 70% da meta da taxa Selic ao ano, mensalizada, vigente na data de início do período de rendimento, nos demais casos.

A Selic é usada como *benchmark* em outros produtos com ligação com o governo, como títulos públicos federais. Já o DI é mais utilizado em investimentos com características privadas e também de grande consumo, como Certificado de Depósito Bancário (CDB), Letra de Crédito Imobiliário (LCI), Letra de Crédito do Agronegócio (LCA), previdência complementar e fundos de investimento (GOUVEIA, 2019).

Os fundos de investimentos são espécies de condomínios, onde todos os cotistas têm seus recursos aplicados em conjunto, proporcionando melhores oportunidades de ganhos dados aos grandes volumes investidos (FORTUNA, 2008). As empresas administradoras de fundo podem cobrar uma taxa pelo serviço, normalmente deduzida do rendimento do valor aplicado. O serviço consiste na gestão do dinheiro, aplicando em ativos capazes de proporcionar retornos compatíveis com os riscos assumidos pelos investidores (FORCELINI et al., 2014).

Os fundos em renda fixa são classificados nesta categoria porque devem possuir no mínimo 80% em sua carteira com ativos como títulos públicos e/ ou privados em renda fixa (FORTUNA, 2008). No entanto, de maneira complementar ou exclusiva, outros fundos de investimento também podem adquirir ativos de renda variável.

2.2.1.1.2 Atributo: liquidez

A compreensão de que a liquidez é a capacidade de conversão de um bem em dinheiro (ANBIMA, 2021) deve ser precedida do entendimento de que o dinheiro, como capital circulante, é o bem mais líquido (MARX, 1975). Em resumo, a liquidez representa a possibilidade de ter dinheiro na mão em menor tempo.

Não há uma relação direta entre produtos de renda fixa e liquidez. Uma LCA pré-fixada, considerada uma aplicação em renda fixa, pode ter o tempo de conversão em dinheiro superior a um ano, enquanto uma ação na Bolsa de Valores de São Paulo pode ser vendida e convertida em dinheiro em até dois dias (B3, 2021). Mas existe uma compreensão, de ordem keynesiana, de que os ativos de maior liquidez são escolhidos por representarem precaução e segurança (DE PAULA, 1998). Se tempo e incerteza são convergentes, investimentos que são negociados e convertidos em dinheiro num menor prazo são, de certa maneira, menos expostos a eventos imprevisíveis (BREAKLEY; MYERS; ALLEN, 2013).

2.2.1.2 Promoção

2.2.1.2.1 Tipo: renda variável

Ao contrário do que ocorre na renda fixa, os ativos de renda variável não possuem uma taxa com índice de previsibilidade por um período maior, podendo ter alterações consideráveis de valor ao longo de um dia. Martini (2013) ressalta que a expectativa e confiança dos investidores em relação aos ativos direcionam a relação entre oferta e demanda, o que influencia na mudança de preços (volatilidade). Quando a oferta de um produto excede à demanda, seus preços tendem a cair. Do lado oposto, quando a demanda é maior que a oferta, os preços desse produto tendem a subir (MARTINI, 2013).

Os investimentos em renda variável são alternativas mais indicadas para investidores com menor aversão ao risco, de perfil moderado ou arrojado. Comprar e vender ações de determinada empresa é o exemplo clássico de renda variável. O consumidor pode adquirir uma

certa quantidade de ações diretamente de seu *smartphone* ou computador e vendê-la no mesmo dia, se assim desejar (LEITE, 2011). As instituições financeiras fazem a intermediação desse processo, oferecendo os serviços de custódia e corretagem. No Brasil, os negócios são concretizados digitalmente no ambiente da Bolsa de Valores de São Paulo – a Bovespa.

As transações concluídas na Bolsa ajudam a alimentar o índice calculado pela BM&FBOVESPA (abreviatura oficial adotada pela Bolsa de Mercadorias & Futuros da Bolsa de Valores de São Paulo), o Ibovespa. O índice mede o retorno de um investimento em uma carteira teórica de ativos, composta pelas ações emitidas por companhias que respondam por mais de 80% do número de negócios verificados na Bolsa de São Paulo (MARTINI, 2013).

Outra forma de acesso ao mercado de renda variável é através de fundos que compram ativos com essa característica, como já citado anteriormente. Para que tenha a classificação Anbima de fundo de ações, o fundo deve ter 51% do seu patrimônio em ações (MARTINI, 2013). Os fundos denominados multimercados também podem investir em papéis de preços variáveis, mesclando com outros de renda fixa, em uma estratégia definida pelo gestor. Já os fundos cambiais, também de característica variável, devem investir 67% do seu patrimônio apostando na flutuação do câmbio, que pode ser dólar, euro, ou qualquer outra moeda estrangeira (GONZAGA, 2018).

2.2.1.2.2 Atributo: rentabilidade

A rentabilidade compreende a lógica do risco e retorno: para que os investidores arrisquem mais, com chance de perda do patrimônio alocado, é necessário que eles sejam recompensados com a possibilidade de ganho maior. Um investimento eficiente é aquele que dá maior rentabilidade possível com um menor risco assumido (BREAKLEY; MYERS; ALLEN, 2013; FAMA, 1991; MARKOWITZ, 1952).

A rentabilidade no mercado de capitais, por exemplo, tende a ser maior em comparação com produtos em renda fixa, porque os ativos possuem volatilidade. Essa propriedade consiste na alteração do valor da ação, sem regra estabelecida, no decorrer de um período também não estabelecido, geralmente com registro de variações diárias (GONZAGA, 2018). As informações disponíveis são de alguma forma direcionadoras da oferta e demanda pelo ativo, e podem ser originárias de fatores internos da organização (no caso de uma ação de empresa) ou externos, como notícias do mercado, decisões políticas, atividade no exterior, entre outros (FAMA, 1991; GONZAGA, 2018).

Nem sempre a rentabilidade é calculada pela variação de preço dos ativos na Bolsa de Valores. Muitos investidores compram as ações e recebem, periodicamente, os lucros e dividendos ou os juros sobre o capital próprio da empresa vinculada àquela ação, considerada uma “renda passiva” (FAMA, 1991). Essa estratégia, chamada de *buy-and-hold* (MARTINI, 2013), também é comum para ETF's (*Exchange Traded Funds*) e FII's (Fundos de Investimento Imobiliário), dos quais o investidor compra cotas – que possuem valor variável – e recebe, periodicamente, distribuições de recursos advindos da venda de ativos pelos gestores dos fundos, lucros internos ou pagamento de aluguéis.

Importante ressaltar que as aplicações em renda fixa tendem a possuir menor rentabilidade por serem mais conservadoras, mas não estão totalmente livre de perdas. Apesar de ter acordado um prazo para receber uma rentabilidade estabelecida, o investidor pode escolher se desfazer antes do ativo, vendendo por um preço que o mercado está disposto a pagar. Esse preço pode ser menor do que aquele aplicado originalmente, gerando perda. Essa dinâmica é chamada de marcação-a-mercado e é desejável para manter uma precificação justa (LUCATELLI, 2014).

2.2.2 Consumidores investidores

A CVM e a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) têm publicações em conjunto denominadas “Boletim de Proteção do Consumidor Investidor”, direcionadas a participantes do mercado sem grande conhecimento ou experiência em finanças (CVM; DPDC, 2017). O conteúdo serve como orientações na aquisição de produtos de investimento para investidores não-qualificados.

Existem três tipos de investidor classificados pela Comissão de Valores Mobiliários no Brasil. Quanto maior o patrimônio e a experiência do investidor, maior é a sofisticação dos produtos de investimento disponíveis para ele (GONZAGA, 2018). As categorias são:

a) **Investidor profissional:** instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil; Companhias seguradoras e sociedades de capitalização; entidades abertas e fechadas de previdência complementar; pessoas naturais ou jurídicas que possuam investimentos financeiros em valor superior a R\$ 10.000.000,00 e que, adicionalmente, atestem por escrito sua condição de investidor profissional mediante termo próprio; fundos de investimento; clubes de investimento, cuja carteira seja sugerida por administrador de carteira autorizado pela CVM; agentes autônomos de investimento,

administradores de carteira, analistas e consultores de valores mobiliários autorizados pela CVM, em relação a seus recursos próprios; e investidores não residentes (GONZAGA, 2018);

b) **Investidor qualificado:** investidores profissionais; pessoas naturais ou jurídicas que possuam investimentos financeiros em valor superior a R\$ 1.000.000,00 e que, adicionalmente, atestem por escrito sua condição de investidor qualificado mediante termo próprio. Podem ser pessoas naturais que tenham sido aprovadas em exames de qualificação técnica ou possuam certificações aprovadas pela CVM como requisitos para o registro de agentes autônomos de investimento, administradores de carteira, analistas e consultores de valores mobiliários, em relação a seus recursos próprios; e clubes de investimento cuja carteira seja gerida por um ou mais cotistas que sejam investidores qualificados (CVM, 2013).

c) **Investidor não-qualificado:** consumidores de produtos de investimento em geral, sem a exigência de qualquer condição mínima geral.

A nomenclatura “investidores de varejo” é amplamente usada em obras em inglês (*retail investors*) e foi utilizada por Bressan e Moreira (2020) para se referir aos investidores não-qualificados no Brasil. São participantes de menor porte e estão no grupo daqueles que aplicam patrimônio próprio, ou seja, investidores individuais (SCBIEHLL, 1996). Estão, a rigor, amparados pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), embora esse entendimento não seja unânime.

Nas publicações na área de Direito, há divergências sobre a aplicação do CDC na aquisição de investimentos financeiros. Há interpretações, como a de Santos (2017), que consideram que a relação de consumo é caracterizada independentemente do valor alocado ou do nível de educação financeira do cliente. Há outros autores, como Martins e Ferreira (2015) e Najjarian (2015), que argumentam a favor da aplicabilidade do CDC quando o investidor é não-qualificado. A vulnerabilidade do consumidor financeiro ocorre quando ele é detentor de uma posição de hipossuficiência, ou seja, alguém que não possui arcabouço jurídico ou informacional ao decidir por determinado investimento (GOIABEIRA ROSA; FERREIRA BIZELLI; FÉLIX, 2017). Ou ainda:

Nesta perspectiva, o consumidor – jejuno quanto aos meandros internos do mercado financeiro – aporta suas decisões muito mais sob o impacto da publicidade convidativa, do que pela cognoscibilidade do potencial de rentabilidade do investimento realizado [...]. O vulnerável financeiro desprovido de conhecimento mínimo que seja sobre as nuances do mercado

(que, aliás, é global, não é regional e nem mesmo nacional) é o destinatário das inúmeras ofertas espargidas na sociedade de consumo, sendo que cria em seu interior cognoscitivo a legítima expectativa de que a aplicação em determinado fundo (às vezes orientado pelo gerente de banco) [...] trará êxito e situação de plena lucratividade e rentabilidade, sendo após surpreendido pela perda patrimonial. (MARTINS; FERREIRA, 2015, p. 4).

A perda patrimonial, citada no trecho, é mais comum em alternativas de maior risco, como já explicado anteriormente nesta pesquisa. Para mensurar a tolerância ao risco de cada investidor no Brasil, a Anbima elaborou um formulário de Análise de Perfil do Investidor (API).

De acordo com Jesus (2017), o formulário de API possui questões inspiradas nos achados da economia comportamental, como Tversky e Kahneman (1991) e das Finanças clássicas, como os de Markowitz (1952). São levados em consideração os fatores que influenciam na melhor decisão de investimento do cliente. A CVM exige que o documento seja aplicado pelas instituições financeiras antes da alocação de recursos financeiros, e as perguntas constantes no formulário devem mensurar as seguintes dimensões dos investidores:

Quadro 2 - Perfil do cliente apreendido pelo formulário API

I - Objetivos do investimento	II - Situação financeira	III - Conhecimento
a) Período em que o cliente deseja manter o investimento	a) Valor das receitas regulares declaradas pelo cliente	a) Tipos de produtos, serviços e operações com os quais os clientes têm familiaridade
b) Assunção de risco do cliente	b) Valor e ativos que compõem o patrimônio do cliente	b) Natureza, volume e frequência das operações já realizadas pelo cliente, bem como o período em que as operações foram realizadas
c) Finalidade do investimento	c) Necessidade futura de recursos declarada pelo cliente	c) Formação acadêmica e profissional

Fonte: Adaptado de Anbima (2019) e Jesus (2017).

A intenção do questionário é apreender o comportamento do investidor. De acordo com a instrução 539 da Comissão de Valores Mobiliários, divulgada em novembro de 2013, os produtos oferecidos ao consumidor de investimentos financeiros devem ser adequados ao seu perfil, objetivos e situação financeira (CVM, 2013). Esta aderência entre o perfil do cliente e os produtos adquiridos por ele é chamada *suitability* (FERREIRA, 2019).

A *suitability* é uma forma de resguardar o bem-estar dos consumidores-investidores. Para quem aplica dinheiro nas instituições, esse bem-estar é proporcionado na melhoria e controle de sua situação financeira na aquisição de produtos de investimento (PRAWITZ; COHART, 2014). Outras questões ligadas ao bem-estar investidor são: capacidade de sustentar padrões de vida desejados, liberdade financeira (BRÜGGEN et al., 2017) e até mesmo a diversão do ato de investir e ter a possibilidade de ganhos financeiros (LOEWENSTEIN et al., 2012).

Há, contudo, outras características no consumo financeiro que vão no sentido contrário do bem-estar. Uma delas é a vulnerabilidade dos investidores de varejo. Um dos fatores que contribuem para a situação vulnerável de determinado cliente de uma instituição é a baixa expectativa de confiabilidade nas empresas financeiras. Essa situação é potencializada no Brasil pelo baixo nível de educação financeira dos consumidores. Existe, portanto, um desequilíbrio (assimetria informacional) na relação entre investidores de varejo e consultores financeiros (BASILIO; PONCHIO, 2019).

O comportamento desses consumidores-investidores é o elemento central desta pesquisa. Os estudos de comportamento do consumidor ganharam destaque no Marketing nas últimas cinco décadas, adquirindo autonomia ao longo desse período e *frameworks* próprios, como *Information Processing* (de natureza informacional e objetiva), *Behaviorial Decision Theory* (com abordagem psicológica) e *Consumer Culture Theory* (CASOTTI; SUAREZ, 2016). Essa última perspectiva, também chamada de CCT, significa “Teoria da Cultura do Consumidor” na tradução para o português. Para Almeida e Pinto (2020, p.127), a CCT pode ser usada como abordagem para analisar o consumo no mercado financeiro, já que ela torna possível articular “as relações dinâmicas entre as ações de consumo, ao mercado e aos significados culturais”.

2.3 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E CCT

O comportamento do consumidor será investigado, nesta pesquisa, com a moldura da *Consumer Culture Theory* (CCT). Formalizada na década de 80 por Arnould e Thompson, a CCT surgiu como uma perspectiva do Marketing direcionada às interações sociais do ato de consumir. Abandona o foco simplista da relação de compra e venda da visão tradicional, que encara o composto de marketing como ferramenta para influenciar o resultado de determinada empresa. A *Consumer Culture Theory* transborda além das fronteiras do *micromarketing* e sua exaltação à estratégia corporativa (MCQUARRIE; STATMAN, 2016). A CCT estuda a presença das construções simbólicas dos consumidores aplicadas aos bens de consumo e serviços, que, de certa forma, organizam o cotidiano e a sociedade contemporânea (ARNOULD; THOMPSON, 2005b), articulando o comportamento do consumidor com “os significados sociais, as influências sócio-históricas e as dinâmicas sociais que moldam as experiências do consumidor e suas identidades nos mais variados contextos da vida cotidiana” (CASOTTI; SUAREZ, 2016, p.355). Essa lógica, porém, não foi concebida na idade moderna

Há, já no século XVI, registros do consumo exercido por integrantes do clero, nobreza e monarquia, enquanto meio de segurança e manutenção e/ou exibição do status (PEREZ, 2020). A aquisição de vestuário e os jantares com caráter espetacular tornaram-se estratégia de governo da rainha inglesa Elizabeth I no século XVI, ao passo em que simbolizavam a superioridade da monarquia em relação a nobreza, que tentava, adquirindo e acumulando peças de vestuário, acesso a alta cúpula da sociedade. Nesse momento, os objetos antigos, até então representações de riqueza ou de tradição familiar, dão lugar ao consumo de objetos novos – marcando o início da moda (MCCRACKEN, 2003).

O breve recorte acima evidencia que a aquisição de objetos e serviços não é, apenas, um acessório vital para as interações econômicas do sistema capitalista. Anterior a isso, o consumo já representava, mesmo no sistema feudal, uma peça importante para as relações sociais, delimitando espaços, lugares de fala e distinções entre grupos culturais. Essa diferenciação ultrapassa a questão financeira e adere ao aspecto simbólico, com significados compartilhados entre emissor e receptor num sistema de comunicação. Assim, na relação sujeito-objeto, o bem adquirido se configura como discurso (BOURDIEU, 1989; SAUSSURE, 2008). Enquanto discurso, portanto, esse objeto é enxergado com a lente da cultura, que uniformiza percepções, interpretações e perspectivas, homogêneas culturalmente e usadas como cifra para codificar e decodificar os significados (BOURDIEU; MICELI, 1974; MCCRACKEN, 2003; SAUSSURE, 2008). Contudo, Arnould e Thompson (2005a) defendem que o sistema de significados não é homogêneo, mas distribuído de forma heterogênea em diversos grupos culturais. A forma de utilização de objetos por grupos particulares revela práticas, elementos e identidades dos integrantes de uma determinada coletividade (KOZINETS, 2001).

Justamente por serem carregados de investimento simbólico, os objetos podem ser interpretados como extensões do sujeito. Para Belk (1988), o bem consumido tem relação de “eu-estendido”, ou seja, representa uma subjetividade do indivíduo, a qual ele pretende trazer da interioridade para a exterioridade, baseada numa autorrepresentação ou numa característica pessoal que esse consumidor pretende compartilhar – mesmo que seja uma representação irreal do sujeito (BELK, 1988). Conceitos intangíveis, como status, beleza, elegância, modernidade, inovação, maturidade, diversão e aventura alcançam a tangibilidade com o consumo. A posse material e sua representatividade como identidade, pertencimento a um grupo cultural e estilo de vida é uma das justificativas para o consumo, enquanto a ausência dessa posse resulta em rejeição na concepção do “*self*” e até uma identidade indesejada (CHERRIER, 2009). Para Belk (1988), a perda involuntária do bem é experimentada como uma violação do “*self*”.

Vera, Gosling e Shigaki (2019) propõem que a CCT, apesar da denominação, não seja tratada como uma teoria, mas como uma abordagem. A questão central nesse enquadramento é apreender as dimensões sociais e culturais do comportamento do consumidor em um contexto, o que inclui a lógica do mercado no diálogo com questões históricas e sociais (ARNOULD; THOMPSON, 2005). Membros de grupos segmentados, por exemplo, como gênero, idade, religião ou classes socioeconômicas, se encaixam em vertentes da CCT, como culturas de mercado, padrões sócio-históricos de consumo, projetos de identidade do consumidor, dimensões das experiências de consumo e significados de consumo (ARNOULD; THOMPSON, 2005b; VERA; GOSLING; SHIGAKI, 2019). Apesar do dilema apresentado por Gaião, Souza e Leão (2012) sobre a adequação ou não da CCT na área do comportamento do consumidor, esta pesquisa apoiou-se nos trabalhos de Cupollillo, Casotti e Campos (2013) e Casotti e Suarez (2016), ao compreender a CCT como uma subdisciplina do comportamento do consumidor, ao passo em que “teóricos da cultura de consumo investigam os processos pelos quais as escolhas de consumo e os comportamentos são moldados por hierarquias de classe social, gênero, etnia, família, domicílios e outros grupos formais” (SOUZA et al., 2013, p.387)

Na abordagem da CCT, comportamentos e padrões de consumo podem ser investigados com base na formação histórica da sociedade - espelho e reflexo de arranjos socioculturais, substantivados pelo simbólico e verbalizados nas experiências. Nesse caso, as experiências se alicerçam em crenças compartilhadas, significados, mitologias, práticas sociais, sistemas de *status* e rituais (ARNOULD; THOMPSON, 2005a). Os rituais representam atos performativos da relação sujeito/bem de consumo e constituem-se em práticas dos sujeitos para materializar experiências, transferir significados e reproduzir identidades compartilhadas (EPP; PRICE, 2008; MCCRACKEN, 2003).

O espectro simbólico do consumo não se inicia ou termina no bem. A forma como esse consumo é possível, com o uso do dinheiro, já se constitui em uma rede de significados que dialoga e resulta na aquisição do objeto, como um guia de comportamentos e relações na prática consumista (ROSE; ORR, 2007). O dinheiro não é apenas um acessório nesse sistema: é, também, um objeto, carregado de valores e atitudes originários da dinâmica sociocultural (BAKER; JIMERSON, 1992). Para Bonsu (2008), não é possível separar o comportamento do consumidor da sua percepção sobre dinheiro em uma nação, independentemente de seu desenvolvimento econômico.

Como defendido por Baudrillard (1995) ao tratar sobre bens de consumo, o dinheiro é um objeto-símbolo, que supera o seu elemento utilitário ao ser adquirido. Entendendo o investimento desse recurso financeiro como relação de consumo, o comportamento desse

consumidor-investidor define-se não só como uma reprodução da cultura, mas também como um processo de produção cultural, criando mundos por vezes transitórios, em um *continuum* de geração e modificação dos significados do consumo (GAIÃO; SOUZA; LEÃO, 2012). O antropólogo canadense Grant McCracken (2003) defende que esses significados são móveis - não apenas pela posse dos bens, mas também por sua cobiça. Ao projetarem uma perspectiva em outro ponto no tempo ou local, os indivíduos idealizam situações coletivamente aceitas como desejáveis, como o reconhecimento entre os serviços vitorianos no século XVII ou a “casa de campo coberta de rosas” (MCCRACKEN, 2003, p. 142) no Canadá atual. Essa idealização é chamada de “significado deslocado”.

No aspecto mais concreto do consumo, McCracken (2003) sustenta que os significados estão constantemente em movimento, decolando dos mundos culturais, acoplando-se aos bens e aterrissando nos consumidores. Essa dinâmica é explicada e ilustrada no Modelo de Transferência de Significado.

2.3.1 Modelo de Transferência de Significado

O modelo formatado por McCracken foi originalmente publicado em 1986 e propõe uma abordagem antropológica dos bens e do consumo. Por seu caráter cultural, encontra terreno fértil nos trabalhos de marketing sustentados em CCT.

Segundo McCracken, os significados nas relações consumistas têm origem no mundo culturalmente constituído, baseado na experiência cotidiana, com percepções e práticas validadas por categorias e princípios culturais. Essa compreensão considera a cultura não só como as “lentes” para apreensão dos fenômenos – ou o “ponto de vista do qual se pode ter pontos de vista” (BOURDIEU, 2014, p.77) – mas também como um plano de ação da atividade humana, pois “ela determina as coordenadas da ação social e atividade produtiva, especificando os comportamentos e os objetos que dela emanam” (MCCRACKEN, 2003, p. 101).

As diferentes categorias culturais possuem coordenadas distintas para os significados/interpretações dos fenômenos da natureza e das práticas humanas. Grupos diferentes (divididos, por exemplo, por nacionalidade, gênero, classes sociais ou idade) em comunidades diferentes, possuem visões de mundo peculiares já normalizadas e compartilhadas entre seus integrantes (McCracken, 2003). Essas regras constituem o mundo dos pertencentes de uma categoria e é desse mundo que emanam os significados que serão posteriormente transferidos para os bens.

Os meios de transporte desses significados, nesse primeiro movimento, são a publicidade e o sistema de moda. Ambos, segundo o modelo original, possuem uma forte ligação com um propósito comercial e estratégico, na medida em que são caracterizados pela ação e decisão de profissionais de propaganda, *designers*, diretores de arte, líderes de opinião, mídia especializada, entre outros agentes (MCCRACKEN, 2003). Há ainda a participação de grupos culturais considerados marginais, que apresentam quebras radicais em vestuário ou decoração, sintetizando uma nova lógica como produto de uma dialética com os padrões estabelecidos.

Movimentados pela publicidade e pelo sistema de moda, os significados chegam ao bem, onde são embutidos. Esses significados, nem sempre escancaradamente visíveis, se agregam a uma cultura material, enquanto a concretização de um simbolismo ordenado em grupos culturais. Dessa forma, os bens:

[...] permitem a discriminação pública, visual, de categorias culturalmente especificadas, codificando-as sob a forma de um conjunto de distinções delas próprias. Categorias de pessoa, divididas em parcelas de idade, sexo, classe e ocupação podem ser representadas em um conjunto de distinções materiais através dos bens. [...] Os bens ajudam a substanciar a ordem da cultura. (MCCRACKEN, 2003, p. 104).

Os bens são signos, com significados simbólicos performados ou decodificados na lógica da cultura de uma sociedade (BAUDRILLARD, 1995). Segundo o modelo de McCracken (1986, p.114), esses significados são transferidos para os sujeitos no movimento “bem-para-indivíduo” através de “ações simbólicas”, que o autor conceitua como rituais.

Na perspectiva antropológica, os rituais são atos padronizados, convencionais e instrumentalizados para inferir e criar valores pelos atores durante a sua performance (PEIRANO, 2003). Ao estudar as relações de consumo, McCracken (2007) sugere quatro rituais como formas de manipulação de significados culturais convencionais, considerando os bens como instrumentos de comunicação e categorização:

- **Ritual de posse:** o consumidor reclama a posse de um bem para si. Essa posse permite que o indivíduo extraia as propriedades significativas do bem, que funciona como um objeto capaz de substanciar a ordem da cultura e discriminar classes sociais, status, gênero, idade, ocupação e estilo de vida. McCracken (2003) afirma ainda que, no ritual de posse, a personalização do bem representa um diálogo entre público e privado, e reflete para o proprietário “suas próprias experiências e conceitos de si para o mundo” (p. 116);

- **Ritual de troca:** a distribuição de presentes representa as propriedades de significado transferidas pelo distribuidor. Quem dá o presente insinua propriedades simbólicas do recebedor – seja por coerência ou por indução;
- **Ritual de cuidados pessoais:** representado pela seleção criteriosa dos objetos, tempo investido e paciência no momento em que o consumidor vai para um momento de exibição pública. As propriedades dos bens extraídas nesse ritual dão ao proprietário qualidades de distinção, bem-estar e autoconfiança (MCCRACKEN, 2007). O ato performativo contempla ainda os cuidados tomados com o próprio bem – como o automóvel (SUAREZ; CASOTTI, 2015) – que amplia as propriedades daquele objeto de tal forma que elas possam retornar para o consumidor;
- **Ritual de desapropriação:** é o ritual marcado pelo esvaziamento de significado. Ocorre quando uma pessoa vende um bem para outra e/ou o novo proprietário tenta apagar os vestígios de significado investidos pelo dono anterior.

Os locais onde residem os significados (“mundo culturalmente constituído”, “bem” e “indivíduo”) e os dois movimentos de transferência (“mundo-para-bem” e “bem-para-indivíduo”) estão esquematizados na ilustração abaixo:

Figura 3 - Movimentação do significado



Fonte: extraído de McCracken (2007).

Essa figura e sua configuração, no entanto, podem ser encontradas em diversos trabalhos, com modificações em seus elementos e estrutura. Um dos motivos para que isso

aconteça é a aplicação do modelo em contextos diferentes. McCracken deixa claro que seu estudo é elaborado com base nas características culturais da América do Norte, o que torna a exportação para diferentes sociedades susceptível a adaptações. Além disso, alguns autores revisaram a própria lógica do movimento do significado. Uma adaptação do modelo de McCracken foi usada nesta pesquisa para operacionalização da análise de dados e os detalhes dessa conversão estão presentes na seção *Procedimentos Metodológicos*.

2.4 SIGNIFICADOS CULTURAIS ATRIBUÍDOS AO DINHEIRO

Reduzido a um meio de pagamento ou ampliado a força motriz do capitalismo, o dinheiro carrega uma série de lógicas econômicas que convergem em sua dimensão quantitativa de valor. Nesse pensamento, seja descrito como números em uma conta bancária ou materializado em papel, o dinheiro representa o valor – disponível ou ofertado – que permeia o sistema econômico e as relações de consumo. Na economia, a literatura que se debruça sobre o tema é diversa, e discute o valor do dinheiro no tempo, reformas monetárias, velocidade de circulação, efeitos econômicos, entre outros assuntos (ZELIZER, 1989). Nesse enquadramento utilitário, o dinheiro é visto como um instrumento nas trocas econômicas, despido de quaisquer características qualitativas e subjetivas, com o propósito de servir, racionalmente, ao mercado (SIMMEL, 2004).

Há, porém, outras abordagens que expandem as perspectivas sobre o dinheiro. Uma parte delas considera os aspectos intangíveis que podem ser tangibilizados com o uso de recursos financeiros. Conceitos como poder, segurança, prazer, saúde, inimizade, felicidade, caridade, entre outros, são relacionados ao dinheiro (MOREIRA; TAMAYO, 1999). Note-se que a materialização desses conceitos não exclui, mas complementa a perspectiva da moeda como um meio de pagamento. De acordo com Belk e Wallendorf:

Dizem que o dinheiro não pode comprar tudo, mas isso é colocado em dúvida quando a vida (por exemplo, filhos, maternidade de aluguel), morte (por exemplo, assassinato por contrato, aborto), 'amor' (por exemplo, alianças, prostituição), prestígio (por exemplo, publicidade, campanhas políticas) e até imortalidade (por exemplo, contribuições religiosas, filantropia) são todos comprados e vendidos com dinheiro. (BELK; WALLENDORF, 1990, p.38).

Zelizer (1989), no entanto, argumenta que os recursos financeiros não são apenas um instrumento para a aquisição de propriedades abstratas, mas são, também, revestidos de significados. Dessa maneira, o capital financeiro não é apenas o meio, mas o fim, como uma

construção simbólica de interação social, com linguagem e significados próprios. Assim, o dinheiro como símbolo “significa dizer que o conteúdo subjacente à forma em que ele se expressa não se mostra imediatamente, ou seja, o dinheiro é representante de muitos elementos que não se esgotam no econômico, pois, embora partam dele, superam-no.” (RUSSO, 2007, p.498).

Para Hart e Ortiz (2014), o dinheiro deve ser investigado pela antropologia, ao ser atribuído a múltiplos significados e marcar posições sociais, ao mesmo tempo em que define hierarquias, relações e valores culturais. Outras publicações sobre o significado do dinheiro se aproximam do enquadramento antropológico. Os autores desse conjunto embasam suas discussões teóricas nos símbolos produzidos e decifrados pela cultura (BELK; WALLENDORF, 1990; FALICOV, 2001; JAIN; JOY, 1997; ZELIZER, 1989). Assim, diferentes grupos culturais, com visões de mundo diferentes possuem percepções distintas sobre o dinheiro. Esses significados são não apenas construídos, mas também construtores de definições como etnia, gênero, nacionalidade, idade, classe social, cidadania e localidade (FALICOV, 2001; HART; ORTIZ, 2014). Em certos casos, o dinheiro também ajuda a moldar a visão de mundo (BONSU, 2008), num processo de retroalimentação, exemplificado nas classes sociais, onde a quantidade de dinheiro permite o ingresso do indivíduo àquele conjunto, ao mesmo tempo em que o sujeito é influenciado pelas interpretações dos pertencentes daquele grupo (BOURDIEU; MICELI, 1974). Ademais, a quantidade de capital que o sujeito já possui auxilia a direcionar a criação de significado.

A relação simbólica com o dinheiro tem, nas sociedades modernas, uma ligação com um objeto que não necessariamente é concreto (HART; ORTIZ, 2014). A diversidade de formatos é uma característica peculiar do “objeto dinheiro”, que já foi mais intensamente representado por metais (como ouro e prata), mas, marcado pelo processo de desmaterialização, principalmente com o avanço das tecnologias digitais, é encontrado hoje como uma representação de valor em cartões de plástico, criptomoedas ou na mera informação disponível em números na conta bancária (PEREIRA et. al, 2016). Pela regra da fungibilidade¹, o capital financeiro pode se apresentar de maneiras bem distintas:

Uma forma plástica que se materializa tanto num papel verde quanto num pedaço de poliéster magnetizado, tanto numa moeda metálica (ainda) quanto em impulsos elétricos que aparecem numa tela de computador quando uma transferência eletrônica é operada. (PAULANI, 2005, p.201).

¹ A fungibilidade diz respeito às coisas de mesmo gênero que podem ser trocadas por outra de mesma espécie, qualidade e quantidade, como o dinheiro” (SILVA, 2019, p.9) Outras propriedades do dinheiro são: durabilidade, portabilidade, a escassez, a divisibilidade e o reconhecimento (ANDRADE, 2018)

A transferência de significado é operada, portanto, na direção de um bem que, na sua essência, é um “signo” (PAULANI; MÜLLER, 2010 p. 810). Há consonância com o trabalho de Baudrillard (1995), para o qual os objetos se transformam em signos na sociedade de consumo. Quanto ao signo:

É aquela entidade na qual está embutido determinado significado, mesmo que este seja percebido apenas como possibilidade, novamente com referência a determinado repertório e audiência. O que coloca em questão a interlocução, e o caráter cultural da entidade signo dentro de um processo de comunicação, no qual os repertórios dos signos devem ser partilhados pelos membros de uma mesma cultura, ou mesmo traduzidos de uma forma cultural para outra, criando assim um processo de inteligibilidade. (NETTO, 2011).

A aquisição de dinheiro tem estreita ligação com práticas culturalmente interpretadas. Há, por exemplo, um sentimento de vinculação entre dinheiro e trabalho (ANDRADE; TOLFO; DELLAGNELO, 2012). Dessa maneira, o capital é compreendido como algo conquistado, fruto do esforço (MOREIRA; TAMAYO, 1999), levando a sentimentos de recompensa, justiça, bem-estar subjetivo e satisfação (THIERRY, 1992). Existem, também, relações afetivas com o dinheiro recebido em herança, por ser ligado à questões de legado, tradição familiar, altruísmo e até mesmo estratégia (PATRÃO; SOUSA, 2010).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Definiu-se o uso de metodologia qualitativa para apreensão da realidade social, vista como construção e atribuição social de significados (GUNTHER, 2006). A abordagem qualitativa tem foco no processo e no caráter exploratório da pesquisa (LESSARD-HÉBERT et al., 2005) e compreende que o “comportamento humano é significativamente influenciado pelo contexto em que ocorre” (BOGDAN; BIKLEN, 1994, p.48). A relevância do aspecto contextual ajuda a explicar a predileção das publicações de *Consumer Culture Theory* (CCT) para a abordagem qualitativa, uma vez que o contexto cultural é fundamental para o estudo das relações de consumo (VERA; GOSLING; SHIGAKI, 2019).

Os procedimentos metodológicos cumpriram o objetivo de investigar a relação simbólica indivíduo-dinheiro e a consequência (implicação) dessa interação na aquisição de produtos de investimentos. Refutou-se o uso de escalas, como a Escala de Significado do Dinheiro (MOREIRA; TAMAYO, 1999), Escala de Atitudes Frente ao Dinheiro (PIMENTEL et al., 2012) ou as Quatro Dimensões Simbólicas do Dinheiro (ROSE; ORR, 2007). Esses modelos possuem natureza numérica, quantitativa e ligada a psicologia. Como forma de responder a pergunta de partida, optou-se por um modelo que: i) priorizasse o aspecto experiencial; ii) possibilitasse a inferência de significados culturais embutidos no dinheiro apropriado pelo indivíduo e; iii) analisasse o resultado dessa relação no investimento do recurso financeiro reservado. Assim, foi escolhido o Modelo do Movimento do Significado de McCracken (1986).

O modelo operacionalizado teve caráter interpretativista e ofereceu a proposta de identificar e analisar reproduções de construções culturais dos sujeitos em um determinado contexto, com apoio em revisão de literatura. Não houve a intenção de gerar resultados generalizáveis ou criadores de parâmetros (GÜNTHER, 2006). Como recorrente em estudos baseados em CCT, houve uma busca pela teorização (CASOTTI; SUAREZ, 2016).

Os sujeitos escolhidos eram investidores com relação de consumo com as instituições financeiras. Decidiu-se por selecionar apenas investidores de varejo, que não se declararam como investidores qualificados (CVM, 2014). Esses indivíduos foram contactados por *e-mail* para preenchimento do formulário de perfil de investidor e, posteriormente, convidados para a fase de entrevistas. Os relatos foram, posteriormente, submetidos a Análise de Conteúdo. As etapas desses procedimentos estão organizadas no quadro abaixo:

Quadro 1 - Fases dos procedimentos metodológicos

Fase	1ª	2ª	3ª
Objetivo	Definir os sujeitos da pesquisa – investidores de varejo.	Coleta de dados para aprofundar questões experienciais na relação com o dinheiro.	Análise das entrevistas em profundidade.
Procedimento	Envio de formulários API para investidores (conveniência/ <i>snowball</i>).	Entrevistas em profundidade, com roteiro semiestruturado.	Análise de conteúdo com a codificação dos rituais segundo a teoria de McCracken; investigação exploratória para apreender e categorizar os significados que emergiram dos relatos e implicação em prevenção ou promoção.
Resultado esperado	Filtrar apenas investidores de varejo, identificando o perfil de consumo no mercado financeiro.	Coletar os relatos relacionados aos significados atribuídos ao dinheiro; direcionar as entrevistas para identificar rituais, valores e experiências relacionados ao dinheiro.	Identificar, nas falas dos investidores, significados atribuídos ao dinheiro e suas implicações na aquisição de produtos financeiros de investimento.

Fonte: elaboração própria.

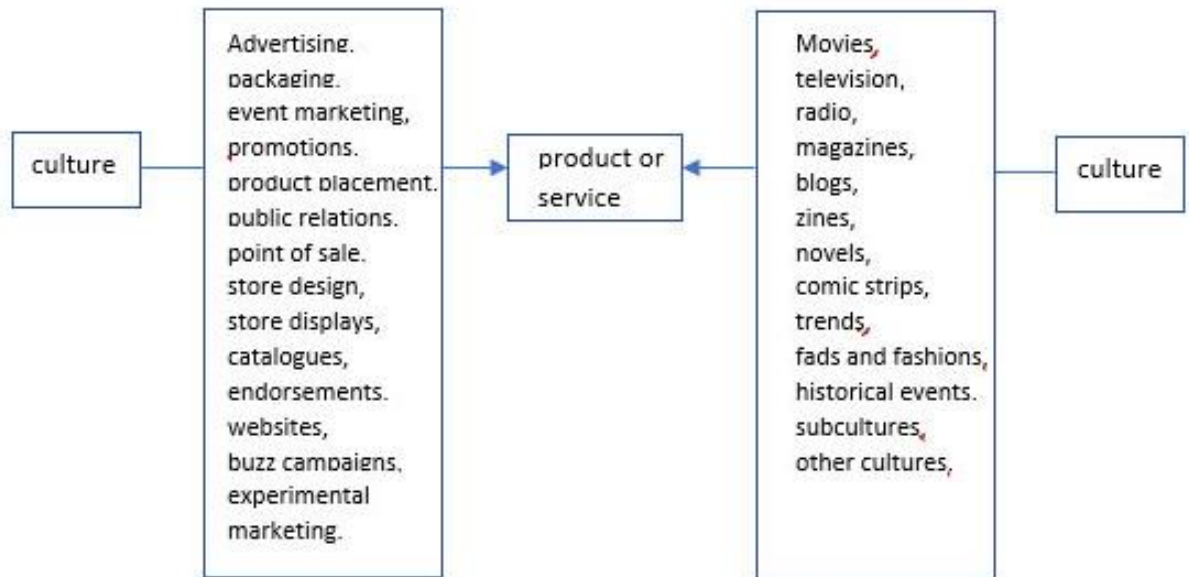
As etapas foram cumpridas durante o ano de 2020 na cidade de Salvador, no Brasil. O esquema organizou os métodos aplicados para responder à pergunta de partida e validar a abordagem científica (QUIVY; VAN CAMPENHOUDT, 1992). Os procedimentos metodológicos adotados serão aprofundados nos itens a seguir.

3.1 ADAPTAÇÃO DO MODELO DE MCCRACKEN

O trabalho de McCracken sobre o movimento de significados foi publicado em português no Brasil em capítulo do livro *Cultura & Consumo* (2003) e, posteriormente, em artigo na Revista de Administração de Empresas (2007). Embora tenham diferenças nas traduções, os textos são, conceitualmente, os mesmos.

As publicações em português tornaram o trabalho acessível no Brasil e o modelo de transferência foi reconfigurado em diversas pesquisas, com intervenções nos dois movimentos (“mundo-para-bem” e “bem-para-indivíduo”). O primeiro movimento já havia sido ampliado pelo próprio McCracken em artigo posterior (2012), ao considerar o bem como um produto ou serviço na área do marketing:

Figura 4 - Fontes de significado e instrumentos de transmissão



Fonte: extraído de McCracken (2012).

Os instrumentos citados por McCracken são, em boa parte, conectados a produtos comunicacionais, o que pode deixar de fora novas mídias e formatos específicos de uma determinada cultura. Pérez (2020), por exemplo, inclui as telenovelas nesse processo, quando transpõe o modelo para o Brasil. Rocha (2014) contempla redes sociais, relatos de conhecidos e o boca-a-boca, que a autora categoriza como movimentos intencionais e não-intencionais. Linares e Trindade (2011) defendem que o transporte “mundo-para-bem” é tracionado por agentes publicizadores – mesmo que esses não utilizem técnicas propositais de propagação.

Nessa perspectiva, o modelo operacionalizado neste projeto faz uso da ideia de discurso publicizado (CASAQUI, 2011) como transportador dos significados do mundo culturalmente constituído para o objeto – no caso, o dinheiro. O discurso publicizado pressupõe “disponibilizar informações, imagens e narrativas que atualizam o sistema de regras de seleção e de modos de participação: o público se constitui como paciente — que sofre, experimenta, é afetado — e agente — que reage, seleciona, adota um comportamento” (FRANÇA, 2006, p.82). De maneira mais ampla, o discurso publicizado contempla os discursos na mídia, na sociedade e nas comunicações interpessoais que formam os padrões de consumo (LODI, 2018).

Nesse contexto, estão abarcados os produtos comunicacionais que escancaram a representatividade do dinheiro – como propagandas de corretoras de investimentos e bancos, músicas, filmes, telenovelas, pautas de jornais e telejornais – e também os fenômenos implícitos

em uma sociedade imersa no sistema capitalista e, dessa forma, alicerçada na importância do recurso financeiro (NEIBURG, 2007).

O segundo movimento do modelo de McCracken, “bem-para-indivíduo”, marca o momento em que os significados são extraídos do objeto pelos rituais. Como já citado, os rituais são atos performativos, de ação simbólica. Nas diversas adaptações do modelo original, os rituais de posse, troca, arrumação e despojamento foram, por exemplo, ampliados e/ou transformados para rituais de busca, compra, uso e reuso (PÉREZ, 2020); celebração e apresentação (LINARES; TRINDADE, 2011); e produção (ROCHA, 2014). Independentemente de conceitos específicos e denominações, os rituais na interação sujeito-objeto devem ser constituídos de atos performativos, expressão simbólica e valores (PÉREZ, 2020).

Os rituais utilizados neste estudo possuem essa concepção e se aproximam daqueles descritos por McCracken (2007), com algumas diferenças:

- **Ritual de posse:** o ato de se apropriar do dinheiro é resultado de uma experiência, como o trabalho, herança, apostas, etc. Em português se usa o termo “ganhar dinheiro” para definir esse ritual. A posse do dinheiro tem um caráter discriminatório (mais evidente nas demarcações de classes sociais) e carrega consigo a transferência de atributos simbólicos que superam a função utilitária de simples meio de troca. Os recursos financeiros não só transferem propriedades significativas para os indivíduos, como também são abastecidos de formas simbólicas. A aquisição de produtos de investimento para reservar o dinheiro faz parte dessa experiência de personalização e permite discutir, comparar e refletir sobre o capital financeiro, como proposto por McCracken (2003) no ritual de posse. Os investimentos, como reserva financeira, também se aproximam da argumentação de que o “ritual de posse caracteriza-se pela guarda, armazenamento e acondicionamento dos bens adquiridos ou recebidos” (PÉREZ, 2020, p. 65);
- **Ritual de presente:** análogo ao ritual de troca, possui a mesma ideia da transferência de significados pelo distribuidor de presentes. Na literatura consultada, foi constatada uma preocupação intensa de quem é o doador de presente, já que, ao dar o dinheiro por coerência ou indução, pressupõe-se que o receptor esteja precisando de recursos financeiros. Essa relação cria um paradoxo impessoal/íntimo do dinheiro, já estudada por autores que publicaram sobre dinheiro como presente, como Zelizer (2009) e Webley e Wilson (1989). Em um processo de herança entre pais e filhos, por exemplo, o bem “contém propriedades simbólicas que o pai gostaria que o filho absorvesse” (MCCRACKEN, 2003, p. 115).

- **Ritual de cuidados:** converge com o ritual de cuidados pessoais presente no modelo original, mas com uma proposta que vai além da arrumação percebível para exibição pública. Representa a performance do indivíduo em busca de valores e significados no dinheiro, percebidos como promotores de bem-estar para si e perante os outros. Essa questão é investigada nas relações de consumo, a partir do diálogo entre dimensões subjetiva e objetiva para compreender o que representa o bem-estar derivado do acesso e utilização de produtos e serviços (SHIKIDA, 2008). Assim como no ritual de cuidados pessoais conceituado por McCracken (2007), este ritual engloba o cuidado tomado com o próprio bem para que os atributos potencializados possam retornar para o próprio sujeito;
- **Ritual de desapropriação:** representa a ressignificação do dinheiro. Como ressignificação, compreende-se a transformação do bem em outra coisa, incorporando novos significados (PÉREZ, 2020). Corresponde, enfim, ao uso do dinheiro (que pode ser concretizado ou ainda idealizado) em sua função de meio de troca.

No movimento “bem-para-indivíduo”, Tavares, Urdan e Shigaki, (2014) propõem um processo de significação e ressignificação do objeto para o sujeito e do sujeito para o objeto, ao contrário do movimento unilateral ilustrado no artigo seminal. O modelo adaptado para a operacionalização nesta dissertação está ilustrado abaixo:

Figura 5 - Modelo de movimento do significado para operacionalização



Fonte: elaboração própria, adaptado de McCracken (2007).

O esquema serve para tornar o modelo de análise claro para utilização e interpretação, mas há uma ressalva importante a ser feita. Os rituais não são compartimentalizados: possuem fronteiras difusas e, em muitos casos, são executados em sobreposição. Para McCracken (2007, p.110), a categorização de diferentes rituais traz uma abordagem “microcós mica” de um instrumento mais generalista no transporte de significados dos bens para os indivíduos.

Após a formatação e adaptação do modelo, seguiu-se para a seleção dos participantes do trabalho.

3.2 SUJEITOS DA PESQUISA

Definiu-se que os sujeitos da pesquisa seriam elencados a partir das respostas de formulário de perfil do investidor (API), para a posterior fase de entrevistas. O formulário seguiu o modelo usado pelas instituições financeiras para definir os melhores produtos de investimento a serem indicados para os clientes, conforme instrução normativa 539 da Comissão de Valores Mobiliários do Brasil e Ofício Circular 09/19 desse mesmo órgão (CVM, 2013, 2019). O objetivo do questionário foi compreender a experiência do respondente com o mercado financeiro, seu portfólio de produtos, seu nível de conhecimento e seu apetite por risco. O formulário² permitiu ainda filtrar os participantes, reunindo apenas os investidores de varejo, excluindo os investidores que se declaram qualificados e diversificando os perfis culturais dos participantes.

No primeiro momento, os questionários foram enviados por e-mail para cinco investidores/consumidores por conveniência. Esses respondentes indicaram outros investidores, na técnica de *snowball* (GOODMAN, 1961) resultando em 22 questionários respondidos. Dessa amostra, foram excluídos três respondentes por inadequação do perfil e, posteriormente, outros dois não foram convidados para a etapa de entrevistas porque considerou-se que o grupo a qual pertenciam já havia atingido saturação³. Restaram 17 sujeitos.

Os dezessete selecionados avançaram para a fase de entrevistas. Compuseram uma relação diversificada, com origens culturais diversas e formas distintas de relacionamento com produtos financeiros. Como especificidade em comum, os entrevistados eram brasileiros e moravam no estado da Bahia. O Quadro 4 enumera os sujeitos e alguns pontos extraídos do

² Cf. Apêndice A

³ Para Bauer e Gaskel (2011), saturação é o critério de finalização da coleta de dados qualitativa. Consiste na ideia de que a investigação é realizada até que a inclusão de novos dados não acrescente nada de novo à pesquisa. A saturação depende dos limites empíricos dos dados, integração dos dados com a teoria e sensibilidade teórica do pesquisador.

questionário API distribuído. Os nomes dos sujeitos foram ocultados para garantir o sigilo dos participantes, identificados pela letra E seguida de números sequenciais:

Quadro 4 - Sujeitos da pesquisa

Entrevistado	Gênero	Idade	Ocupação	Portfólio		Experiência no mercado de capitais?		Apetite por risco		
				Renda Fixa	Renda Variável	Sim	Não	Não quer correr risco	Pode correr risco, mas prioriza segurança	Pode correr risco e prioriza rentabilidade
E1	M	69	Economista/aposentado	80%	20%	X			X	
E2	F	32	Psicóloga/autônoma	100%	-		X	X		
E3	F	36	Empresária/autônoma	100%	-		X	X		
E4	M	48	Empresário/autônomo	60%	40%	X			X	
E5	M	32	Policial/concursado	30%	70%	X			X	
E6	F	25	Jornalista/CLT	100%	-		X	X		
E7	M	48	Bombeiro/concursado	100%	-	X			X	
E8	F	25	Arquiteta/autônoma	60%	40%	X			X	
E9	F	42	Vendedora/autônoma	50%	50%		X		X	
E10	M	34	Engenheiro/CLT	30%	70%	X			X	
E11	F	38	Bancária/concursada	100%	-	X			X	
E12	M	36	Produtor cultural/CLT	60%	40%		X		X	
E13	M	55	Engenheiro/concursado	60%	40%	X			X	
E14	M	72	Professora/aposentada	100%	-		X	X		
E15	F	33	Jornalista/CLT	100%	-		X	X		
E16	M	28	Estudante/estágio	50%	50%	X			X	
E17	F	64	Servidora/concursada	100%	-		X		X	

Fonte: elaboração própria.

3.3 ENTREVISTAS

A técnica de entrevista em profundidade foi escolhida porque é adequada para captar o sentido que os atores dão às práticas, seus sistemas de valores e as leituras que fazem da própria experiência (QUIVY; VAN CAMPENHOUDT, 1992). Organizadas de forma semiestruturada, as perguntas direcionaram para a experiência com o dinheiro (das lembranças da infância até o tempo atual), rituais e a implicação dessa relação simbólica na aquisição de produtos financeiros de investimento. No entanto, como esperado de uma proposta semiestruturada, o roteiro⁴ foi tratado sem rigidez (BOGDAN; BIKLEN, 1994).

Por conta da pandemia do novo coronavírus, as entrevistas foram conduzidas por *softwares* de videoconferência, como *Skype* e *Zoom*. Duas entrevistas foram feitas por telefone,

⁴ Cf. Apêndice C

já que os participantes não tinham habilidade com programas de computador. Em paralelo, durante os inquéritos, foram realizadas notas de campo (BOGDAN; BIKLEN, 1994) com percepções, interpretações e demais informações consideradas relevantes para o pesquisador.

As entrevistas foram gravadas em áudio e vídeo. Cada entrevista durou de 30 minutos a uma hora e vinte minutos, resultando em doze horas de gravação. Posteriormente, foram feitas as transcrições em documentos de texto no *Word*. Cada entrevista gerou um documento diferente, totalizando 109 páginas no acumulado do material transcrito.

A transposição para a forma escrita permitiu uma manipulação mais fácil para identificar e interpretar os relatos de cada participante. Nas transcrições, buscou-se compreender a interligação entre história, discurso e significação do entrevistado, como forma de organizar a experiência cotidiana de cada um (GALVÃO, 2005). Os sujeitos contaram sobre os fenômenos a partir de uma determinada interpretação, e o uso da linguagem e outros sistemas simbólicos nesse processo são mediadores das representações da realidade (LINARES; TRINDADE, 2011).

Os arquivos de textos com as entrevistas transcritas formaram o *corpus* (BARDIN, 2004) desta pesquisa. As transcrições foram importadas no programa de computador de análise qualitativa, *Atlas .ti*. O programa serviu como ferramenta para a Análise de Conteúdo.

3.4 ANÁLISE DE CONTEÚDO

A Análise de Conteúdo se baseou na lógica examinada por Bardin (2004), atribuída a Lassare (1974), na pesquisa sobre a interação de indivíduos com suas posses, ao investigar os significados que os sujeitos atribuíram aos seus objetos. O quadro abaixo resume a lógica da Análise de Conteúdo realizada por Lassare, com aplicação de categorização temática, sob a análise de Bardin:

Quadro 5 - Categorias temáticas usadas por Lassare

Tema (Categoria)	Origem do objeto	Descrição do objeto	Sentimento face ao objeto
Subcategorias	<ul style="list-style-type: none"> • Objetos novos • Objetos encomendados • Objetos herdados • Objetos recebidos de presente • Objetos que se encontram na habitação, mas não lhe pertencem 	<ul style="list-style-type: none"> • Estética positiva (+) • Estética negativa (-) • Funcionalidade positiva (+) • Funcionalidade negativa (-) • Valor mercantil positivo (+) • Valor mercantil negativo (-) 	<ul style="list-style-type: none"> • Domínio (+) • Não-domínio (-) • Criatividade (+) • Não-criatividade (-) • Personalização (+) • Não-personalização (-)

Fonte: extraído e adaptado de Lassare (1974) e Bardin (2004).

Note-se que o agrupamento nas categorias usou critérios de convergência, nos conceitos sinalizados com (+), e de oposição, sinalizados com (-). Bardin (2004) cita que essa mesma técnica pode ser utilizada para indicar ideias favoráveis, desfavoráveis, neutras ou ambivalentes.

Nesta dissertação, a interação sujeito-objeto foi abordada como a relação existente entre os indivíduos e o próprio dinheiro (não gasto). Complementarmente, assim como em Lassare (1974), foi investigada a “implicação”, ou seja, o resultado dessa associação simbólica entre pessoa/objeto. A “implicação” nesta pesquisa foi enquadrada como a decisão de alocar certas quantias não dispendidas em produtos de investimentos diversos.

Antes de categorizar “significados” e “implicação”, foi realizada leitura flutuante do *corpus* para dar suporte a elaboração de dimensão e direções da análise (BARDIN, 2004). Também foi feita a consulta às notas de campo de cada entrevistado. Essa revisão do que foi capturado nas entrevistas levou ao processo de codificação:

O desenvolvimento de um sistema de codificação envolve vários passos: percorre os seus dados na procura de regularidades e padrões bem como de tópicos presentes nos dados e, em seguida, escreve palavras e frases que representam esses mesmos tópicos e padrões. Estas palavras ou frases são categorias de codificação. (BOGDAN; BIKLEN, 1994, p. 221).

O processo descrito no trecho em destaque acima é esperado em uma estratégia indutiva, quando os achados emergem dos dados coletados, em uma perspectiva exploratória (MORAES, 1999; SCHAMBER, 2000). Porém, a codificação empreendida nesta pesquisa também lançou mão do raciocínio dedutivo (MORAES, 1999), ao partir da teoria do movimento de significado de McCracken (1986) e do comportamento do consumidor financeiro ao escolher produtos para prevenção ou promoção (ZHOU; PHAM, 2004). Dessa maneira, a categorização teve natureza híbrida, uma vez que utilizou:

- a) **Codificação dedutiva:** ao aplicar o modelo adaptado do movimento de significado de McCracken, usando os conceitos dos quatro rituais (posse, presente, bem-estar e desapropriação) como critérios. Para identificar o comportamento do consumidor financeiro, foi seguida a sugestão de Zhou e Pham (2004) para compreender se o produto de investimento foi contratado para representar promoção ou prevenção, e;
- b) **Codificação indutiva:** ao listar os significados vinculados ao dinheiro narrados pelos entrevistados, como forma de reunir as “características associadas ao tema

central” (BARDIN, 2016, p. 51), e as consequências dessas associações no consumo de produtos financeiros de investimento.

As unidades de registro codificadas foram manipuladas seguindo linhas subjetivas – ao serem interpretadas como conceitos, ideias e construtos – e objetivas – ao serem captadas por palavras, como “segurança”, ou expressões, como “reserva de emergência” (BARDIN, 2004). Essa forma dúbia de encarar as unidades permitiu simultaneamente uma análise interpretativista dos trechos codificados e um tratamento frequencial, de ordem numérica (MORAES, 1999). O uso dos dados numéricos teve caráter descritivo para suporte da análise, sem interferência direta na estratégia metodológica e, por isso, sem modificar a abordagem qualitativa.

Os rituais de McCracken, além de orientarem a coleta de dados e a análise, serviram como unidades de contexto para a compreensão dos significados que emergiram das entrevistas. Como unidade de contexto, compreende-se o momento da fala do sujeito como atrelada a determinado ritual, impondo limites contextuais para interpretação e exploração mais completa do significado (MORAES, 1999).

Os relatos, em alguns casos, possibilitaram o confronto de percepções sobre o dinheiro e suas diferentes origens em grupos culturais distintos. Em outros aspectos, foi usada revisão de literatura para relativizar a análise em um ambiente mais amplo. Isso ocorreu, por exemplo, nas ideias de aversão a incerteza, consideradas por Hofstede (2011) como construtos culturais. Embora os resultados não sejam generalizáveis, partiu-se do pressuposto que os entrevistados refletem múltiplos elementos que compõem o ideário brasileiro sobre esses aspectos, atrelados a dinheiro e investimentos (PRADO, 2011).

4 ANÁLISE DOS DADOS

As codificações utilizadas nos relatos revelaram a relação dos entrevistados com o dinheiro e a forma com que essa relação implica no consumo de produtos de investimentos. O primeiro aspecto a ser expandido é o perfil dos sujeitos enquanto consumidores, já evidenciado no questionário API e complementado nas entrevistas. A apuração dos perfis, prática recorrente em estudos do comportamento do consumidor, ajudou a delimitar direções no processo de análise (HAWKINS; MOTHERSBAUGH; BEST, 2010).

Importante registrar que a influência do contexto permeou todo o processo, podendo ter alterado o próprio perfil dos entrevistados, mesmo que provisoriamente. Para McQuarrie e Statman (2016), estudos sobre relação de consumo aplicados em produtos financeiros devem evidenciar o contexto, uma vez que a percepção dos consumidores sobre investimentos (assim como acontece com outros bens de consumo) tende a mudar em diferentes momentos históricos. A delimitação de espaço e tempo é fundamental para a compreensão dos relatos e sua historicidade em uma pesquisa qualitativa (GÜNTHER, 2006). Além do apoio metodológico, o recorte histórico também possui relação com a fundamentação teórica proposta, uma vez que se associa ao componente cultural (MINTZ, 2010).

Na seção sobre o comportamento do consumidor, foram analisados os rituais (enquanto atos de interação sujeito-objeto) e os significados que emergiram nessa interação. Uma vez que os rituais são unidades de contexto, os significados codificados foram aprofundados conforme a maior quantidade de coocorrências com os rituais codificados, ou seja, de acordo com a associação mais recorrente em um determinado contexto da relação entre o sujeito e o dinheiro. Há, de forma complementar, um quadro no fim de cada item sumarizando a associação entre o significado específico e os demais rituais.

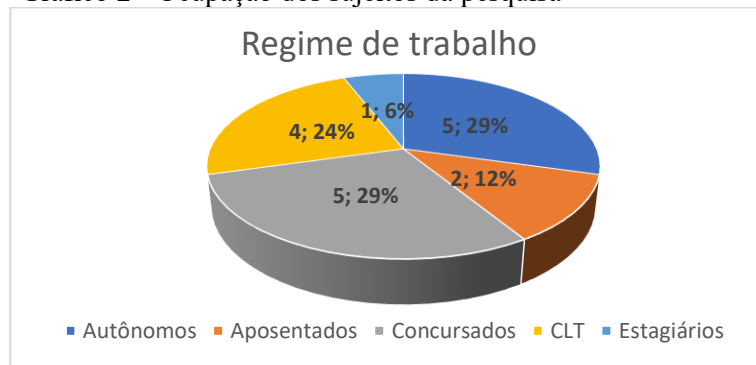
Na análise de rituais, significados e implicações, enquanto influenciados e influenciadores do comportamento do consumidor, recorreu-se ao suporte da literatura acadêmica. Foram consultadas publicações em diversas áreas, sobretudo das ciências sociais, como sociologia e antropologia, em consonância com o caráter dialógico da *Consumer Culture Theory*, segundo proposta de Vera, Gosling e Shigaki (2019).

4.1 PERFIL DOS SUJEITOS

Todos os entrevistados se declararam como integrantes da classe média. No formulário API, a renda familiar colocou os participantes entre a classe C (com renda familiar mensal de

4 a 10 salários mínimos) e B (com renda familiar entre 10 e 20 salários mínimos), conforme critério do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística: os estratos, de fato, constituem a classe média brasileira (IBGE, 2020). Quatro sujeitos integram a classe C, enquanto 13 possuem renda equivalente a classe B. Pensando os estratos como campo sociais com reflexo na visão de mundo de seus componentes (BOURDIEU, 1996), a amostra foi considerada relativamente homogênea nesse quesito. Todos são adultos e três sujeitos são idosos (60 anos ou mais). Todos os sujeitos trabalham e os regimes estão especificado abaixo:

Gráfico 2 - Ocupação dos sujeitos da pesquisa



Fonte: elaboração própria.

Quarenta e sete por cento dos entrevistados são do gênero feminino. O dado é representativo e reflete uma mudança em relação às pesquisas de Zelizer (1989) e Falicov (2001), para as quais os homens eram os provedores financeiros. A entrevistada E15 comentou sobre a percepção dela acerca dessa transformação:

A gente tem que olhar aí, as gerações dos nossos pais...nossas avós eram mulheres que eram criadas para casar, dependendo dos maridos, que eram os mantenedores, né, o patriarcado...aí eu acho que elas não tinham que se preocupar com dinheiro, nada disso, né? Tem uma relação de dominação isso. E aí as mulheres têm ficado mais independentes e a mudança veio do trabalho. Tem muita mulher aí que sustenta a casa, né? Então eu acho que é uma mudança. Então tá tudo conectado sim, a independência financeira, o investimento, você querer conquistar suas coisas...(E15).

4.2 COMPORTAMENTO DOS SUJEITOS ENQUANTO CONSUMIDORES

Entre os sujeitos, mais de 76% alocou a maior parte do patrimônio financeiro em produtos de renda fixa. Quase a metade (47%) afirma ter algum tipo de experiência no mercado de capitais. Cinco entrevistados responderam que são aversos ao risco, enquanto os outros nove consideraram assumir algum risco de perda de dinheiro. Nenhum deles respondeu no API que

prioriza a rentabilidade em detrimento à segurança, o que já mostra, nessa análise preliminar, que há entre os participantes uma expectativa maior de prevenção e menor de promoção. Todos os entrevistados se definiram como investidores de longo prazo. A percepção de longo prazo foi atribuída a dez ou quinze anos.

Os fenômenos contextuais mais presentes nas entrevistas que influenciaram no comportamento dos entrevistados foram a redução da taxa básica de juros no Brasil e a pandemia do novo coronavírus. Esses eventos estão ligados, entre outras áreas, aos campos econômico e social no país e, potencialmente, afetam a todos os participantes da pesquisa – incluindo os sujeitos e o próprio pesquisador.

O contexto de juros baixos no país foi citado por cinco participantes (E1, E3, E4, E7 e E8) como um influenciador na aquisição de produtos financeiros. A queda na Selic e no DI levaram a menor retorno financeiro do dinheiro aplicado em produtos de renda fixa. O relato abaixo é um exemplo desse aspecto:

O rendimento anual da poupança e do próprio investimento fixo tá muito baixo. Então tem que arriscar um pouco mais, por isso eu fiz essas aplicações em renda variável. Força você a buscar outras opções. **(E1).**

Os outros dez entrevistados afirmaram que a forma de investir dinheiro não foi impactada pela redução da taxa de juros. Nesse grupo, oito sujeitos (E5, E9, E10, E11, E12, E13, E14, E15) sabiam da questão da taxa, mas não modificaram a estratégia de investimento. Isso aconteceu porque, como será visto adiante, os sujeitos têm comportamentos menos conectados com a lógica dos investidores abordada na área tradicional de finanças – com uso de máxima utilidade financeira e cálculo racional de risco e retorno – e mais aderentes a lógica dos consumidores – enquanto pessoas que refletem no consumo suas perspectivas de vida (MCQUARRIE; STATMAN, 2016). Já os entrevistados E2 e E6 mostraram não compreender a dinâmica dos juros e a relação com a rentabilidade dos investimentos, conforme os trechos destacados abaixo:

[...] que nada, para mim não muda nada não. Claro que a taxa impacta em tudo no que eu bebo, que eu como, mas diretamente para os investimentos, não. **(E2).**

Eu não olho muito não. Eu deixo lá o meu dinheiro e ele vai gerando, né? **(E6).**

Ainda no aspecto contextual, a pandemia do novo coronavírus levou os brasileiros a poupar mais (DANA, 2020). O comportamento é esperado em crises econômicas, já que há, normalmente, a ideia de acumular dinheiro e ampliar a reserva financeira como forma de prevenção num período de incerteza (LEITE, 2011). Três entrevistados (E2, E6 e E9) disseram que a pandemia não alterou a relação com o dinheiro e os investimentos financeiros. Os outros doze sujeitos, contudo, afirmaram que a organização financeira foi afetada pelo surto da doença, como citado por E4:

Eu montei uma empresa, saí da [empresa onde trabalhava] em 2017, e de lá para cá eu vinha só...crescimento, crescimento, crescimento... E aí quando essa pandemia bateu na porta, eu tive uma regressão muito grande em termos de lucratividade, de clientes, e isso mexe um pouco financeiramente, né?
(E4).

Como será visto adiante, a pandemia e o impacto dela na queda dos preços de ativos levou a comportamentos diversos, como a satisfação de adquirir mais produtos financeiros por estarem mais baratos ou o sofrimento pela perda de dinheiro. As variáveis contextuais citadas não se esgotam neste subitem. Enquanto constituintes do cenário da pesquisa, serão recuperadas em outros momentos desta dissertação. Afinal, elas não podem ser apartadas dos significados atribuídos ao dinheiro e os rituais que fazem a intermediação da transferência desses significados.

4.2.1 Rituais e significados

As entrevistas e a metodologia utilizada revelaram que as aplicações financeiras integram os rituais de McCracken em relação ao dinheiro, complementando ou materializando determinado ritual. Dessa forma, os produtos de investimento também são transportadores de significados.

Na categorização das entrevistas, foram encontrados quatro significados atribuídos ao dinheiro mencionados de forma recorrente: trabalho, conhecimento, família e segurança. Como citado na seção sobre os procedimentos metodológicos, os significados emergiram dos dados coletados. As percepções dos sujeitos foram associadas de forma indutiva e inferencial a unidades de registro (objetivas e subjetivas) citadas nas entrevistas e orientaram o processo de codificação (SCHAMBER, 2000). Semelhante a proposta de Lassare (1974), as unidades foram agrupadas em categorias temáticas (que são os próprios significados) e subcategorias. As subcategorias foram reunidas de acordo com a convergência ao tema, sinalizada com o sinal

(+), com a oposição ao tema, marcada pelo sinal (-) ou com a ambivalência, com o sinal (+) (-). Essas classificações estão detalhadas no *Apêndice D*, mas podem ser visualizadas de forma resumida no quadro abaixo:

Quadro 6 - Categorias temáticas (significados) e subcategorias na Análise de Conteúdo

Tema (Categoria)	Conhecimento	Trabalho	Família	Segurança
Subcategorias	<ul style="list-style-type: none"> • Boa gestão (+) • Má gestão (-) • Desinteresse em estudar (-) • Educação financeira (+)(-) • Experiência no mercado (+) • Não compartilhamento (-) • Compartilhamento (+) • Sem conhecimento exigido (-) • Resultado (+) 	<ul style="list-style-type: none"> • Aquisição de dinheiro (+) • Autonomia (+) • Baixa recompensa (-) • Esforço recompensado (+) • Não-trabalho (-) • Prazer (+) • Trabalho estável (+) (-) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamento igual (+) • Comportamento diferente (-) • Dependência (+) • Doação (+) • Problemas (+) • Herança (+) • Independência (-) • Individualismo (-) • Legado positivo (+) • Legado negativo (-) • Manutenção (+) 	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfação (+) • Saúde (+) • Estabilidade (+) • Instabilidade (-) • Emprego (+) • Desemprego (-) • Morte (-) • Doença (-) • Necessidade familiar (-) • Aposentadoria incerta (-) • Conserto de bens (-) • Custas judiciais (-)

Fonte: elaboração própria.

Como os significados emergiram nos relatos relacionados aos quatro rituais, optou-se pela expansão e análise desses significados com base na maior frequência no vínculo significados x rituais. Foi, assim, utilizada a tabela de coocorrência entre os códigos, como sugerido por Bardin (2004). O levantamento de coocorrências foi operacionalizado simplesmente para organizar e impor limites a análise, e não teve caráter metodológico quantitativo para levar a uma inferência, como proposto por Osgood (1959). O Quadro 7 traz o resultado das coocorrências:

Quadro 7 - Coocorrências significados x rituais

Significados	Rituais			
	Cuidados	Desapropriação	Posse	Presente
Conhecimento	10	3	24	3
Família	17	9	16	40
Segurança	75	10	17	3
Trabalho	13	2	39	2

Fonte: elaboração própria.

O Quadro 7, como balizador do aprofundamento da análise e discussão teórica dos rituais e significados, aponta para uma expansão das categorias “conhecimento” e “trabalho” na seção sobre o ritual de posse; “família” na seção sobre o ritual de presente, e; “segurança”

na seção sobre o ritual de cuidados. Não houve coocorrência significativa no ritual de desapropriação, que será debatido apenas enquanto ato performativo.

O comportamento do consumidor na aquisição de produtos de investimento também integra as seções de análise. Ele é resultante da interação com o dinheiro e os significados atribuídos a ele.

4.2.1.1 Ritual de posse

No ritual de posse, os investimentos representam a apropriação de recursos que não foram usados para pagamentos e continuam à disposição do sujeito, sendo transformados em produtos de gestão financeira. No aspecto utilitário, a distribuição em um ou mais produtos de investimento faz parte de uma estratégia de posse e administração do dinheiro. Em uma abordagem extraeconômica, a posse e o investimento de determinada verba, configurando-se em consumo de serviço, representa a construção de práticas e identidades que orientam as experiências dos sujeitos, assim como apontado por Kozinets (2001) ao tratar sobre outras ações de consumo.

A posse do dinheiro tem relação direta com o pertencimento a classes sociais, segundo critérios oficiais de classificação já citados. Na esfera acadêmica, apesar da discussão sobre o conceito de classe, o acúmulo de posses (incluindo o dinheiro) e o poder aquisitivo (através do dinheiro) aparecem frequentemente como instrumentos de categorização (BELLINI, 2017). Para Bourdieu (2007), a posse material é componente da forma de distinção na classificação social, relacionando-se ao pertencimento do indivíduo a um estrato com percepções e apreciações conscientemente e inconscientemente reproduzidas e encenadas por seus integrantes.

Nesse aspecto, E6 ressaltou:

Acho que [sou da classe] B assim, porque eu não me vejo com uma pessoa muito rica. Mas eu também não me vejo uma pessoa muito pobre. Então basicamente eu tô sempre nos meios no qual as pessoas que têm uma grande quantidade de dinheiro circula. Eu tenho determinados privilégios que eu acho que eu posso me considerar Classe B [...] as pessoas da Classe A, querendo ou não elas tem uma forma diferente de lidar com dinheiro, né? Eu acho que quando você tem determinados poderes monetários mesmo você acaba indo para outros locais, sabe? Tem muitas pessoas que se veem de uma maneira diferente por ter mais dinheiro. (E6).

A ideia de privilégios e satisfação por pertencimento a uma classe social é compartilhada por E13 (*“eu me considero hoje no patamar que eu sempre busquei né, me considero classe média alta daqui do Brasil, né?”*) em oposição a uma situação menos favorecida de classes sociais com ganhos financeiros mais baixos, como citado por E14 (*“infelizmente, aqui no nosso país os salários são baixos e a classe que fica mais abaixo é bem pior: o ganho é pouco, às vezes são cheios de filhos...tem isso também”*). O sujeito E4 narrou que teve uma infância pobre, mas que a atual aquisição de dinheiro e o investimento desse valor possibilitam um gasto com objetivo de deixar claro que tem posses:

Assim, eu não me considero classe média, classe alta. A nível de renda, né? Sou classe C, como as pessoas falam. Sofri muito preconceito, principalmente por eu não estar sempre toda bem bonita, cabelo arrumado, unha feita... quando eu me interessar por alguma coisa, que eu entro na loja para saber o preço, eu sou olhada de cima a baixo. Eu já fiz compra só pra pessoa saber que eu posso comprar [...] Quando ela pergunta se eu vou pagar no crédito, esse eu vou dividir, aí eu digo: “não, é no débito!” Quando eu sei que eu tenho dinheiro para pagar, que tem grana na poupança, parece que as coisas fluem. (E4).

Ainda sobre o ritual de posse, a forma de guardar dinheiro foi citada por 52% dos entrevistados como atrelada à geração do indivíduo. Para E5:

Tem colegas meus que eu falo: “poxa, você tem valor numa conta do banco na poupança, esses mesmos 50 mil no fundo poderia estar te dando 1% por mês num fundo imobiliário”. O colega fala: ‘você é maluco, rapaz, e se você perder?’. Então você vê que a gente tem aquela coisa; o cara é da sua idade, mas tem o conhecimento dos nossos pais e avós, que é colocar o dinheiro embaixo do colchão para não sumir, para ficar ali do seu lado. (E5).

O sujeito E7 tem 48 anos e guarda todo o dinheiro na caderneta de poupança. A forma de consumo de produtos financeiros difere-se dos filhos, de 16 e 18 anos:

[Meus filhos] estão investindo e investem principalmente na Bolsa de Valores. Acho legal e incentivo ainda! Eu acho que é importante eu colocar [o dinheiro] na renda fixa e eles colocarem em Bolsa de Valores. Eu, por conta da quantia maior, e eles, o risco de ganho ou perda é muito maior - mas seria interessante eles começarem acertar e errar também com o valor menor. (E7).

A caderneta de poupança foi considerada por E5, E8, E10 e E12 como um produto muito conservador e vinculado a pessoas mais velhas. O sujeito E10 associa o produto ao pai e a ausência de educação financeira em casa:

[...] a educação financeira que eu tinha em casa era zero. Muito ligado a poupança, porque meu pai gostava de trabalhar com banco. (E10).

A ideia de educação financeira surgiu, nas entrevistas, ligada à produtos de renda variável e, conseqüentemente, oposta à caderneta de poupança. O conhecimento é um significado (ROSENTHAL-SABROUX, 2013) transferido com o dinheiro e transportado para os produtos financeiros de investimento onde o recurso é alocado. Essa lógica será aprofundada logo a seguir.

4.2.1.1.1 Conhecimento

O ritual de posse prevê que o indivíduo reivindique a propriedade do objeto para si. Dessa forma, “os consumidores despendem um bom tempo limpando, discutindo sobre, comparando, refletindo sobre, mostrando ou mesmo fotografando muitas das suas novas posses” (MCCRACKEN, 2003, P. 115). No entanto, todos os entrevistados afirmaram que as pessoas no círculo social (e muitos deles mesmos) se sentiam desconfortáveis ao falar sobre dinheiro. Essa perspectiva muda quando o dinheiro é transformado em ativos no mercado de ações, tornando-se uma ferramenta para troca e exibição de conhecimento.

Os sujeitos E5, E8, E10 e E16 fazem parte de grupos em redes sociais sobre investimento. Os integrantes dos grupos compartilham dicas, análises e conhecimento sobre diferentes ativos, como narrado por E10:

Hoje eu faço parte de alguns grupos no WhatsApp e no Telegram. “Quais são as empresas mais estáveis?” Por aí vai. “Como é que tá a B3. quanto é que ela paga de dividendos?”. Tem que entender o que ela daria de retorno. Aí eu olho estou dessa maneira e tomo minha decisão [...] Tem um pessoal que gosta de análise técnica. Tem um pessoal que gosta de análise fundamentalista. E a gente compartilha ideias. (E10).

O entrevistado E1 acredita que a alocação do dinheiro no mercado de capitais o deixa atualizado sobre os acontecimentos no mercado:

[...] é mais conhecimento, me manter antenado com o que está acontecendo na economia, no mercado, na Bolsa e tudo mais... então na Bolsa a gente sabe o que tá acontecendo na economia mundial, nacional, e demais...e tudo mais, né? Não só no mercado financeiro, mas no mercado de modo geral. (E1).

Nove sujeitos afirmaram que leem e estudam sobre o mercado financeiro de forma sistemática, conforme o Quadro 8:

Quadro 8 - Aquisição de conhecimento financeiro

Entrevistado	Como se informa sobre investimentos
E1	Pesquisa em sites, acompanha analistas do mercado financeiro
E2	Acompanha a youtuber de educação financeira, Nathália Arcuri
E4	Pesquisa em aplicativos do banco, lê sites de notícias
E5	Pesquisa em sites, assiste vídeos no Youtube, participa de redes sociais
E8	Pesquisa em sites, faz cursos de educação financeira, participa de redes sociais
E10	Pesquisa em sites, assiste vídeos no Youtube, acompanha analistas do mercado, participa de redes sociais
E12	Acompanha as notícias sobre o mercado
E13	Pesquisa em aplicativos de investimento, lê em sites, assiste vídeos no Youtube
E16	Pesquisa em sites especializados, participa de grupos em redes sociais

Fonte: elaboração própria.

O único participante que não investe em renda variável, no quadro acima, é o sujeito E2, que aloca todo o recurso na renda fixa. O próprio entrevistado afirma que não toma as melhores decisões no consumo de produtos de investimento:

[...] talvez eu consiga, fazendo direito, fazer meu dinheiro render muito mais do que eu faço agora. Eu aplico de uma forma não inteligente [...] Tá pensando que eu sou doída mesmo! “Como é que não guarda o dinheiro direito?”. Mas eu vou melhorar! Você vai ver na próxima vez que você me entrevistar! (E2).

O relato de E10 associa a falta de educação financeira no país com o saldo bilionário nas cadernetas de poupança no Brasil:

Se você tem uma disciplina na escola, por exemplo, ensinando para criança como lidar com dinheiro, a gente não tinha tanto endividado. Hoje o povo saberia, por exemplo, que não vale a pena deixar dinheiro no FGTS, a gente não teria milhões em poupança como tem hoje, teria muito mais aplicações em renda variável (apesar de estar crescendo). Acho que menos de 2% investem em renda variável. Dois por cento dos brasileiros. Se tivesse educação financeira de verdade, seria 50%, como tem os americanos ou os países europeus. (E10).

A ausência de educação financeira no Brasil, apontada também pelos sujeitos E5, E8 e E13, é ressaltada por Basilio e Ponchio (2019) em publicação sobre o consumo no mercado financeiro. Os autores destacam que apenas 35% dos adultos brasileiros são financeiramente alfabetizados.

A associação entre conhecimento/Bolsa de Valores e desconhecimento/caderneta de poupança foi também abordada nos trechos das entrevistas em destaque:

Então, antes de entrar em renda variável, tem que estudar, tem que entrar no mercado já conhecendo os riscos. Tem erros e acertos, né? Mas estudando acho que fica mais fácil acertar. Então pretendo estudar muito antes de entrar nesse mercado. Não queria entrar sem saber nada, né? Entrar pela onda, pela manada. Queria entrar conhecendo. (E7).

[...] eu vou recebendo os dados da minha conta, mas eu não fico muito atenta ao mercado financeiro, eu vou dizer para você isso. Acho que é por isso que eu investi na poupança. (E6).

Embora o ato de poupar seja favorável ao controle financeiro (BASILIO; PONCHIO, 2019), a alocação na caderneta de poupança foi percebida em boa parte dos relatos como uma decisão pouco embasada e até desleixada. O investimento em ativos na Bolsa de Valores, por outro lado, sugere um compartilhamento de informações sobre a gestão rentável do dinheiro e um movimento de busca de conteúdo financeiro, como narrado por E5 (*“antigamente eu ficava vendo vídeos aleatórios no YouTube, de música e outras coisas, mas quando você começa a estudar sobre finanças, você fica sedento por esse conhecimento”*) e E16 (*“no grupo [sobre investimento] do WhatsApp eu sou mais leitor, mas participo também, para mostrar interesse...pode ser que outra pessoa não tenha o conhecimento de uma coisa que eu vi em algum lugar e é uma forma de compartilhar e todo mundo crescer junto”*).

A participação em redes sociais, com busca e compartilhamento de informações sobre dinheiro e mercado de capitais dentro de um grupo, caracteriza-se pela mediação das relações sociais pelo mercado, em um fragmento da sociedade organizado como subcultura ou microcultura (GAIÃO; SOUZA; LEÃO, 2012). O estudo de Kozinets (2001) compreende que a prática do consumo é capaz de interligar um grupo de pessoas, delimitando identidades a partir do diálogo com meios de comunicação de massa e construtos culturais mais amplos. O autor cita Hirschman (1998) ao afirmar que existem posições de *experts* dentro desses conjuntos, com atributos de referência e mentoria.

Um dos mecanismos para marcar essas posições é a linguagem, através de sua aceitabilidade, modo e lugar de fala (BOURDIEU, 1994). A linguagem técnica distingue hierarquicamente os detentores de conhecimento e leigos (BOURDIEU, 1994). O uso de um vocabulário financeiro representa, de certa forma, uma ferramenta de prestígio social (LABATE, 2008). Foram listados no Quadro 9 os termos técnicos⁵ citados durante as entrevistas:

⁵ Os conceitos dessas expressões estão no *Glossário* desta dissertação

Quadro 9 - Termos técnicos falados nos relatos

Entrevistado	Termos
E5	<i>Swing-trade</i> , dividendos, D+1
E8	Renda passiva, dividendos
E10	<i>Day-trade</i> , <i>hedge</i> , posição, alavancagem, mercado futuro, dividendos
E13	<i>Day-trade</i> , <i>blue chips</i> , <i>small-caps</i>
E16	<i>Circuit-brake</i> , <i>buy-and-hold</i> , <i>trader</i> , dividendos, alavancagem

Fonte: elaboração própria.

Note-se que boa parte das expressões no quadro acima está na língua inglesa. Isso ocorre não só como reflexo da influência da globalização (GAIÃO; SOUZA; LEÃO, 2012), mas também como parte de uma construção hegemônica estadunidense, já que “as potências detentoras de maior poder divulgam, exportam e impõem sua língua através das múltiplas relações que ocorrem globalmente” (LABATE, 2008, p.5) e, dessa forma, “a tecnologia e o poderio econômico expressam-se através da língua dominante que, nos últimos anos, tem sido o inglês”.

O maior conhecimento expressado na linguagem ajuda a distinguir consumidores de senso-comum e consumidores especialistas, segundo a definição de Elizabeth Hirschman (1998). Para a pesquisadora, consumidores de senso-comum são atrelados a ideias, valores e crenças culturais gerais, enquanto os consumidores especialistas tensionam o senso-comum com uma segunda perspectiva ideológica, abastecida, por exemplo, pela educação formal e pela própria socialização no grupo onde os *experts* estão inseridos. Os entrevistados E5, E8, E10 e E16 disseram que passaram a aplicar o dinheiro em ações após a conversa com amigos experientes na Bolsa, que os convidaram para grupos sobre investimentos em redes sociais. De acordo com E16:

Eu tenho um grupo no WhatsApp...tem um amigo meu que tá tirando um certificado agora que dá permissão a ele para orientar pessoas nessa parte financeira. Ele é formado em engenharia civil, mas tá entrando agora nessa área nessa parte do mercado financeiro, e ele criou um grupo com pessoas que ele conheceu ao longo dessa jornada. Ele viu que eu tava interessado e me colocou também. Aí ele sempre comenta notícias do mundo que podem derrubar ou alavancar alguma empresa que a gente não conhecia. (E16).

Há, portanto, um direcionamento para a renda variável e menor aversão ao risco, com a expressão de uma interpretação racional e objetiva do dinheiro e do mercado por parte dos consumidores especialistas. Sobre isso, E5 relatou:

[Meu amigo] me mostrou, e quando eu vi que a carteira dele tava desvalorizando 40 mil reais, eu fiquei preocupado. Já ele tava tranquilo, e ele me disse: ‘olhe, isso acontece, isso é renda variável. Se você tiver dinheiro, compra agora porque vai valorizar. Nós vamos passar por isso’. Então eu vi que é normal, uma pessoa mais fria, mais experiente, entende que acontece isso mesmo e hoje esse meu amigo já deve ter recuperado 100%. Então eu fiquei mais tranquilo. (E5).

O significado de conhecimento atribuído ao dinheiro foi também ligado a outros rituais, além do ritual de posse, conforme quadro abaixo:

Quadro 10 - Significado “conhecimento” x rituais de cuidados, desapropriação e presente

Ritual de cuidados	Ritual de Desapropriação	Ritual de Presente
O acúmulo de conhecimento aplicado ao dinheiro leva a bem-estar e prazer	É preciso conhecimento para fazer a gestão do dinheiro: pouco conhecimento leva a gastos descontrolados	O dinheiro dado passa noções de educação financeira para os recebedores do presente

Fonte: elaboração do autor.

A imersão em uma “sociedade do conhecimento” é um conceito que representa rupturas em formas tradicionais de perceber a realidade (ARAÚJO; MOTTIN; REZENDE, 2013, p.284). No Brasil, o conhecimento possui diversas formas de uso social, inclusive discricionárias. Grupos profissionais com maior poder simbólico, por exemplo, possuem legitimidade cultural com base em uma escolaridade prolongada ou diploma de ensino superior (CARIA, 2017). A triangulação entre conhecimento, trabalho e dinheiro foi mencionada por E5 (“estudei, passei por um processo seletivo para poder chegar até esse ponto: na verdade, foi tudo pago e nós somos ressarcidos com esse valor, essa pecúnia”) e E13 (“a empresa tem um plano de gratificações: quanto mais tempo você passa, mais você tem um ganho por antiguidade, né, e também existe se você tem uma capacitação, por exemplo mestrado ou doutorado, né?”).

4.2.1.1.2 Trabalho

Embora alguns entrevistados tenham dito que receberam dinheiro como herança ou presente, o que complementou o patrimônio financeiro dos participantes, o trabalho foi a forma principal de adquirir dinheiro citada por todos os sujeitos. O trabalho em si já é carregado de valores, crenças e relações simbólicas, o que acaba sendo transferido ao valor pago como remuneração (GOULART, 2009).

Nessa perspectiva, destaca-se o trabalho desenvolvido pela equipe de investigação ‘*Meaning of Work International Research Team*’ (MOW) na década de 1980. A centralidade do trabalho é definida pela MOW como uma crença geral sobre o valor do trabalho na vida do indivíduo (BASTOS; PINHO; COSTA, 1995). Kubo e Gouvêa (2012) estudaram os indicadores listados pela MOW e as funções desempenhadas pelo trabalho nas sociedades, destacando a função de fonte de renda do trabalho, “geralmente considerada a mais importante” (KUBO; GOUVÊA, 2012, p. 543). A relação direta entre a remuneração e a valorização do trabalho foi traçada nas falas de todos os entrevistados desta dissertação.

Para Marx (1975), o valor pago no salário corresponde a uma troca de mercadorias, o qual o contratante troca a mercadoria-dinheiro pela mercadoria-força de trabalho do contratado, com base no tempo dispendido pelo trabalhador. O sujeito E10 seguiu esse raciocínio quando falou sobre sua satisfação com o emprego, ao narrar: “*o trabalho me complementa...mas eu, vendendo meu tempo hoje, para empresa que eu trabalho... me satisfaz porque eu trabalho e vendo meu tempo com que eu gosto, porque eu gosto do que eu faço... mas eu entendo que não deveria vender o tempo, mas sim o resultado*”. No entanto, os outros sujeitos não consideraram o dinheiro adquirido no trabalho como uma mercadoria em um processo de troca, mas sim como uma conquista pelo esforço empreendido, como exemplificado abaixo:

O dinheiro da aposentadoria, por conta do trabalho, é o que eu invisto, não é? Eu conquistei e tudo e foi investindo também, sempre com o pé no chão. (E14).

Eu acho que o homem... ele tem que trabalhar, ele tem que produzir...a e a pessoa bem remunerada se considera mais reconhecida no desenvolvimento do trabalho. (E5).

McCracken (2003) escreve que os significados embutidos nos bens são, por diversas vezes, ocultos, e que a perda do objeto acaba evidenciando esses significados ao causar um profundo pesar. Seis sujeitos da pesquisa que alocaram dinheiro em produtos de renda variável relataram sofrimento ao perderem valores em consequência da dinâmica do mercado, contrapondo o esforço para conquistá-lo como fruto do trabalho e a facilidade em ver o saldo ser subtraído por movimentos especulatórios ou marcação-a-mercado. Segundo E5 e E12:

Quando você recebe o salário, eu penso que é o meu objetivo, a minha recompensa por ter chegado até ali. No momento em que você perde, ainda mais indiscriminadamente saindo tão fácil, você fica revoltado. Eu não tenho como te explicar por que, mas eu sei que você fica mal porque você pensa no que você tinha antes e o que tem depois aí. Você pensa que não era para ter feito isso, não era para ter entrado. (E5).

Então, se eu perder R\$ 5 mil, isso aí era uma viagem para algum lugar, umas férias de 15 dias. Então eu vejo o dinheiro assim, como experiência. Outra forma de medir também é pensar no esforço do passado. Então, por exemplo, esses r\$ 5000 eu posso pensar: “poxa, isso aí foram os eventos que eu fiz, tantas horas trabalhadas...”(E12).

De acordo com Bellini (2017), as perdas involutárias de bens causam sofrimento nas pessoas quando os objetos possuem alta carga simbólica. A oposição entre a perda de dinheiro no mercado financeiro e o esforço para consegui-lo com trabalho pode direcionar para uma aversão ao consumo de produtos de renda variável. O sujeito E6 revelou ter esse receio de investir em mercado de capitais ou em produtos de maior risco, concentrando todo o seu patrimônio financeiro na caderneta de poupança:

Eu ficaria muito frustrada, muito assustada [se perdesse dinheiro]... porque querendo ou não é um dinheiro que eu guardei, né, para investir em determinada coisa e... enfim, eu ficaria bem triste, na verdade, por estar perdendo uma coisa que eu conquistei, uma coisa que foi difícil pra poupar.. (E6).

O vínculo com do trabalho conectado ao dinheiro também foi observado nos demais rituais, como mostra o quadro abaixo:

Quadro 11 - Significado “trabalho” x rituais de cuidados, desapropriação e presente

Ritual de cuidados	Ritual de Desapropriação	Ritual de Presente
O dinheiro vindo do trabalho é fruto de reconhecimento, o que causa bem-estar. Trabalhar é buscar dinheiro com prazer.	A desapropriação pode ocorrer se a pessoa perder o emprego. O dinheiro vindo do trabalho pode ser gasto e recompensar o esforço empreendido	O trabalho e o dinheiro advindo dele permite que o sujeito doe dinheiro e ajude outras pessoas

Fonte: elaboração do autor.

4.2.1.2 Ritual de cuidados

Quando perguntados sobre os significados que atribuem ao dinheiro, todos os entrevistados ressaltaram apenas as experiências positivas que o recurso financeiro pode trazer. Ao extinguirem a dimensão negativa, as falas não transpareceram o lado obscuro presente em outros estudos sobre significados do dinheiro: Wernimont e Fitzpatrick (1972) incluíram o pecado moral como variável; Furnham (1984) encontrou os componentes de obsessão, paranoia e inadequação na sua Escala de Crenças e Comportamentos Monetários; Moreira e Tamayo

(1999) capturaram as dimensões de conflito, desigualdade e sofrimento na Escala de Significado do Dinheiro (ESD) no Brasil.

O fato de que os aspectos negativos não surgiram nas entrevistas desta dissertação é um fato relevante. Ao falarem espontaneamente sobre os significados do dinheiro, os participantes construíram uma relação positiva com a quantia que é apropriada: o ritual de posse, portanto, tem um caráter direcionador nesse sentido.

O cuidado pode ser aplicado ao próprio indivíduo, já que nesse ritual as propriedades positivas do bem são capturadas e assimiladas, fazendo com que o sujeito adquira “novos poderes de confiança, agressão e defesa” (MCCRACKEN, 2003, p. 117). Para a entrevistada E6, ter dinheiro guardado representa um maior leque de possibilidades, que ela vinculou a poder:

Tem muitas pessoas que se veem de uma maneira diferente por ter mais dinheiro. Eu acho que o dinheiro é relacionado a poder por conta disso [...] eu acho que eu tenho um poder em relação ao meu futuro mesmo, sabe? Ter uma estabilidade no meu futuro, em ter um pé no chão mesmo, basicamente... eu me considero poderosa por ter alguma coisa guardada. Por ter construído um caminho até lá. (E6).

Em uma estrutura capitalista e monetizada, como ocorre no Brasil, a renda proporciona ao indivíduo o acesso a um conjunto de produtos e serviços que é limitado (ou inacessível) para aqueles que não possuem esse recurso, traduzindo-se no poder aquisitivo (BELLINNI, 2017). Além de ser um instrumento de distinção (e também por causa disso), o dinheiro é capaz de proporcionar bem-estar na pessoa, como já investigado por Shikida (2008) e Brügggen et al. (2017). Para Sharma e Alter (2012), os indivíduos buscam auto-realização ao compararem seu poder aquisitivo com seus pares.

Ao estudar o consumo de produtos financeiros, Brügggen et. al. (2017) já haviam sustentado que o bem-estar nas finanças é replicado no bem-estar em outras esferas da vida pessoal. A manutenção do padrão de vida, citado por E1 e E8, e a liberdade, citada por E5, E13 e E16, são os pilares do conceito de bem-estar financeiro formulado por Brügggen et. al. (2017).

Os trechos das entrevistas abaixo evidenciam, ainda, que os rendimentos do dinheiro investido representam não apenas o retorno monetário, mas também o retorno em bem-estar:

Juntando, juntando, daqui a pouco eu tenho um milhão na conta. Eu nunca pensei antes. Então ver isso me dá prazer, eu sinto uma sensação de conquista, de disciplina, de ganho. Olhando ali na plataforma, por mais que seja virtual, você começa a se apaixonar por aqueles números! (E5).

Rapaz, isso me dá prazer. Em um mês você tá com saldo X, no outro mês já está com saldo maior. Ver que cresceu me deixa muito feliz, me dá muito prazer isso aí viu? Saldo positivo e dentro da meta! (E7).

O cuidado também é aplicado ao próprio bem. Os sujeitos E2, E4 e E12 acreditam que a gestão do dinheiro é mais rentável quando é realizada por empresas administradoras de recursos, através da aquisição de fundos de investimento. Os sujeitos E5, E8, E10, E13 e E16, por sua vez, gostam, também, de investir no mercado de renda variável escolhendo e negociando os ativos diretamente. Esses investidores, além de E6, reconhecem que há um componente de entretenimento nas negociações na Bolsa de Valores, como apontado por Loewestein et al. (2012).

Uma vez que o atributo “rentabilidade” emergiu nas narrativas no ritual de cuidados, é importante lembrar que produtos com maiores retornos esperados são também os mais arriscados. Contudo, a palavra “segurança” foi a mais frequente nesse ritual: foi repetida 24 vezes nos trechos codificados como ritual de cuidados. No critério de oposição, a palavra “emergência” foi dita 21 vezes. Os pesquisadores Linda e Orr (2007) já haviam incluído a segurança entre os significados do dinheiro e concluíram que essa perspectiva é estreitamente ligada com o ato de poupar e investir valores.

4.2.1.2.1 Segurança

Embora o termo “segurança” tenha aparecido ao longo das entrevistas, sem ordem específica, foi citado por sete sujeitos logo no início do relato. A palavra foi utilizada por esses entrevistados na resposta sobre os significados que atribuem ao dinheiro⁶, como ilustra o Quadro 12:

Quadro 12 – Resposta sobre significados atribuídos ao dinheiro

Sujeito	Trecho de resposta à pergunta: “qual o significado que atribui ao dinheiro?”
E3	“Ah, <u>segurança, segurança..</u> ”
E4	“Ele representa para mim <u>segurança.</u> ”
E5	“Me dá prazer, me dá autonomia, me dá conhecimento que eu não tinha antes...me dá <u>segurança.</u> ”
E7	“Benefício geral... saúde, <u>segurança, lazer...</u> está tudo ligado ao dinheiro”
E10	“ <u>Segurança.</u> ”
E12	“Eu acho que a <u>segurança</u> de que você não vai passar aperto no futuro.”
E13	“ <u>Segurança</u> e liberdade, de você fazer o que você quiser.”

Fonte: elaboração própria, com grifo do autor.

⁶ Terceira pergunta no Eixo 3 do Apêndice C

A ideia de segurança possui ligação com o ritual de cuidados, apesar de também ter coocorrências com os demais rituais. Embora muitos autores tenham debatido sobre a segurança econômica e a relação com a poupança, a dimensão identificada nas entrevistas extrapola o termo para além das finanças.

Maslow (1987) incluiu a segurança na sua Teoria das Necessidades⁷. Nessa linha, o construto “segurança” é abordado por Gouveia (2003) como possuidor de natureza social e cultural, atrelado aos valores baseados nas necessidades humanas. Há uma interrelação com questões mais pessoais – como estabilidade pessoal e saúde – e aspectos de âmbito coletivo – como religiosidade, apoio social e ordem social (GOUVEIA, 2003). Complementarmente, a segurança pode ser compreendida como um fator de ordenamento da relação das pessoas com elas mesmas, com a natureza e com outros indivíduos, considerando uma determinada ordem simbólica em um contexto (HUYSMANS, 1998).

A segurança - como um valor humano - é atrelada à integridade e estabilidade do indivíduo (da sociedade e de si mesmo) e, assim, é o oposto da incerteza e da imprevisibilidade (TAMAYO; SCHWARTZ, 1993). O sujeito E4 ressaltou a relevância do dinheiro nessa relação oposta:

[...] diante dessa pandemia, onde eu não tô tendo tranquilidade suficiente, meu porto seguro é o papel no banco para poder me dar tranquilidade. Daí eu continuar pagando as contas e tendo uma vida tranquila. Graças a Deus. Então é por isso que eu falo em termos de segurança, entendeu? [...] Uma tranquilidade no seguinte: “pô, a gente vai poder ter o dinheiro que está rendendo, o dinheiro tá lá e futuramente, quando a gente começar a ficar mais idoso, mais velho, a gente tem lá um patrimoniozinho, para poder curtir os momentos finais com qualidade de vida!”. Uma tranquilidade hoje representa uma segurança, entendeu? Uma coisa liga a outra. (E4).

O cenário presente na fala teve o componente de incerteza globalmente potencializado com o surto do novo coronavírus (MORETTI; GUEDES-NETA; BATISTA, 2020). Localmente, a pandemia dialogou com a percepção de incerteza no Brasil – e aversão a ela - como uma perspectiva culturalmente arranjada (HOFSTEDE, 2011). O trabalho de Batistella, Mazzioni e Dal Magro (2020) usou os critérios de Hofstede para examinar a cultura brasileira e a relação com o mercado de capitais, e encontrou forte a aversão à incerteza no Brasil, ocasionando menor participação na aquisição de ativos de renda variável em comparação com outros países. Nessa direção, a entrevistada E14 falou:

⁷ A teoria de Maslow é recuperada por Solomon (2016) ao argumentar que o comportamento do consumidor vai em direção à satisfação de desejos e necessidades desse indivíduo

[Investir na Bolsa de Valores] É uma coisa que eu não tenho um pingão de vontade. Porque depende da época, né? Às vezes cai a bolsa, fica em baixa... Eu quero dinheiro para me servir e ele me serve bem. (E14).

Mas há contradição com o movimento recente do número recorde de participantes individuais na Ibovespa. Esse acréscimo, porém, merece duas considerações, com argumentos diferentes.

A primeira, com base em uma lógica da racionalidade, é que os investidores-consumidores usam um modelo de maximização racional ao fazer suas escolhas de alocação de recursos (THALER; SUNSTEIN, 2019). Com a taxa de juros do Brasil em nível baixo, seria natural a migração para a renda variável. Os pesquisadores Lim et al. (2014) debatem essa ideia e ponderam que a abordagem racional do consumo tensiona com variáveis psicológicas e culturais. Isso sustenta o outro lado da fotografia dos investimentos no país, já que o saldo em produtos conservadores também teve alta expressiva em 2020.

A segunda consideração tem a ver com a distribuição do saldo aplicado: muitos investidores reservaram quantias em alternativas mais arriscadas, mas não abandonaram a preferência por produtos conservadores. Entre os sujeitos, apenas dois possuem a maior parte investida em produtos de renda variável. O sujeito E8 diversifica suas aplicações, com maior peso (60%) na renda fixa e 40% em renda variável:

[Na renda fixa] Eu não me preocupo com rendimento, eu me preocupo em poder tirar o mais rápido possível, caso haja alguma emergência. Eu procuro rentabilidade na renda variável e nas minhas aplicações de ações e nos fundos. (E8).

É possível perceber no trecho da entrevista que o atributo esperado pelo sujeito E8 em um investimento conservador é a liquidez. Essa lógica foi compartilhada entre todos os entrevistados, que revelaram postura semelhante: alocaram a maior parte do dinheiro em investimentos com possibilidade de resgate rápido. Essa destinação do recurso financeiro é integrante da estratégia de montar uma reserva de emergência.

O termo “reserva de emergência” foi citado 13 vezes pelos entrevistados. O trabalho de Gonçalves (2017) considera a formação de uma reserva de emergência como uma variável para mensurar o construto “segurança financeira”, seguindo orientações da Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico (OECD apud GONÇALVES, 2017). Outros sujeitos falaram sobre a importância de compor a reserva (um antídoto contra a incerteza) e a relevância da liquidez na escolha do produto de investimento, como exemplificado a seguir:

Reserva de emergência tem de ter o dinheiro na hora ou no máximo em um dia útil. Tenho o CDB com essa característica numa corretora. (E5).

[Ao investir na poupança] você tem um dinheiro de liquidez, você tem um valor rápido que você pode sacar quando quiser. Não que outros investimentos não tenham, mas dá falsa sensação de segurança. O rendimento é baixo, mas você sabe que o dinheiro vai estar lá. (E12).

Os trechos acima replicam percepções presentes nas demais entrevistas, e revelam uma contradição: todos os entrevistados se declararam como investidores de longo prazo, mas 88% destinam a maior parte do dinheiro para produtos com liquidez. Isso significa que, entre os sujeitos, há prioridade na possibilidade de resgate rápido do dinheiro em detrimento da rentabilidade porque há um ambiente de incerteza.

Os entrevistados elencaram diversas razões para essa estratégia financeira. Os sujeitos E1, E5, E9 e E10 vincularam o aporte em produtos conservadores como forma de proteger o capital investido com maior risco (*hedge*) e ter a possibilidade de resgatar um valor para comprar ativos mais baratos, quando surgisse a oportunidade. Contudo, o próprio E5 e os outros participantes defenderam a aquisição de produtos de investimentos com liquidez para a proteção contra imprevistos além do mercado financeiro. O *hedge*, portanto, é aplicável para assunção de riscos no geral entre os sujeitos, e não apenas no campo das finanças. E a segurança tem forte associação com a possibilidade de resgate imediato, e não necessariamente com o receio de perda de dinheiro.

Entrevistados com relações de trabalho mais arrojadas não necessariamente investem a maior parte do patrimônio em produtos de maior risco, em convergência com os achados de Dal Ross, Dala Nora e Milani (2015). Alguns relatos mostram uma atitude inversa: a de destinar maior reserva para produtos conservadores e com liquidez para compensar, por exemplo, o risco assumido pelos trabalhadores autônomos, como E2, E3, E4, E8 e E9. Segundo o sujeito E3, essa compensação vai além da relação com o regime de trabalho. Ele investiu em um produto que não permite qualquer tipo de resgate por dois anos e se arrependeu por isso:

Eu sou instável [...] Eu tive uma experiência horrível com o negócio do dinheiro parado, porque eu não posso movimentar. Se eu quiser, se de repente eu mudar de ideia? Então não vou fazer nunca mais porque eu tô numa maré, daqui a pouco o vento sopra de outro jeito e daqui a pouco eu quero fazer outra coisa. Aí eu tô presa e a prisão me incomoda. Por exemplo: eu tô aqui, tô navegando para psicologia. Aí quero fazer medicina. E aí? Não consigo, não dá, porque o dinheiro tá preso. (E3).

A aversão a perdas na reserva de emergência também está presente nas entrevistas. Porém, a liquidez tem grande recorrência porque, para todos os sujeitos, uma situação imprevista pode ser resolvida com o uso do dinheiro, ocasionando o resgate não planejado de uma quantia investida. Enquadrando a “insegurança” como unidade de registro de oposição no código “segurança”, como proposto por Bardin (2014) na Análise de Conteúdo, tem-se uma *proxy* de “incerteza”. Foram reunidas as subcategorias contrárias ao construto “segurança”, conforme o Quadro 13:

Quadro 13 - Subcategorias contrárias a segurança e sujeitos que as mencionaram

Subcategorias	Entrevistados
Doença	Todos os entrevistados
Desemprego	E2, E4, E5, E8, E9, E10, E12 e E15
Necessidade familiar	E3, E4, E6, E10, E12 e E14
Aposentadoria incerta	E4, E9, E10, E13 e E16
Conserto de bens	E3, E7, E12, E13 e E15
Morte	E3
Custas judiciais	E5

Fonte: elaboração própria.

Alguns temas foram abordados apenas uma vez. É o caso das custas judiciais, por E5 (“*situação de justiça também, que você precisa pagar algo*”) e morte, por E3 (“*às vezes a pessoa não se organiza, aí não paga um plano para morrer, como meu sogro, que o enterro dele tava tudo quitado, tudo arrumadinho...se não fosse isso, a gente ia pagar uns 10 mil*”). O tema “bens” surgiu principalmente vinculado a veículo e o dinheiro que seria usado em caso de dano ao carro.

Os temas “aposentadoria”, “necessidade familiar”, “emprego” e “saúde” têm escopos mais abrangentes e refletem percepções estruturantes e estruturadas em questões nacionais. A “necessidade familiar” articula-se com valorização da família e a visão de mundo coletivista no Brasil, que será debatida na seção desta pesquisa sobre o assunto, no ritual de presente. “Aposentadoria”, “emprego” e “saúde” são conectadas com a organização do Estado brasileiro e políticas públicas. Inglehart (2018) colocou a ordem nacional, promovida pelo Estado, como um fator normalizador e crucial na formação de valores culturais para a interpretação do mundo. Bourdieu (2014) destaca que as atividades, formas, rotinas e rituais do Estado constituem e

regulam as identidades sociais e as subjetividades em uma nação. Conclui-se que “o Estado é um conjunto de formas culturais” (BOURDIEU, 2014, p. 265). A percepção sobre essa atividade estatal também constitui-se em um elemento consensual, podendo levar ao bem-estar, segurança, ou, de forma contrária, a incerteza.

Nesse sentido, serão expandidos os sub-temas “aposentadoria” e “saúde”, citados nas entrevistas. Os dois tópicos estão presentes na Constituição Federal brasileira 1988, como instrumentos de seguridade social a serem fornecidos pelo Estado e contemplados no Art. 194 da Constituição: “compreende um conjunto integrado de ações de iniciativa dos Poderes Públicos e da sociedade, destinadas a assegurar os direitos relativos à saúde, à previdência e à assistência social” (BRASIL, 1988).

O Brasil tem o sistema de previdência social a partir da contribuição obrigatória dos cidadãos com vínculo empregatício, com regimes diferenciados para trabalhadores privados, servidores públicos e militares, em uma aliança entre empregados, empregadores e Estado (BOTELHO; COSTA, 2020). A ideia é que a previdência sirva “a uma política de manutenção econômica dos indivíduos em situação de dificuldades laborativas” (BOTELHO; COSTA, 2020, p. 4).

A sustentabilidade do modelo brasileiro para previdência social tem sido discutida no país há algum tempo. Em 2016, a reforma da previdência ganhou força como agenda política para equilibrar as contas da administração pública (LOURENÇO; LACAZ; GOULART, 2017). Apesar de terem sido feitos ajustes na forma de cálculo para a concessão de pensão previdenciária, o futuro dessa agenda no país ainda é incerto.

A saúde também é um tópico de proteção social, igualmente previsto na Constituição de 88. Depois de debates pré-constituição, a saúde foi estabelecida como uma política universal no Brasil, se tornando um direito de todos e obrigação do Estado, considerada como uma grande conquista da sociedade (BOTELHO; COSTA, 2020). No entanto, o investimento do governo no Sistema Único de Saúde encontra gargalos de ordem financeira, com disputas políticas e ideológicas, o que acarreta em ineficiência na prestação do serviço (ALMEIDA FILHO, 2013). Essa deficiência encontra eco nas narrativas dos sujeitos.

A crítica à saúde não se limita ao setor público, uma vez que E3, E6, E8 e E9 possuem plano de saúde, mas reconheceram que há eventos não cobertos pelo setor privado, o que forçaria o uso do dinheiro aplicado em um produto financeiro. O entrevistado E6 não possui plano e usa o Sistema Único de Saúde, mas embora não critique o serviço público, não abre mão de pagar o plano de saúde particular para o filho.

Outro sujeito, E17, deixou claro seu desapontamento com o sistema público. Questionada sobre o porquê de ter dinheiro guardado para questões de saúde, já que o Estado brasileiro oferece esse serviço gratuitamente, ela explicou:

[...] a questão da segurança é muito ruim a falta de educação é muito, mas a saúde...é uma questão de dignidade! Eu acho que é pior de todas, porque se você for, você tá doente, não consegue ser atendida... você não ter a possibilidade de se cuidar, de ter acesso a cuidar da sua saúde...é muito ruim, muito ruim, é muito difícil. (E17).

O significado “Segurança” foi também associado a outros atos performativos, além do ritual de cuidados:

Quadro 14 - Significado “segurança” x rituais de posse, desapropriação e presente

Ritual de Posse	Ritual de Desapropriação	Ritual de Presente
Na apropriação do dinheiro, uma parte é alocada em uma “reserva de emergência”. Ter privilégios (por conta da classe social) traz segurança	A possibilidade de usar o dinheiro para comprar bens e serviços (poder aquisitivo) traz segurança	Dar dinheiro de presente (principalmente para os filhos) dá segurança para eles. O dinheiro herdado e o que foi aprendido com os pais sobre a gestão dele direciona para a segurança.

Fonte: elaboração do autor.

4.2.1.3 Ritual de presente

Antes de detalhar este ritual operacionalizado nesta pesquisa, importante tecer um rápido comentário sobre sua denominação. Ele aparece como “*Exchange Ritual*” - em referência a dinâmica de dádiva e reciprocidade de Mauss (1968) - no trabalho original de McCracken, em 1986, e foi coerentemente traduzido como “ritual de troca” nas versões em português de 2003 e 2007. Apesar do nome, o próprio autor define a prática como dar e/ou receber presentes, sem restringir uma ação condicionante da outra. Uma vez que presentear e ser presenteado são atos que podem ser investigados de forma independente, não há a obrigatoriedade de ocorrer um intercâmbio entre os dois e, portanto, uma troca. Por essa razão, optou-se por redefinir este ato performativo como ritual de presente.

Ponderando, não se exclui a troca como retribuição para o doador, de ordem psicológica (valores afetivos) ou social (valores morais), em aproximação com a obra de Mauss (1968). Porém, como observou Sabourin (2008) com base em Lévi-Strauss, há maior relação do ato de

presentear com a reciprocidade, que implica na preocupação com o outro, do que com a troca, onde busca-se atender ao interesse próprio. Além disso, pode confundir-se com a visão utilitária do dinheiro e sua a função de meio de troca para adquirir outros bens. Ao contrário disso, o ritual de presente suprime, durante sua performance, o atributo de forma de pagamento do dinheiro, e alia-se a outras questões não econômicas, como gostos, necessidades, desejos e reações na relação entre doador e receptor (BELK, 1982).

Dar e receber dinheiro de presente mostrou-se ser algo aceito nas entrevistas, mas com restrições. O trecho da entrevista do sujeito E2 é um exemplo disso:

Eu acho que se distancia do que eu acredito que é para presentear alguém. Tem a ver com: “eu vi, eu gostei, eu achei a sua cara, eu lembrei de você, poxa, é a sua cara”. Quando eu dou só o número, o valor, eu atropelo a possibilidade de eu colocar o simbólico junto. O que é o que me fez comprar, é o que me fez presentear. Agora, se a pessoa me pedir, falar assim: “eu quero dinheiro”. Aí eu dou, não tem problema. Meu ex-marido era assim. No Natal, aí ele falava: vou te dar dinheiro. Mas às vezes eu falava: “eu não quero dinheiro não, compra uma coisa para mim que tem a ver comigo”. Eu preferia ganhar a coisa. Eu não acho que seja uma forma legal de presentear. **(E2)**.

O fragmento acima revela uma condição para que o dinheiro seja aceito como presente: o acordo prévio com o presenteado. Essa questão foi abordada em outras entrevistas, como a de E12, que dá dinheiro apenas para amigos e com essa circunstância:

[...] para um amigo não, talvez tenha a ver com intimidade, apesar de ter amigos íntimos... mas não sei te responder, nunca passou pela minha cabeça essa reflexão... mas não sei se eu tenho medo que isso de repente atinja a pessoa... ofenda a pessoa de alguma forma... não sei... talvez isso. Lembrando assim agora, eu já dei presente em dinheiro quando solicitado em presente de casamento. Aí você entra no site e dá um valor dessa forma. Tudo bem, eu já dei. Como é um contrato, você sabe que não vai ter nenhum susto, assim, de ferir o ego ou coisa do tipo. **(E12)**.

O trecho acima revela que presentear uma pessoa com dinheiro pode ser uma prática considerada ofensiva, porque parte de uma hipótese de que o presenteado não possui recursos financeiros suficientes e está precisando de verba. No regime capitalista, não ter acesso a bens é percebido como algo negativo (BONSU, 2008). Essa perspectiva encontra eco na entrevista de E4:

Um amigo meu, eu levar o dinheiro sem consultar ele, sem nenhum tipo de situação prévia... não. Mas de repente um amigo meu assim, não amigo de amigo, falo amigo irmão, porque um amigo normal não vai me pedir dinheiro nenhum, mas já para um amigo irmão[...]se um dia ele precisar, eu vou levar o dinheiro para ele de presente, pode ter certeza. Vou consultar ele. Agora levar o presente sem consulta prévia, assim, não. **(E4)**.

Também nos trechos selecionados de E4 e E12, há vínculo entre ‘presentear com dinheiro’ e ‘intimidade’. Essa relação já havia sido identificada por Webley e Wilson (2015) entre estudantes ingleses, e por Zelizer (2009) ao debater a contradição entre a suposta impessoalidade do dinheiro e seu uso em relações íntimas, como quando “pais dão mesadas a seus filhos [...]; amigos e parentes mandam dinheiro de presente de casamento, e amigos emprestam dinheiro uns aos outros” (ZELIZER, 2009, p.142).

Ainda na lógica da intimidade, todos os participantes da pesquisa comentaram que o ato de presentear e ser presenteado com dinheiro é plausível dentro da família. Os participantes podem achar esquisito a prática de presentear com dinheiro, como E7 (“*eu acho estranho, não é ideal não, presente tem que ser uma coisa à parte, dinheiro não*”), mas todos comentaram já ter dado ou recebido dinheiro dessa forma. O quadro abaixo mostra como o ritual de presente aparece relacionado ao grupo familiar nas entrevistas. Os parentes foram identificados conforme as citações nos relatos.

Quadro 15 - Experiência do Ritual de Presente x familiares

Entrevistado	Relação com parentes (dando ou recebendo dinheiro)
E1	Dava dinheiro para os filhos
E2	Recebia dinheiro do ex-marido
E3	Recebe dinheiro do marido, dá dinheiro para filhas e sobrinho
E4	Recebia do pai, dá para sobrinhas
E5	Dá para primo
E6	Recebia dos pais
E7	Dá para filhos
E8	Recebeu dos pais e avós, dá para parentes
E9	Dá para filhos e parentes
E10	Dá para parentes
E11	Recebeu dos pais, dá para filhos
E12	Recebeu dos avós, dá para parentes
E13	Dá para filhas, irmão e para mãe
E14	Dá para mãe, sobrinha e parentes
E15	Recebia dos pais
E16	Recebe dos pais e dos tios
E17	Recebia dos pais e deu para afilhada

Fonte: elaboração própria.

O dinheiro dado ou recebido entre parentes é atribuído não só a sua forma em espécie, mas também em forma de produto financeiro, como poupança ou previdência privada. Segundo Leite (2011), o ‘familialismo’ é integrante da visão de mundo e ideário brasileiros, enquanto fruto da formação histórica, valores cristãos e políticas públicas. Possui, assim, reflexo no consumo de produtos de investimento, já que “legitima a expansão das finanças através de

estratégias simbólicas que valorizam a família e ganha ressonância na sociedade.” (LEITE, 2011, p.170).

Por sua recorrência e relevância nas entrevistas ao ser associado a dinheiro, presentes e investimentos, o construto “família” será aprofundado

4.2.1.3.1 Família

A relação com o dinheiro, para alguns entrevistados (E6, E10, E11, E12), teve início entre a infância e a adolescência com o recebimento de mesadas dadas pelos pais. Um estudo de Lellis, Dias e Leite (2011) aponta que a mesada, além de transmitir ideais econômicos dos pais para os filhos, é um fator de inserção social. Furnham (2001) publicou que a mesada carrega significados de consciência sobre a gestão e poupança dos recursos financeiros. O sujeito E6 falou sobre as orientações da mãe para a destinação do valor da mesada:

[...] eu recebia todo mês, assim, recebia basicamente uns cem reais naquela época - e era muito dinheiro! [...] Minha mãe sempre teve essa noção assim, em relação a dinheiro... sempre falou que era necessário guardar um pouquinho desse dinheiro, né? Então, por exemplo, eu ganhava 100, eu guardava trinta. E aí no outro mês eu já tinha um saldo bem legal, entendeu? (E6).

Os entrevistados E1, E4, E7, E9 e E13 afirmaram que, embora não ganhassem mesada na juventude, utilizam ou utilizaram essa maneira de presentear filhos e sobrinhos com dinheiro. Essa postura pode reforçar nos mais jovens a ideia de valorizar o ganho do capital econômico e independência (FEATHER, 1991). Essa independência é fomentada na juventude para que seja concretizada posteriormente, já que é percebida “a independência financeira dos filhos adultos como um valor da família.” (SUAREZ; CASOTTI, 2015, p.107). De acordo com o entrevistado E9:

Até uns dois meses atrás, três meses atrás mais ou menos, eles [os dois filhos] recebiam mesada e eles tinham que administrar os gastos deles com essa mesada. Então eu acho que isso já faz com que ele saiba o valor do dinheiro. Mas saiba que precisa de dinheiro e de certa forma até correr atrás do que eles querem realmente né? Porque isso ajuda eles trabalharem mesmo, e não serem pessoas que no futuro não vão ter noção do dinheiro; de como é difícil ganhar o dinheiro. A gente já foi ensinando que eu acho que a pessoa tem que saber tem que ter noção de quanto custa as coisas e que não cai do céu o dinheiro. Nem dá em árvore. (E9).

Embora o comportamento financeiro dos pais influenciem na vida dos filhos (LELLIS; DIAS; LEITE, 2011), os entrevistados mostraram perspectivas divergentes em relação ao hábito de investir e o relacionamento que pai e mãe tinham ou têm com o dinheiro. Enquanto onze sujeitos comentaram que, assim como os pais, possuem uma postura de gerir, economizar e investir os recursos, E2, E5, E7, E8, E9 e E10 atribuíram o ato de investir como uma maneira contrária de interagir com o dinheiro, em comparação com os genitores. Segundo E2:

Eles [meus pais] não se organizam financeiramente em nenhuma instância, entendeu? Coisas básicas, de luz... a água mesmo eles deixam de pagar... coisas básicas, coisas de necessidade básica. Chega a cortar a luz por que não são organizados, não é porque não têm dinheiro, é porque não é organizado mesmo. É uma desordem financeira [...] Eu nunca vivi isso desde que eu passei a ganhar meu próprio dinheiro. Eu sempre investi e aí eu nunca vivi. É tanta desordem que eles me ensinaram a como não ser. (E2).

Essa contradição leva a duas dimensões já analisadas em estudos sobre o consumo. De um lado, filhos que mantêm os hábitos da boa gestão do dinheiro aprendida com os pais, configurando-se na reprodução de um aspecto integrante da identidade familiar em um *continuum* intergeracional (EPP; PRICE, 2008; SUAREZ; CASOTTI, 2015), reverberando no comportamento dos investidores. Esse comportamento foi citado nos relatos como prudente e, conseqüentemente, conservador. De outro lado, o conflito de atitudes em gerações diferentes como o reflexo de arranjos sócio-culturais distintos e influência do ambiente, dentro da perspectiva de dramas sociais (EPP; PRICE, 2008).

Foi identificado nas entrevistas um outro aspecto ligado a família: no momento da apropriação do recurso financeiro, 86% dos participantes externaram que há a preocupação com o uso dessa verba para auxiliar um parente. Ou seja, além do vínculo com o ritual de presente, há uma estreita ligação entre o significado “família” e o ritual de posse. Isso pode ser exemplificado pelo trecho em destaque da entrevista de E3:

Esse dinheiro que a gente tem de reserva, usou para dar suporte para o irmão do meu marido, dar o suporte para minha família, dar suporte para a mãe dele...o pai dele morreu no começo do ano. A gente dá socorro pra todo mundo. Até os planos pra gente, até para gastar, a gente pensa assim: “ e se a família precisar?” (E3).

O trecho revela uma postura de prevenção contra emergências na família. Epp e Price (2008, p.58) afirmam que eventos imprevisíveis como “doenças graves, desemprego e acidentes” causam transformações e rupturas nas identidades familiares. Ao ser um instrumento

para evitar ou amenizar essas rupturas no grupo familiar, o dinheiro apareceu nos relatos como o objeto de um comportamento coletivista.

Dessa forma, há aderência com o trabalho de Falicov (2001), que concluiu que os latinos incluem a família como um significado cultural atribuído ao dinheiro, enquanto os anglo-americanos têm uma dimensão mais individualista. Ainda sobre a dimensão cultural, Jain e Joy (1997) publicaram que famílias hindus no Canadá investem pensando no uso do dinheiro pelos filhos no futuro e que essa preocupação com os herdeiros, associada à visão de mundo hinduísta, favorecem a característica de longo prazo e, por consequência, menor aversão ao risco. Essa última tese, no entanto, não se alinha com o que foi encontrado nos depoimentos desta dissertação: a associação entre família e necessidade financeira em caso de emergência foi percebida como favorável a alocação dos recursos em aplicações com liquidez. Seguindo essa lógica, E5 justificou a alocação de parte de seus recursos financeiros:

Porque a gente não sabe o dia de amanhã. A gente não sabe quando pode acontecer algum problema com a gente ou com parente próximo: pai, mãe, irmão, filho, filha, mulher... Reserva de emergência tem de ter o dinheiro na hora ou no máximo em um dia útil. Tenho o CDB com essa característica numa corretora. (E5).

O sujeito E4 mencionou a falta de confiança na saúde pública para justificar a inclinação para uma postura de prevenção para emergências familiares, com foco na liquidez:

[...] a glicemia de minha mãe subiu de uma hora para outra e eu tava dirigindo o carro, e ela começou a ficar tonta. Ela tem hoje uma certa idade, 75 anos. Ela tem o plano [de saúde] dela, tem tudo, mas não é um plano forte. Eu fui para o hospital, deu três mil reais. Eu paguei as coisas lá para ela poder ser atendida. Eu não vou levar ela nunca para o Estado. Entrei no hospital [particular], não aceitava plano, não aceitava nada. ‘Quanto é? Três mil’. Isso é uma emergência, entendeu? [...] Só pelo fato de ela tá bem, de sair de lá bem e tá bem hoje, graças a Deus não ter tido nada, para mim já é um alento. Então, né, depender de Estado velho, pelo amor de Deus, esqueça isso aí (E4).

Ainda sobre o significado “família”, o dinheiro dado como herança é uma forma utilizada pelos pais para transmitir significados e valores para os filhos (EPP; PRICE, 2008), como esperado no ritual de presente (MCCRACKEN, 2003). O sujeito E3 usou a palavra *legado* no trecho “[...] o dinheiro é conquistado, mas ele também pode ser dado, mas ele não foi dado sem suor, alguém construiu esse legado para você e você herdou porque você teve sorte na vida - mas alguém já tinha construído para você”. A transmissão de dinheiro para os filhos pode ocorrer também por meio de produtos de investimento. E9 e E11 (ambas mulheres) disseram que fizeram previdência privada para os filhos. E11 também contou que os pais fizeram coisa

semelhante para ela: abriram caderneta de poupança e depositavam valores, o que ocorreu também com E8.

A ideia de família possui vínculo com outros rituais, além do ritual de presente:

Quadro 16 - Significado “família” x rituais de posse, desapropriação e cuidados

Ritual de Posse	Ritual de Desapropriação	Ritual de cuidados
A importância de se adquirir dinheiro foi ensinado pelos pais; quando a pessoa adquire o dinheiro, reserva o valor pensando na família.	O dinheiro é gasto para ajudar algum familiar.	Saber que pode ajudar um familiar dá bem-estar; o cuidado com o dinheiro foi algo ensinado pelos pais.

Fonte: elaboração do autor

4.2.1.4 Ritual de desapropriação

Deixar de ter a posse de certa quantia de dinheiro significa, na maioria das vezes, lançar mão do caráter utilitário do recurso financeiro, como um meio de pagamento para intermediar a transação da aquisição de bens. Num enquadramento marxista, representa a troca da mercadoria-dinheiro por outro produto (bem ou serviço). Essa troca não é necessariamente particular. Nas doações para entidades filantrópicas, como fazem E1, E4, E5 e E10, o serviço é prestado para vulneráveis e o resultado é compartilhado por toda a sociedade. Há ainda a doação para um familiar, como no ritual de presente, que também se configura como um ritual de desapropriação e segue o esquema esvaziamento de significados e/ou ressignificações do dinheiro por doador e donatário.

De acordo com Green et. al. (2013), é natural que os indivíduos com valores aplicados posterguem a decisão de desinvestir. Os autores defendem que o raciocínio é vinculado a maximização de utilidade do investidor, uma vez que a redução do montante representa a diminuição dos juros pagos. Essa ideia está presente nos trechos das falas de E5, E7 e E8:

Os meus custos, mesmo os esporádicos, ainda tá dando para pagar com meu salário. Eu diminuo a aplicação, mas eu não resgato. (E5).

Normalmente eu tento não resgatar aquele dinheiro dali, só resgato se não tiver jeito [...] esse dinheiro eu não posso mexer...então faço de tudo para não mexer nesse dinheiro. (E7).

Claro que eu não planejo tocar pelo menos pelos próximos cinco anos, mas eu vou usar o dinheiro que está na minha conta corrente antes de ter que resgatar

[...] se eu conseguir o dinheiro de outra forma que não precise retirar, eu não vou retirar. (E8).

Apesar desses exemplos, os entrevistados concordaram que a desapropriação não é um fator de sofrimento. Ao contrário: todos comentaram que a desapropriação voluntária do dinheiro e o uso do recurso financeiro proporcionam ressignificações positivas, como descrito por E6:

Eu vejo como um momento de gratidão mesmo, de felicidade, por ter investido e por ter recebido algo. Não vejo como um sofrimento. É uma coisa boa. Algo que eu fiz e que deu resultado. Então, uma coisa que não tinha pretensão no começo, mas que se tornou algo bem importante. (E6).

Green et. al. (2013) explicam que a pessoa calcula a necessidade de resgate de acordo com a recompensa que virá desse processo. Nas entrevistas, as recompensas são conectadas com os significados culturais atribuídos ao dinheiro – como segurança, família, bem-estar, etc – e justificam o resgate de valores alocados em produtos de investimento financeiro, como exemplificado abaixo:

Se eu tiver de fazer, fiz pensado [...] Até doença. Se adoecer de repente e precisar ir no médico, você tem o dinheiro na mão. (E14).

[...] agora eu vou me mudar, eu vou reformar o apartamento. Então estou tendo que fazer resgate, entendeu? Mas só resgato para coisas específicas. Então não me dá nenhum receio porque estou resgatando para fazer algo específico [...] Eu sou a fonte de renda atual, você tem aquele valor assim para te dar uma segurança, manter seu filho na escola, manter o plano de saúde dele. (E12).

A desapropriação de recurso financeiro para aquisição de outros objetos é parte integrante das relações de consumo e da circulação de bens (GREGSON; METCALFE; CREWE, 2007). Além disso, na convergência com a alocação em produtos de investimento, é um instrumento de deslocamento do significado (MCCRACKEN, 1997). Os entrevistados E1, E2, E4, E5, E7, E9 e E11 fazem ou já fizeram reserva em caderneta de poupança ou CDB para compra de um imóvel. Pelo conceito do significado deslocado, esse bem idealizado deve ser de difícil aquisição, e os produtos de investimento tornam-se intermediários nesse processo. É o que faz atualmente o sujeito E7:

Então essa quantia que eu reservo, que faz parte do salário, ela serve para outro imóvel [...] é um dinheiro que eu tento visualizar como dinheiro que não é mais meu. (E7).

O trecho revela que o sujeito já considera o dinheiro como propriedade de um vendedor hipotético - de um imóvel idealizado. Não existe ainda qualquer negociação, mas o significado deslocado antecipa a ressignificação do recurso financeiro antes mesmo de ocorrer a desapropriação.

Ao finalmente adquirir o bem, o consumidor tende a deslocar o significado para um novo bem idealizado a ser comprado em um ponto futuro, reiniciando os rituais e culminando no ritual de desapropriação. Esse movimento é importante para a manutenção da prática de consumo (MCCRACKEN, 1997). O ritual de desapropriação é uma prática não apenas ligada aos objetos e seus significados, mas também é componente de uma ordem social, onde as narrativas sociais são reproduzidas (GREGSON; METCALFE; CREWE, 2007). No exemplo de E7, houve a opção de produto de proteção, como forma de evitar perdas, o que interferiria na materialização do deslocamento de significado. Contudo, por se tratar de uma desapropriação em um ponto no futuro, a liquidez não foi um atributo considerado relevante.

5 CONCLUSÃO

A indústria financeira no Brasil é alimentada, em grande parte, por investidores que buscam mais do que o retorno sobre o capital aplicado. As instituições que oferecem o serviço de gestão de recursos dialogam com outras percepções e expectativas dos clientes que superam a dimensão econômica.

Os contratantes dos serviços de administração financeira – os clientes – tomam suas decisões com base em questões sociais e culturais, como ocorre nas demais relações de consumo. Esse enquadramento, com pontos de contato na sociologia e antropologia, é proposto pela *Consumer Culture Theory* e tem ligação mais intensa com o olhar do marketing como fenômeno social, e menor suporte no viés estratégico, baseado na relação fornecedor-consumidor como um aspecto meramente transacional.

Diante dessa compreensão, esta pesquisa buscou responder a pergunta: “**quais os significados culturais atribuídos ao dinheiro e como eles implicam na aquisição de produtos de investimento?**”, usando a moldura do marketing e do comportamento do consumidor, afastando-se (mas não desprezando) a teoria clássica de Finanças e se aproximando, em alguns tópicos, da economia comportamental.

A relação com o dinheiro foi o objeto central do estudo e considerado direcionador das escolhas dos investidores. Essa perspectiva tem consonância com o que já é praticado no mercado no Brasil, onde as instituições financeiras devem aplicar o questionário de perfil de investidor para compreender as expectativas dos clientes em relação ao recurso financeiro que possuem.

Neste estudo, optou-se por superar as questões de planejamento e uso do dinheiro, diante do entendimento de que o recurso financeiro é personalizado e ressignificado dentro de um caráter sociológico, capaz de organizar, influenciar e/ou refletir experiências e modos de vida na sociedade (LABRONICI, 2019; ZELIZER, 1989). O dinheiro foi abordado à partir dos significados atribuídos a ele, e esses significados foram atrelados a convenções e percepções normalizadas em grupos (nação, gerações, classes sociais, gênero) com raiz na cultura (MCCRACKEN, 2003).

O primeiro recorte metodológico definido foi o da análise qualitativa, com caráter interpretativista. Essa escolha foi justificada pela apreensão dos significados como percepções (o que poderia ser aprofundado com o contato direto com os sujeitos) e do processo indutivo esperado (BOGDAN; BIKLEN, 1994). No entanto, foi usada também estratégia dedutiva na apreensão dos significados, ao capturar a relação pessoa-dinheiro com base nos atos

performativos (rituais) descritos por McCracken (1986) no estudo sobre a relação pessoa-objeto nas relações de consumo. Na operacionalização, nomenclaturas e conceitos do artigo original de McCracken foram revisados, resultando em quatro rituais: posse, cuidados, presente e desapropriação. Esses rituais integram a lógica do movimento de significados do mundo culturalmente constituído para o bem e posteriormente para o indivíduo (MCCRACKEN, 2007).

Os rituais orientaram a formatação de um roteiro semiestruturado para as entrevistas em profundidade. Dezesete sujeitos participaram da fase de entrevistas. Ao relatarem suas experiências com o dinheiro, os participantes descreveram, em cada ritual, os significados atribuídos. Como no trabalho de Lassere (1974), essa interação pessoa-objeto teve como consequência a implicação na reserva do dinheiro e, assim, a aquisição de determinado(s) produto(s) de investimento. Ainda com base no estudo de Lassere, os relatos foram submetidos a Análise de Conteúdo (BARDIN, 2004), com unidades de registro agrupadas em subcategorias elencadas em coerência e oposição aos significados codificados como categorias temáticas. Surgiram, daí, quatro categorias de significados: trabalho, conhecimento, família e segurança. Ao perceberem o dinheiro como meio de transporte desses significados, mesmo que implicitamente, os sujeitos aplicaram em produtos de tipos e atributos distintos, visando promoção (renda variável e/ou rentabilidade) ou prevenção (renda fixa e/ou liquidez), como prevê a Teoria do Foco Regulatório (ZHOU; PHAM, 2004).

O ritual de posse teve forte conexão com as categorias “trabalho” e “conhecimento”. Visto como resultante desses dois processos (trabalho e conhecimento), o dinheiro carrega esses significados desde que é apropriado até o momento em que é transformado em produtos de investimento. Baseado no ato de trabalhar, houve entre os participantes uma preferência por produtos de renda fixa, já que o recurso financeiro é uma conquista, uma recompensa, e a possível perda na renda variável representa a perda de algo conseguido com esforço. Já no conhecimento, a lógica é diferente: investir em renda variável (como ativos na Bolsa de Valores) significa evocar, discutir e comparar a oscilação de valores em dinheiro a partir de análises e consumo de conteúdo sobre finanças.

Há também a percepção entre os sujeitos de que os produtos de renda variável demandam maior conhecimento dos investidores-consumidores. Esse conhecimento exteriorizado na linguagem técnica do mercado financeiro, fundamenta e propaga um comportamento arrojado importante para a distinção (entre gerações e/ou integrantes de um mesmo grupo) e, simultaneamente, para a criação de uma solidariedade social que reúne investidores com

projetos de identidade compartilhados e interesses comuns de consumo (GAIÃO; SOUZA; LEÃO, 2012).

No ritual de presente, a família foi o significado mais frequente. Essa questão já havia sido encontrada por Falicov (2001) ao estudar a relação dos latinos com o dinheiro, e por Leite (2011) no Brasil, ao conectar o consumo de investimentos ao construto “família” como reflexo de um *habitus*⁸ nacional brasileiro. De certa forma, essa ideia coletivista diverge da obra de Simmel (1968), para quem o dinheiro amplificava a postura individualista. Ao pensar no familiar, a maior parte dos entrevistados teve comportamento preventivo, reservando uma quantia em produtos de liquidez, pois a possibilidade de resgate rápido representa também a possibilidade de ajudar rapidamente um parente em apuros.

A liquidez também é um atributo esperado conectado ao significado “segurança”, recorrente no ritual de cuidados. O pensamento de uma reserva financeira como um escudo contra a incerteza pode ter sido potencializado pelo contexto da pandemia em que esta pesquisa foi realizada. A segurança também surgiu nos relatos como uma maneira de evitar o uso de serviços públicos no Brasil (como o Sistema Único de Saúde e a Previdência Social) com a utilização do dinheiro acumulado, tanto para benefício individual quanto para resguardar familiares, diante de uma seguridade social percebida como ineficiente no país.

A associação entre: i) os significados que emergiram de forma indutiva; ii) os rituais listados de forma dedutiva (MCCRACKEN, 2003) e; iii) as implicações nos comportamentos de prevenção e promoção também baseadas em na literatura acadêmica existente (ZHOU; PHAM, 2004), levou às seguintes articulações:

- a) o **conhecimento** foi percebido pelos sujeitos com maior vínculo na posse do dinheiro, levando ao comportamento de promoção, implicando no consumo de produtos de renda variável por conta da possibilidade de maior rentabilidade;
- b) o **trabalho** também teve maior recorrência no ritual de posse, influenciando um comportamento de prevenção e consumo de produtos de renda fixa;
- c) a **família** surgiu mais atrelada ao ritual de presente, conectando-se ao comportamento de prevenção e o consumo de produtos de renda fixa que possuam maior liquidez, e;
- d) a **segurança** teve maior ligação ao ritual de cuidados, levando a um comportamento de prevenção e implicando no consumo de ativos de renda fixa com maior liquidez.

⁸ Leite (2011, p.429) cita o conceito de *habitus* de Boudieu (2014), como uma gramática de ideias e valores normalizados e reproduzidos por grupos sociais: o *habitus* é, assim, um “gerador de comportamentos sistemáticos”.

Com exceção de ‘conhecimento’, os significados apontam para o investimento em produtos de renda fixa (aversão a perdas) e, nos casos de ‘família’ e ‘segurança’, com liquidez. Sugere-se que: i) o atributo da liquidez é, em muitos casos, mais importante do que a aversão a perda no comportamento preventivo; e ii) a busca por rentabilidade e promoção do capital tem uma suposta ligação estreita com a visão utilitária de risco-retorno na Bolsa de Valores.

No entanto, nessa última perspectiva, tem-se, de forma paradoxal, uma objetividade simbólica: os sujeitos detentores de conhecimento sobre o mercado de capitais encenam (BOURDIEU, 2014) o papel de consumidor especialista (HIRSCHMAN, 1998) ganhando prestígio em um determinado grupo e distanciando-se do comportamento percebido como conservador e retrógrado de quem aplica todo o recurso na renda fixa (destacadamente, na caderneta de poupança). O mercado de capitais é encarado por esses investidores como o ambiente propício para a sacralização do dinheiro enfocada por Simmel (2009) e Belk e Wallendorf (1990).

O ritual de desapropriação não teve coocorrência quantitativamente relevante com os significados categorizados. Ele foi citado como ato performativo de programar o consumo para daqui a alguns anos, como a compra de um imóvel. Nesse caso, os produtos de investimento devem ser instrumentos do “significado deslocado”, que projeta o processo de resignificação para um bem idealizado em um outro ponto no tempo (MCCRACKEN, 2003). Os produtos de investimento, nesse caso, devem ser de renda fixa (para que não haja perdas), mas sem a necessidade de liquidez. O ato de desfazer do dinheiro não foi interpretado como algo negativo pelos sujeitos, sendo, ao contrário, conectado à felicidade e concretização de uma conquista.

A aquisição de produtos de investimento surge nas falas não apenas como resultante dos rituais na relação com o dinheiro, mas é também o próprio ritual em si. Isso acontece, por exemplo, quando as mães contratam a previdência privada para os filhos como forma de concretizar o ritual de presente e, simultaneamente, deixar um legado para os herdeiros.

Futuros trabalhos podem usar as discussões empreendidas nesta dissertação para realizar pesquisas quantitativas com o intuito de analisar os significados atribuídos ao dinheiro e a implicação na alocação em investimentos financeiros, de forma mais abrangente. Assumindo as decisões de investimento como resultantes do comportamento do consumidor, é possível expandir a discussão teórica de forma complementar àquela aplicada na economia comportamental.

Ademais, independentemente da estratégia metodológica, a coleta de dados pode ocorrer em diferentes regiões para poder comparar a relação significados/decisões de investimento com base em localizações e aspectos culturais diferentes – inclusive em correlação com a qualidade

dos serviços públicos em determinada localidade. Para apreender as questões experienciais nessa comparação, é possível usar apoio metodológico qualitativo semelhante ao utilizado neste estudo.

A discussão presente nesta dissertação pode auxiliar as instituições financeiras a estabelecer diretrizes de marketing para produtos de investimento, ou ajudá-las a repensar suas estratégias de oferta desses produtos, com o objetivo de convergir com a expectativa de seus clientes e equilibrar a relação de consumo com investidores de varejo. Para os investidores, os tópicos debatidos podem esclarecer questões implícitas a serem levadas em consideração no momento em que se busca o bem-estar na alocação do dinheiro. Para órgãos reguladores do mercado financeiro e de consumo, a discussão pode levar a reflexão sobre a definição de boas práticas na oferta de produtos de investimento, sobre as regras e sobre a eficácia da apreensão da expectativa dos investidores.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, G. T. DE; PINTO, M. DE R. Broadening the frontiers of the Consumer Culture Theory: articulating credit consumption and financial violence. **Revista Capital Científico - Eletrônica**, v. 18, n. 3, 2020.
- ALMEIDA FILHO, N. M. DE. Contextos, impasses e desafios na formação de trabalhadores em Saúde Coletiva no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 13, p. 1677–1682, 2013.
- ANBIMA, A. B. DAS E. DOS M. F. E DE C. **Varejo tradicional puxa alta dos investimentos dos brasileiros até setembro**. Disponível em: https://www.anbima.com.br/pt_br/noticias/varejo-tradicional-puxa-alta-dos-investimentos-dos-brasileiros-ate-setembro.htm#. Acesso em: 1 fev. 2021.
- ANBIMA, A. B. DAS E. DOS M. F. E DE C. **O que é liquidez?** Disponível em: <https://comoinvestir.anbima.com.br/escolha/compreensao-de-conceitos/o-que-e-liquidez-2/>. Acesso em: 6 dez. 2020.
- ANDRADE, S. P. C. DE; TOLFO, S. DA R.; DELLAGNELO, E. H. L. Sentidos do Trabalho e Racionalidades Instrumental e Substantiva : Interfaces entre a Administração e a Psicologia. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, p. 200–216, 2012.
- ANDREZO, A. F.; LIMA, I. S. Mercado financeiro: aspectos conceituais e históricos. 2007.
- ARAUJO, M. V. M. DE. **Investimento em tecnologia nas instituições financeiras e a influência das fintechs**. [S.l.] Fundação Getulio Vargas, 2018.
- ARAUJO, R. P. DE; MOTTIN, A. P.; REZENDE, J. F. DE C. Gestão do conhecimento e do capital intelectual: mapeamento da produção acadêmica brasileira de 1997 a 2011 nos encontros da ANPAD. **Organizações & Sociedade**, v. 20, n. 65, p. 283–301, 2013.
- ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. Reflections Twenty Years of Research. **Journal of Consumer Research**, v. 31, n. 4, p. 868–882, 2005a.
- ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. **Journal of consumer research**, v. 31, n. 4, p. 868–882, 2005b.
- ASSAF NETO, A. **Mercado Financeiro**. 13. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2015.
- B3, B. B. B. **Projeto D+2**. Disponível em: http://www.b3.com.br/pt_br/projeto-d-2/sobre-o-projeto/. Acesso em: 8 jan. 2021.
- BACEN, B. C. DO B. **Meta para a Taxa Selic**. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/controleinflacao/taxaselic>. Acesso em: 1 fev. 2021.
- BAKER, W. E.; JIMERSON, J. B. The sociology of money. **American Behavioral Scientist**, v. 35, n. 6, p. 678–693, 1992.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2004.
- BASILIO, R.; PONCHIO, M. **Vulnerabilidade de consumo e os serviços financeiros: as condutas e percepções dos agentes bancários frente ao bem-estar financeiro dos indivíduos**. Disponível em: <http://ocs.espm.br/index.php/SGBED2019/ESPM/paper/view/736>. Acesso em: 10 fev. 2020.
- BASTOS, A. V. B.; PINHO, A. P. M.; COSTA, C. A. Significado do trabalho: um estudo entre

- trabalhadores inseridos em organizações formais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 6, p. 20–29, 1995.
- BATISTELLA, A. J.; MAZZIONI, S.; DAL MAGRO, C. B. Efeito da Cultura Nacional na Responsabilidade Social Corporativa. **Revista de Administração IMED**, v. 10, n. 1, p. 63–85, 2020.
- BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.
- BAUER, M.; GASKELL, G. **Qualitative Researching with Text, Image and Sound**. [S.l.]: Sage, 2000.
- BEAL PARTYKA, R.; LANA, J.; MARCON, R. A XP e o Itaú Unibanco: dos Produtos de Investimento a Desbancarização. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 21, n. 2, p. 214–238, 2020.
- BELK, R. W. Effects of gift-giving involvement on gift selection strategies. **ACR North American Advances**, 1982.
- BELK, R. W. Possessions and the extended self. **Journal of consumer research**, v. 15, n. 2, p. 139–168, 1988.
- BELK, Russell W.; WALLENDORF, Melanie. The sacred meanings of money. **Journal of economic Psychology**, v. 11, n. 1, p. 35-67, 1990.
- BELLINI, L. P. **Respostas afetivas de consumidores de baixa renda a perdas involuntárias de bens e posses simbólicos**. 2017. Tese (Doutorado) - PUC-Rio.2017.
- BOGDAN, R.; BIKLEN, S. **Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos**. [S.l.]: Porto editora, 1994.
- BONSU, S. K. Ghanaian attitudes towards money in consumer culture. **International Journal of Consumer Studies**, v. 32, n. 2, p. 171–178, 2008.
- BOTELHO, L. H. F.; COSTA, T. D. M. T. DA. Análise financeira da seguridade e previdência social no Brasil em tempos de reformas fiscais. **Revista Catarinense Da Ciência Contábil**, v. 19, n. Xlii, p. 2922, 2020.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1989.
- BOURDIEU, P. **A economia das trocas lingüísticas**. São Paulo: Ática, 1994.
- BOURDIEU, P. **A distinção**. São Paulo: Edusp, 2007.
- BOURDIEU, P. **Sobre o Estado**. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.
- BOURDIEU, P.; MICELI, S. **A economia das trocas simbólicas**. [S.l.]: Perspectiva São Paulo, 1974.
- BRASIL. **Constituição Federal do Brasil Presidência da República**. Brasília, 1988.
- BRASIL, F. B. DE B. (FEBRABAN). **Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2020**. Disponível em: <https://febraban.org.br/pagina/3106/48/pt-br/pesquisa>. Acesso em: 2 abr. 2021.
- BREAKLEY, R. A.; MYERS, S. C.; ALLEN, F. **Princípios de Finanças Corporativas**. 10. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.
- BRESSAN, A.; MOREIRA, F. Opacidade em Hedge Funds : existe criação de valor para o

- investidor e para o gestor ? **Brazilian Business Review**, v. 17, n. 6, p. 640-668, 2020.
- BRÜGGEN, E. C. et al. Financial well-being: A conceptualization and research agenda. **Journal of Business Research**, v. 79, p. 228–237, 2017.
- CARDOSO, B. B. A implementação do Auxílio Emergencial como medida excepcional de proteção social. **Revista de Administração Pública**, v. 54, n. 4, p. 1052–1063, 2020.
- CARIA, T. A constituição do saber profissional: uma contribuição interdisciplinar sobre a dualidade do uso social do conhecimento. **Análise Social**, n. 224, p. 498–532, 2017.
- CASAQUI, V. Por uma teoria da publicização: transformações no processo publicitário. **Significação: revista de cultura audiovisual**, v. 38, n. 36, p. 131–151, 2011.
- CASOTTI, L. M.; SUAREZ, M. C. Dez anos de consumer culture theory: delimitações e aberturas. **Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 3, p. 353–359, jun. 2016.
- CHERRIER, H. Disposal and simple living: exploring the circulation of goods and the development of sacred consumption. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 8, n. 6, p. 327–339, nov. 2009.
- CIMINI, F. et al. Análise das primeiras respostas políticas do Governo Brasileiro para o enfrentamento da COVID-19. [S.l.]: Repositório Global Polimap, 2020.
- COSTA, J. F. DA S. et al. Escolha do investimento mais adequado ao perfil conservador utilizando método de análise hierárquica. **Produto & Produção**, v. 21, n. 1, p. 1689–1699, 24 fev. 2020.
- CVM, C. DE V. M. **Instrução CVM 539**. Disponível em: <http://www.cvm.gov.br/legislacao/instrucoes/inst539.html>. Acesso em: 30 nov. 2019.
- CVM, C. DE V. M. **Instrução CVM**, v. 554, n. 21, p. 1–17, 2014.
- CVM, C. DE V. M. **Ofício Circular nº 9/2019/CVM/SIN**. Disponível em: <http://conteudo.cvm.gov.br/legislacao/oficios-circulares/sin/oc-sin-0919.html>. Acesso em: 9 abr. 2020.
- CVM, C. DE V. M. **Ofício Circular CVM/SIN 13/20**. [S.l.: s.n.]. Disponível em: <http://conteudo.cvm.gov.br/legislacao/oficios-circulares/sin/oc-sin-1320.html>.
- CVM. **Boletim de Proteção do Consumidor Investidor**. Disponível em: <https://www.investidor.gov.br/publicacao/ListaBoletim.html>. Acesso em: 7 jun. 2020.
- DANA, S. **Crise provocada pela pandemia faz brasileiro poupar mais**. Disponível em: <https://jovempan.com.br/opiniao-jovem-pan/comentaristas/samy-dana/samy-dana-crise-provocada-pela-pandemia-faz-brasileiro-poupar-mais.html>. Acesso em: 1 fev. 2021.
- DE JESUS, R. D. S. et al. Os desafios do governo brasileiro no enfrentamento da pandemia do Coronavírus. **Revista Augustus**, v. 25, n. 51, p. 31–55, 2020.
- DE NORONHA NAJJARIAN, I. P. Aspectos do regime do direito do consumidor aplicáveis aos mercados financeiro e de capitais no direito brasileiro. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v.5,2015.
- DE PAULA, L. Fernando R. Comportamento dos bancos, posturas financeiras e oferta de crédito: de Keynes a Minsky. **Revista Analise Economica**, v. 16, n. 29, p. 21–38, 1998.
- DOWBOR, L. **O que é capital**. [S.l.]: Brasiliense, 1991.

- EPP, A. M.; PRICE, L. L. Family identity: a framework of identity interplay in consumption practices. **Journal of Consumer Research**, v. 35, n. 1, p. 50–70, 2008.
- FALICOV, C. J. The cultural meanings of money: the case of latinos and anglo-americans. **American Behavioral Scientist**, v. 45, n. 2, p. 313–328, 2001.
- FAMA, E. Efficient Capital markets: ii the comments of fischer black. **The Journal of Finance**, v. XLVI, n. 5, p. 1575–1617, 1991.
- FEATHER, N. T. Variables relating to the allocation of pocket money to children: parental reasons and values. **British Journal of Social Psychology**, v. 30, n. 3, p. 221–234, 1991.
- FERREIRA, I. M. **Adequação do perfil do investidor e seu comportamento no mercado acionário**. [S.l.]: Fundação Getulio Vargas, 2019.
- FOGAÇA, L. S. **O discurso do investimento - um estudo semiótico**. [S.l.]: Universidade Presbiterana Mackenzie, 2018.
- FORCELINI, T. A. B. et al. Análise dos fundos de investimentos de renda fixa do Banco do Brasil S.A. **Revista de Administração IMED**, v. 4, n. 2, p. 233–244, 2014.
- FORTUNA, E. **Mercado financeiro: produtos e serviços**. [S.l.]: Qualitymark Editora Ltda, 2008.
- FRANÇA, V. **Sujeito da comunicação, sujeitos em comunicação**. Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, p. 61–88, 2006.
- FURNHAM, A. Many sides of the coin: the psychology of money usage. **Personality and Individual Differences**, v. 5, n. 5, p. 501–509, 1984.
- FURNHAM, A. Parental attitudes to pocket money/allowances for children. **Journal of Economic Psychology**, v. 22, n. 3, p. 397–422, 2001.
- GAIÃO, B. F. DA S.; SOUZA, I. L. DE; LEÃO, A. L. M. Consumer Culture Theory (CCT) já é uma escola de pensamento em marketing? **Revista de Administração de Empresas**, v. 52, n. 3, p. 330–344, 2012.
- GALVÃO, C. Narrativas em educação. **Ciência & Educação (Bauru)**, v. 11, n. 2, p. 327–345, 2005.
- GARCIA, M.; DIDIER, T. Taxa de juros, risco cambial e risco Brasil. **Pesquisa e planejamento econômico**, v. 33, n. 2, p. 253–297, 2003.
- GONZAGA, A. B. B. N. Uma análise comparativa do retorno de investimento dos fundos não estruturados: ações, multimercado, renda fixa e cambial. 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11422/5528> Acesso em: 12 jul. 2020.
- GOODMAN, L. A. Snowball sampling. **The annals of mathematical statistics**. [S.l.: s.n.], p. 148–170, 1961.
- GOULART, P. M. O significado do trabalho: delimitações teóricas (1955-2006). **Cadernos de Psicologia Social do Trabalho**, v. 12, n. 1, p. 47, 2009.
- GOUVEIA, R. C. B. **Educação financeira no Ensino Médio**. Jataí: Universidade Federal de Goiás, 2019.
- GOUVEIA, V. V. A natureza motivacional dos valores humanos: evidências acerca de uma nova tipologia. **Estudos de Psicologia (Natal)**, v. 8, n. 3, p. 431–443, 2003.

- GREGSON, N.; METCALFE, A.; CREWE, L. Moving things along: the conduits and practices of divestment in consumption. **Transactions of the Institute of British Geographers**, v. 32, n. 2, p. 187–200, 2007.
- GÜNTHER, H. Pesquisa Qualitativa versus pesquisa quantitativa : esta é a questão ? Qualitative research versus quantitative research : is that really the question ? **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 22, n. 2, p. 201–209, 2006.
- HARINCK, F. et al. When gains loom larger than losses: reversed loss aversion for small amounts of money. **Psychological Science**, v. 18, n. 12, p. 1099–1105, 2007.
- HART, K.; ORTIZ, H. The anthropology of money and finance: between ethnography and world history. **Annual Review of Anthropology**, v. 43, p. 465–482, 2014.
- HAWKINS, D. I.; MOTHERSBAUGH, D. L.; BEST, R. **Consumer behavior: building marketing strategy**. Boston: McGraw-Hill Irwin, 2010.
- HIGGINS, E. T. Promotion and prevention: regulatory focus as a motivational principle. In: **Advances in experimental social psychology**. [S.l.]: Elsevier, 1998. v. 30. p. 1–46.
- HIRSCHMAN, E. C. When expert consumers interpret textual products: applying reader-response theory to television programs. **Consumption Markets & Culture**, v. 2, n. 3, p. 259–309, 1998.
- HOFSTEDE, G. Dimensionalizing cultures: the hofstede model in context. **Online readings in psychology and culture**, v. 2, n. 1, p. 919–2307, 2011.
- INGLEHART, R. **Culture shift in advanced industrial society**. [S.l.]: Princeton University Press, 2018.
- JAIN, A. K.; JOY, A. Money matters: an exploratory study of the socio-cultural context of consumption, saving, and investment patterns. **Journal of Economic Psychology**, v. 18, n. 6, p. 649–675, 1997.
- JESUS, W. M. **Investimento financeiro: análise do perfil do investidor pessoa física**. [S.l.]: Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2017.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. [S.l.]: Pearson Prentice Hall, 2007.
- KOZINETS, R. V. Utopian Enterprise: articulating the meanings of star trek 's culture of consumption : figure 1. **Journal of Consumer Research**, v. 28, n. 1, p. 67–88, 2001.
- KROTH, G. L.; LÖBLER, M. L. Teoria do foco regulatório: um estudo bibliométrico do estado atual da produção brasileira e da relação com a teoria dos prospectos / regulatory focus theory: a bibliometric study of the current state of brazilian production and the relationship with pros. **ID on line Revista de Psicologia**, v. 13, n. 44, p. 508–524, 2019.
- KUBO, S. H.; GOUVÊA, M. A. Análise de fatores associados ao significado do trabalho. **Revista de Administração**, v. 47, n. 4, p. 540–554, 2012.
- LABATE, F. G. **Vocabulário da economia: formas de apresentação dos estrangeirismos**. [S.l.]: Universidade de São Paulo, 2008.
- LABRONICI, R. B. A Dívida galopante: a economia das apostas e os significados dos usos do dinheiro no turfê. **Sociologia & Antropologia**, v. 9, n. 1, p. 185–209, 2019.

LANGE, T. et al. Alice no país da propaganda: um estudo da linguagem publicitária e sua recepção junto ao público infantil. **Obesidade**, v. 4571, p. 35, 2009.

LASSARE, D. **La relation aux objects quotidiens**. Paris: [s.n.] , 1974.

LEITE, E. DA S. Reversão de habitus: o advento do ideário de investimento no Brasil. 2011. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/6678> Acesso em: 15 maio 2020.

LELLIS, I. L.; DIAS, I.; LEITE, L. O significado da mesada para pais de crianças e adolescentes. **Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia**, v. 4, n. 1, p. 12–25, 2011.

LESSARD-HÉBERT, M. et al. **Investigação qualitativa: fundamentos e práticas**. [S.l.: s.n.]. 2005.

LIM ET AL., W. M. Understanding young consumer perceptions on credit card usage: Implications for responsible consumption. **Contemporary Management Research**, v. 10, 2014.

LINARES, N. L.; TRINDADE, E. Processos de movimentos de significados simbólicos no consumo alimentar. **Pensamento & Realidade**, v. 26, n. 2, 2011.

LODI, M. D. DE F. **Consumo de alimentos e obesidade na perspectiva transformativa do consumidor**. [S.l.]: Universidade do Grande Rio, 2018.

LOEWENSTEIN, G. et al. Addition by division: Partitioning real accounts for financial well-being. In: **Transformative consumer research for personal and collective well-being**. [S.l.]: Routledge, 2012. p. 441–450.

LOURENÇO, E. Â. DE S.; LACAZ, F. A. DE C.; GOULART, P. M. Crise do capital e o desmonte da Previdência Social no Brasil. **Serviço Social & Sociedade**, n. 130, p. 467–486, 2017.

LUCATELLI, H. D. A. Estudo de evento: o impacto da marcação a mercado sobre o fluxo de recursos administrados nos fundos mútuos brasileiros. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA, 40., 2014. **Anais [...]** 2014

MARKOWITZ, H. Portfolio selection Harry Markowitz. **The Journal of Finance**, 1952.

MARTINI, M. F. G. Renda fixa versus renda variável: uma análise descritiva entre as rentabilidades dos investimentos. **Revista Especialize On-line IPOG**, v. 01, n. 5, p. 13, 2013.

MARTINS, F. R.; FERREIRA, K. P. Vulnerabilidade financeira e economia popular : promoção de bem fundamental social em face da prática de institutos lucrativos ilusórios (das pirâmides ao marketing multinível). **Revista de Direito do Consumidor**, 2015.

MARX, K. **O capital**. Edição resumida por Julian Borchardt (RA Schmidt, Trad.) Rio de Janeiro: Zahar editores, 1975.

MASLOW, A.; LEWIS, K. J. Maslow's hierarchy of needs. **Salenger Incorporated**, v. 14, p. 987, 1987.

MAUSS, M. **The gift: the form and reason for exchange in archaic societies**. [S.l.]: Routledge, 2002.

MCCRACKEN, G. Culture and consumption: a theoretical account of the structure and movement of the cultural meaning of consumer goods. **Journal of consumer research**, v. 13,

n. 1, p. 71–84, 1986.

MCCRACKEN, G. **Cultura & consumo**. [S.l.]: Mauad Editora Ltda, 2003.

MCCRACKEN, G. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. **Revista de Administração de Empresas**, v. 47, n. 1, p. 99–115, 2007.

MCCRACKEN, G. **Cultura e consumo II**: mercados, significados e gerenciamento de marcas. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2012.

MCQUARRIE, E. F.; STATMAN, M. How investors became consumers. **Journal of Macromarketing**, v. 36, n. 3, p. 243–271, 2016.

MINTZ, S. W. Cultura: uma visão antropológica. **Tempo**, v. 14, n. 28, p. 223–237, 2010.

MONTEIRO, M.; RIOS, R. As representações dos jingles para as crianças dos anos 80 e 90 e os jovens adultos de hoje. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE-INTERCOM-SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO-TERESINA, 11., 2009. **Anais [...]** 2009

MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação, Porto Alegre**, v. 22, n. 37, p. 7–32, 1999.

MOREIRA, A. DA S. Dinheiro no Brasil: um estudo comparativo do significado do dinheiro entre as regiões geográficas brasileiras. **Estudos de Psicologia (Natal)**, v. 7, n. 2, p. 379–387, 2002.

MOREIRA, A.; TAMAYO, Á. Escala de significado do dinheiro: desenvolvimento e validação. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 15, n. 2, p. 93–105, 1999.

NEIBURG, F. As moedas doentes, os números públicos e a antropologia do dinheiro. **Mana**, v. 13, n. 1, p. 119–151, 2007.

PASTI, A.; SILVA, A. M. B. DA. O mercado de capitais e os círculos de informações financeiras no território brasileiro. **Confins. Revue franco-brésilienne de géographie/Revista franco-brasileira de geografia**, n. 19, 2013.

PATRÃO, M.; SOUSA, L. Transmissão da herança material: uma tarefa normativa das famílias envelhecidas. **Psychologica**, n. 52– I, p. 371–393, 2010.

PAULANI, L. M. **Modernidade e discurso econômico**. São Paulo: Boitempo, 2005.

PAULANI, L. M.; MÜLLER, L. A. P. Símbolo e signo: O dinheiro no capitalismo contemporâneo. **Estudos Economicos**, v. 40, n. 4, p. 793–817, 2010.

PEREZ, C. **Há limites para o consumo?** [S.l.]: Estação das Letras e Cores Editora, 2020.

PIMENTEL, C. E. et al. Escala de atitudes frente ao dinheiro (MAS): teste de modelos e poder preditivo. **Revista Interamericana de Psicologia/Interamerican Journal of Psychology**, v. 46, n. 2, 2012.

PRAWITZ, A.; COHART, J. Workplace financial education facilitates improvement in personal financial behaviors. **Journal of Financial Counseling and Planning**, v. 25, n. 1, 2014.

QUIVY, R.; VAN CAMPENHOUDT, L. Manual de investigação em ciências sociais. [S.l.]: Gradiva, 1992.

- ROCHA, A. R. C. **Significados atribuídos a cruzeiros marítimos: um estudo multimétodos.** 2014. 2014. Tese (Doutorado) - PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2014.
- ROSE, G. M.; ORR, L. M. Measuring and exploring symbolic money meanings. **Psychology & Marketing**, v. 24, n. 9, p. 743–761, 2007.
- ROSENTHAL-SABROUX, C. From knowledge sharing to collaborative decision making. **International Journal of Information and Decision Sciences**, v. 5, n. 3, p. 295-311, 2013.
- ROSS, S. A. Institutional markets, financial marketing, and financial innovation. **The Journal of Finance**, 1989.
- RUSSO, G. No labirinto da prostituição: o dinheiro e seus aspectos simbólicos. **Caderno CRH**, v. 20, n. 51, p. 497–515, 2007.
- SABOURIN, E. Marcel Mauss : da dádiva à questão. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 23, n. 1999, p. 131–138, 2008.
- SAFARA, J. **Finanças Islâmicas - estruturação de produtos de investimento: caso comparativo de um investimento em fundo imobiliário.** Lisboa: Instituto Universitário de Lisboa, 2009.
- SANSI ROCA, R. Dinheiro vivo: money and religion in Brazil. **Critique of Anthropology**, v. 27, n. 3, p. 319–339, 2007.
- SANTOS, E. L. DOS. Diretos do investidor consumidor. **Gerência de estrutura de mercado e sistemas.** Rio de Janeiro: [s.n.], 2017.
- SAUSSURE, F. DE. **Curso de linguística geral.** [S.l.]: Editora Cultrix, 2008.
- SCBIEHLL, E. O efeito da divulgação das demonstrações financeiras no mercado de capitais brasileiro: um estudo sobre a variação no preço das ações. 1996. Dissertação (Mestrado em Administração) - UFRGS. Porto Alegre, 1996.
- SCHAMBER, L. Time-line interviews and inductive content analysis: their effectiveness for exploring cognitive behaviors. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 51, n. 8, p. 734–744, 2000.
- SCHÜNKE, C. **Reputação e autoridade de influenciadores digitais na área de finanças pessoais: estudo de caso de Nathalia Arcuri e Thiago Nigro.** [S.l.]: Universidade FEEVALE, 2020.
- SCHWARTZSTEIN, J. et al. Coarse thinking and persuasion. **The Quarterly journal of economics**, v. 123, n. 2, p. 577-619, 2016.
- SHARMA, E.; ALTER, A. L. Financial deprivation prompts consumers to seek scarce goods. **Journal of Consumer Research**, v. 39, n. 3, p. 545–560, 2012.
- SHEFRIN, H.; STATMAN, M. Behavioral aspects of the design and marketing of financial products. **Financial Management**, v. 22, n. 2, p. 123, 1993.
- SHIKIDA, P. F. A. A gente não quer só dinheiro... a gente quer dinheiro e felicidade”: notas e reflexões no contexto da ciência econômica. **Ciências Sociais Aplicadas em Revista**, v. 8, n. 14, p. 47, 2008.
- SIMMEL, G. **The Philosophy of money.** Londres: Routledge, 2004.

- SIMMEL, G. **Psicologia do dinheiro e outros ensaios**. Lisboa: Texto & Grafia, 2009.
- SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. [S.l.] Bookman Editora, 2016.
- SOUZA, I. L. DE et al. Uma abordagem alternativa para a pesquisa do consumidor: adoção da Consumer Culture Theory (Cct) No Brasil. **Revista Alcance**, v. 20, n. 3, p. 383, 2013.
- SUAREZ, M. C.; CASOTTI, L. M. Transcendendo a abordagem individual do consumo : uma investigação dos significados do automóvel pela perspectiva das famílias. **Brazilian Business Review**, v. 12, n. 2, p. 91–114, 2015.
- TAMAYO, A.; SCHWARTZ, S. H. Estrutura motivacional dos valores humanos. **Psicologia: teoria e pesquisa**, v. 9, n. 2, p. 329–348, 1993.
- TAVARES, M. C.; URDAN, A. T.; SHIGAKI, H. B. Transferência de significados entre consumidores, personagens e marca: proposição de um novo modelo. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 1, p. 31–46, 2014.
- THALER, R. H. The psychology and economics conference handbook: comments on simon, on einhorn and hogarth, and on tversky and kahneman. **The Journal of Business**, v. 59, n. 4, p. S279–S284, 1986.
- THALER, R. H.; SUNSTEIN, C. R. **Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade**. [S.l.] Objetiva, 2019.
- THIERRY, H. Payment: Which meanings are rewarding? **American behavioral scientist**, v. 35, n. 6, p. 694–707, 1992.
- TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Loss aversion in riskless choice: A reference-dependent model. **The quarterly journal of economics**, v. 106, n. 4, p. 1039–1061, 1991.
- VERA, L. A. R.; GOSLING, M. D. S.; SHIGAKI, H. B. Teoria da cultura do consumo: possibilidades, limitações e caminhos em estudos de marketing no Brasil. **Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa**, v. 18, n. 1, p. 15, 2019.
- WEBLEY, P.; WILSON, R. Social relationships and the unacceptability of money as a gift. **Journal of Social Psychology**, v. 129, n. 1, p. 85–91, 1989.
- WERNIMONT, P. F.; FITZPATRICK, S. The meaning of money. **Journal of applied psychology**, v. 56, n. 3, p. 218, 1972.
- ZELIZER, V. A. The social meaning of money: “special monies”. **American Journal of Sociology**, v. 95, n. 2, p. 342–377, 1989.
- ZELIZER, V. A. Dinheiro, poder e sexo. **Cadernos Pagu**, v. 817, n. 32, p. 135–157, 2009.
- ZHOU, R.; PHAM, M. T. Promotion and prevention across mental accounts: when financial products dictate consumers’ investment goals. **Journal of Consumer Research**, v. 31, n. 1, p. 125–135, 2004.

GLOSSÁRIO

ALAVANCAGEM	Representa a maximização de lucros através de endividamento
BENCHMARK	Qualquer índice usado como referência e/ou parâmetro de comparabilidade
BLUE CHIPS	Ações de empresas sólidas, com boa reputação e estabelecidas no ramo onde atuam
BUY-AND-HOLD	Estratégia em que o investidor compra ativos e os mantém por tempo indeterminado, ganhando distribuição de lucros e dividendos
CIRCUIT BRAKER	Na Bolsa de Valores de São Paulo, é o mecanismo de paralisação dos negócios quando o índice Ibovespa cai mais de 10% em relação ao fechamento do dia anterior
D+1	Jargão bancário, representa o próximo dia útil
DAY TRADE	Compra e venda de ações no mesmo dia
DIVIDENDOS	Partes do lucro de uma empresa distribuídas entre seus acionistas
EXCHANGE TRADED FUNDS	Fundos de investimento negociados na Bolsa, como uma ação. Muitos ETF's distribuem lucros periódicos aos seus cotistas
FUNDOS DE INVESTIMENTO IMOBILIÁRIO	Fundos atrelados à imóveis, shoppings, empresas de logística ou à algum título vinculado ao mercado imobiliário. Costumam distribuir remuneração de aluguéis aos seus cotistas. As cotas têm valor variável e são negociadas na Bolsa
HEDGE	Transação que tem como objetivo proteger o investidor de prejuízos na oscilação do mercado
HIPOSSUFICIÊNCIA	Situação em que a pessoa não possui recursos (financeiros ou de conhecimento)
MERCADO FUTURO	Mercado onde são negociados contratos de compra e venda que só serão realizados no futuro

PAYBACK	Cálculo que mede em quanto tempo o retorno de um investimento se iguala ao valor inicialmente investido
POSIÇÃO	Montagem de portfólio de investimentos com uma determinada expectativa sobre os ativos ou sobre o mercado
PRECIFICAÇÃO	É o ato de atribuir um valor de venda (preço) a um produto
RENDA PASSIVA	Rendimento obtido sem dedicação contínua no mercado financeiro
SMALL CAPS	Ações de empresas de pequena capitalização
SWING TRADE	Estratégia adotada por investidores de curto ou médio prazo. Consiste na compra de ativos na Bolsa para posterior venda a depender da oscilação do mercado financeiro
TAXA REFERENCIAL	Taxa criada pelo governo brasileiro na década de 1990, usada para corrigir determinados contratos financeiros
TÍTULOS	São títulos financeiros que representam uma promessa de pagamento no futuro aos compradores do título, como um empréstimo
TRADER	No mercado financeiro, são investidores que ganham dinheiro com operações de curto prazo
VALOR PRESENTE LÍQUIDO	Fórmula financeira usada como técnica de quantificar a viabilidade de um investimento
VALORES MOBILIÁRIOS	Títulos financeiros ou contratos de investimento (de ações ou de crédito) emitidos por entidades públicas e privadas, que podem gerar ganhos de capital e têm valores variáveis

APÊNDICE A - FORMULÁRIO API

Questionário de Avaliação do Perfil do Investidor para fins acadêmicos

E-mail

Você se declara como investidor qualificado?

- a) Sim b) Não

1. Qual foi o ano de seu nascimento? *

2. Com qual gênero você se identifica?

- a) Masculino
b) Feminino
c) Prefiro não dizer

3. Qual a principal finalidade de investir seu patrimônio?

- a) Preservar meu patrimônio assumindo um risco menor
b) Uma combinação entre preservação do meu patrimônio e sua valorização
c) Maximizar o potencial de ganho assumindo um risco maior

4. Por quanto tempo pretende deixar seus recursos investidos? (Essa questão permite múltiplas respostas)

- a) Até 1 ano
b) 1 a 5 anos
c) Mais de 5 anos
d) Minha reserva não será utilizada, a não ser em caso de emergência

5. Qual é a necessidade futura dos recursos aplicados? (Essa questão permite múltiplas respostas)

- a) Preciso desse dinheiro como complemento de renda
b) Eventualmente posso precisar utilizar uma parte dele
c) Não tenho necessidade imediata desse dinheiro

6. Qual a sua renda mensal?

- a) Até R\$ 2.000,00
b) Entre R\$ 2.000,00 e R\$ 4.000,00
c) Entre R\$ 4.000,00 e R\$ 10.000,00
d) Entre R\$ 10.000,00 e R\$ 30.000,00
e) Mais de R\$ 30.000,00

7. Qual percentual da sua renda o (a) Sr.(a) investe regularmente?

- a) Até 10%.
b) De 10 a 20%
c) De 20% a 50%
d) Acima de 50%

8. Por conta de oscilações do mercado, considere que seus investimentos percam 10% do valor aplicado. Neste caso, o que o (a) Sr.(a) faria?

- a) Não sei o que faria

- b) Venderia toda a posição
 - c) Manteria a posição
 - d) Aumentaria a posição
9. Quais dos produtos listados abaixo você tem familiaridade? (Esta questão permite múltiplas respostas)
- a) Poupança, Fundos DI, CDB, Fundos de Renda Fixa
 - b) Fundos Multimercados, Títulos Públicos, LCI, LCA.
 - c) Fundos de Ações, Ações, Fundos Imobiliários, Debêntures, Fundos Cambiais
 - d) Fundos de Investimentos em Participações (FIP), Derivativos (Futuros, Opções e Swaps).
10. Quais investimentos você realizou frequentemente nos últimos 24 meses? (Esta questão permite múltiplas respostas)
- a) Não investi
 - b) Investi apenas em produtos ou fundos de renda fixa
 - c) Investi em produtos ou fundos de renda fixa e/ ou de multimercado e/ou de renda variável e/ou com derivativos com finalidade em hedge
 - d) Investi em produtos de renda fixa e/ou de multimercado e/ou de renda variável e/ou com derivativos com finalidade de especulação ou alavancagem
11. Qual é o valor do seu patrimônio?
- a) Até R\$ 20.000,00
 - b) Entre R\$ 20.000,01 e R\$ 100.000,00
 - c) Entre R\$ 100.000,01 a R\$ 1.000.000,00
 - d) Acima de R\$ 1.000.000,01
12. Como você classificaria a relação de sua formação acadêmica e da sua experiência profissional em relação aos seus conhecimentos sobre o mercado financeiro
- a) Não tenho formação acadêmica na área financeira
 - b) Apesar de não ter a formação acadêmica na área financeira possuo experiência no mercado de capitais e financeiro
 - c) Tenho formação na área financeira e conheço as regras do mercado financeiro
 - d) Tenho formação acadêmica e experiência profissional na área financeira, por isto conheço profundamente o mercado financeiro, como operações de derivativos e estruturadas
13. Qual das respostas abaixo mais se assemelha à sua personalidade como investidor?
- a) Não admito perder nada do capital investido. Procuo um retorno seguro e sem oscilações. Segurança é mais importante do que rentabilidade
 - b) Não admito perder nada do capital investido, no entanto posso arriscar uma parte do capital para alcançar resultados melhores que a renda fixa tradicional. Valorizo mais a segurança do que a rentabilidade.
 - c) Posso correr riscos para conseguir uma rentabilidade acima da média, no entanto, prezo a preservação de 100% do capital investido. Divido minhas preferências entre segurança e rentabilidade, mas ainda prefiro segurança à rentabilidade
 - d) Admito perdas de até 20% do capital investido, pois a procura por rentabilidade é mais importante do que a segurança. A ideia é gerar possibilidade de altos retornos. A procura por rentabilidade é mais importante do que a segurança.
 - e) Minha prioridade é maximizar a rentabilidade, com a segurança em segundo plano. Posso correr grande riscos para obter elevados retornos, admitindo perder mais de 20% do meu capital investido.

APÊNDICE B - PROTOCOLO DE ENTREVISTAS



PROTOCOLO DE ENTREVISTAS

Primeiramente, gostaria de agradecer sua participação nesta entrevista. Meu nome é _____ aluno do Curso de Mestrado em Administração do Programa de Pós Graduação em Administração da Unifacs. Esta pesquisa é sobre _____ e é orientada pela Professora Dr^a Marluce Dantas de Freitas Lodi. Os dados coletados nesta entrevista serão exclusivamente acessados e utilizados pela equipe de pesquisa do PPGA UNIFACS e sua identidade será mantida no mais absoluto sigilo. A sua participação é voluntária, esta entrevista está sendo gravada e você poderá interrompê-la a qualquer momento, se esta for sua vontade.

Se você estiver de acordo em prosseguir, por favor, diga sim, date e assine abaixo.

Salvador, _____ de _____ de 2020.

Nome

APÊNDICE C - ROTEIRO SEMIESTRUTURADO DE ENTREVISTA

EIXO 1 - COMPLEMENTAÇÃO SUBJETIVA (PERTENCIMENTO)

- CASADO OU SOLTEIRO
- RELIGIOSIDADE
- VOCÊ SE ACHA PERTENCENTE A ALGUMA CLASSE SOCIAL?
- PROFISSÃO?

EIXO 2 - FORMA DE ADQUIRIR DINHEIRO (RITUAL DE POSSE)

- REGIME DE TRABALHO
- SATISFEITO COM TRABALHO?
- SENTE VALOR EM TRABALHAR?
- DINHEIRO DE FAMÍLIA (MARIDO OU ESPOSA)?
- DINHEIRO DE FAMÍLIA (HERANÇA)
- OUTRAS FORMAS (ALUGUEL, MERCADO FINANCEIRO, APOSTAS)

EIXO 3 - RELAÇÃO COM O DINHEIRO ADQUIRIDO

- ADQUIRIR DINHEIRO TE DÁ BEM ESTAR? (Cuidados)
- VOCÊ PENSA EM CONSUMO PRÓPRIO OU SATISFAZER OUTROS? (Posse vs. Presente)
- QUE SENTIMENTOS O DINHEIRO DESPERTA? (Significado)
- VOCÊ ACHA QUE O DINHEIRO É SEU? OU DO ESTADO?
- POSSUI LEMBRANÇAS DE INFÂNCIA DE DINHEIRO (MESADA, COMÉRCIO DOS PAIS, ETC)? (Posse e Presente)
- INVESTE QUANTIAS DE DINHEIRO ADQUIRIDAS DE FORMA DIFERENTE TAMBÉM DE FORMA DIFERENTE? (Posse)

EIXO 4 - RELAÇÃO COM MERCADO FINANCEIRO – COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

- POUPA HÁ MUITO TEMPO?
- MUDOU A ESTRATÉGIA DE INVESTIMENTO? A TAXA DE JUROS INFLUENCIOU?
- TEM DISCIPLINA EM APLICAR?
- POSSUI RELAÇÃO COM MUITAS IFS?
- CONSULTA O GERENTE ANTES DE APLICAR? (OU APP?)
- PESSOAS DO SEU CÍRCULO COMENTAM SOBRE INVESTIMENTOS? VOCÊ LÊ SOBRE O ASSUNTO?

EIXO 5 - RELAÇÃO COM O DINHEIRO OFERTADO – RITUAL DE PRESENTE

- VOCÊ COSTUMA RECEBER DOAÇÕES?
- VOCÊ DÁ DINHEIRO DE PRESENTE?
- GUARDA DINHEIRO PARA FILHOS OU HERDEIROS?
- JÁ GANHOU DINHEIRO EM APOSTAS? FEZ O QUE COM ELE?

EIXO 6 - RELAÇÃO O DINHEIRO E RITUAL DE CUIDADOS

- VOCÊ SE CONSIDERA INVESTIDOR DE LONGO PRAZO OU CURTO PRAZO
(Definir curto e longo prazos)
 - VOCÊ ACHA QUE PODE USAR O DINHEIRO PARA MELHORIAS ESTÉTICAS NO FUTURO? (Cuidados)
 - A POSSIBILIDADE DE USAR DINHEIRO, EM CASO DE EMERGÊNCIA, TE DÁ SEGURANÇA? (Cuidados)
- (CASO O RESPONDENTE DIGA QUE TEM RESERVA DE EMERGÊNCIA) – O QUE É UMA EMERGÊNCIA?
- VOCÊ ACHA QUE O DINHEIRO ESTÁ SENDO BEM GERIDO ONDE VOCÊ APLICA HOJE?

EIXO 7 - RELAÇÃO COM DINHEIRO E DESINVESTIMENTO – RITUAL DE DESAPROPRIAÇÃO

- PENSA EM RESGATAR DINHEIRO POR AGORA?
- EM QUE OCASIÕES VOCÊ PODE RESGATAR?
- EM PERDAS INVOLUNTÁRIAS, COMO SE SENTE (OU SENTIRIA)?
- QUANDO RESGATA DINHEIRO, PENSA QUE PODE PERDER RENTABILIDADE?
- QUANDO RESGATA DINHEIRO, SENTE CERTO REMORSO POR GASTAR O QUE CONQUISTOU?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

- INDICAÇÃO DE OUTRO ENTREVISTADO

Categorias (significados)			
Conhecimento		Trabalho	
Subcategorias	Unidades de registro	Subcategorias	Unidades de registro
· Boa gestão (+)	conhecimento para investir o dinheiro dos outros, o gerente me explicou sobre mercado de ações para gerir melhor o dinheiro, o entendimento leva ao interesse por finanças e melhor gestão, melhor é começar a investir no simulador para conhecer, tem que estudar para conhecer os riscos, você aplica onde consegue explicar, certificação, notícias sobre o mercado	· Aquisição de dinheiro (+)	Proventos, FGTS, pensão, aposentadoria, o dinheiro é fruto do meu trabalho, dinheiro não é problema porque estou disposta a trabalhar, juntei dinheiro dos trabalhos que realizei, ganho dinheiro desde a adolescência com trabalho, sobra do salário é para aplicar, venda de tempo de trabalho, venda de resultado de trabalho, ganha do trabalho
· Má gestão (-)	perdeu dinheiro porque não acreditou nos analistas, não conheço e por isso não guardo dinheiro direito, desconhecido gera receio, conhecimento dos pais e avós é não aplicar e o dinheiro não rende, desconhecimento leva a caderneta de poupança	· Autonomia (+)	autônomo, comissão, se continuasse assalariado estaria infeliz, produção independente da renda, independência financeira
· Desinteresse em estudar (-)	não quero estudar, não estudo porque não me interessa	· Baixa recompensa (+)	percepção salarial baixa
· Educação financeira (+)	Educação financeira formal, educação financeira informal, quem não foi educado financeiramente sai gastando tudo, brasileiro não tem educação financeira, tive educação financeira na escola, tive educação financeira de meus pais, não tive educação financeira de meus pais, antes não se tinha a visão da importância da educação financeira	· Esforço recompensado (+)	esforço, batalha, luta, dignidade, corri atrás para ganhar dinheiro, o dinheiro é sinal que o trabalho é valorizado, trabalho me mostrou oportunidades com o dinheiro, esforço, manutenção de trabalho, realização, fruto de educação, tudo que você adquire é fruto do trabalho, fazer por merecer para ganhar mais dinheiro, agradeço a Deus por ter trabalhado e ajudado minha família
· Experiência no mercado (+)	a Bolsa deixa informado, mercado financeiro exige estudo, para investir na Bolsa tenho que acompanhar diariamente, participar do mercado deixa sedento por conhecimento	· Não-trabalho (-)	se eu não trabalho não ganho dinheiro, pandemia, sem trabalhar, rescisão, complemento financeiro se não conseguir trabalhar, sustento se não conseguir dinheiro, desemprego, se eu ficar doente eu não trabalho
· Não compartilhamento (-)	peças não falam sobre dinheiro, fala apenas com a família sobre o assunto	· Prazer (+)	prazer, ganho dinheiro com que eu amo, felicidade, sonho, ascensão salarial aumenta o sonho
· Compartilhamento (+)	segue Youtuber sobre finanças, consulta aos funcionários do banco, canais no Youtube sobre investimentos, grupos no WhatsApp sobre dinheiro, amigos falam sobre investimentos, marido assiste vídeo sobre investimentos	· Trabalho estável (+)	concurso, salário fixo, estabilidade no emprego faria eu investir com mais risco
· Sem conhecimento exigido (-)	deixo dinheiro em casa porque sou amadora, Bolsa é complicado, para investir na Bolsa tenho que acompanhar diariamente e não tenho tempo		
Resultado (+)	conhecimento me dá dinheiro, conhecimento é um investimento e me dará dinheiro no futuro, conhecimento para passar no concurso e ter salário fixo		
· Comportamento igual (+)	meus pais me influenciaram a ser igual a eles para guardar dinheiro	· Satisfação (+)	bem-estar, flexibilidade, fazer o que eu gosto, comodidade, tranquilidade, liberdade, experiências, viagem

Categorias (significados)			
Conhecimento		Trabalho	
Subcategorias	Unidades de registro	Subcategorias	Unidades de registro
· Comportamento diferente (+)	sou diferente de meus pais que não guardavam dinheiro, meus filhos investem na Bolsa e eu na renda fixa, meu pai era conservador e eu sou arrojado	· Saúde (+)(-)	saúde, alimentação, plano de saúde, saúde pública (SUS)
· Dependência (+)	não posso perder dinheiro porque minhas filhas dependem de mim, família pede dinheiro, família depende do Estado, eu sou a fonte de renda da família	· Estabilidade (+)	Manutenção, redução de risco, seguro, garantia, algo certo, suporte, estabilidade, segurança, controle, administrar, pé no chão, liquidez, , manter o padrão, renda passiva, aposentadoria, dinheiro na mão
· Doação (+)	mesada, necessidade da família, meu pai e meu padrinho sempre me deram dinheiro quando precisava, dar dinheiro para parentes, dar dinheiro para a mãe, sinto à vontade de dar dinheiro para família	· Instabilidade (-)	emergência, imprevisto, risco, reserva de emergência, fundo de emergência, incontável, futuro instável, Estado instável, instabilidade, situações extremas, não me preocupo com rendimento e quero tirar o mais rápido possível, urgência, eventualidade, falta de previsibilidade
· Problemas familiares (+)	meus pais e irmãos não têm grana, preciso viajar para dar assistência a parentes que moram em outro lugar	· Emprego (+)	emprego, recebimento de salário, recebimento fixo,
· Herança (+)	deixar um caminho para o filho, sonhos dos filhos, poupança dada pelos pais, previdência privada dada pelo pai, previdência privada feita para os filhos, futuro do meu filho, herança de meu pai, herança de minha madrinha	· Desemprego (-)	desemprego, demissão,
· Independência (-)	independência de meus pais	· Morte (-)	morte, custos de funeral
· Individualismo (-)	atitude minha, atitude particular	· Doença (-)	emergência hospitalar, pandemia
· Legado positivo (+)	valor do dinheiro passado pelos pais, legado, , minha mãe quis me tirar daquela realidade, converso sobre finanças com a família, pai, mãe, filho, filha, mulher, parente, valor do dinheiro passado para os filhos	· Necessidade familiar (-)	auxílio a parentes
· Legado negativo (+)	meus pais vivem em desordem, meus pais não me deram educação financeira, cultura familiar, meus pais eram exemplos negativos, meus pais gastavam mais do que recebiam	· Aposentadoria incerta (-)	aposentadoria pública (INSS)
· Manutenção (+)	Manutenção familiar, marido, apoio para família, meus pais trabalhavam para me sustentar, ganhei dinheiro para dar condição de vida boa para minha mãe	· Conserto de bens (-)	carro quebrado, veículo é fonte de renda e pode quebrar, carro não tem seguro
		· Custas judiciais (-)	pagamento de advogados, pagamento de condenações

Notas:

- Os sinais (-) e (+) não são vinculados a aspectos negativos ou positivos, e sim a subcategorias que possuem oposição (-) ou convergência (+) com a categoria temática, conforme proposta de Lassare (1974) e Bardin (2004). Uma mesma subcategoria pode ter os dois sinais (ambivalência);
- A Análise de Conteúdo indutiva neste quadro usou os pressupostos de Lassare (1974), Bardin (2004), Moraes (1999) e Schamber (2000).
- A tabela foi gerada com suporte do *software Atlas .ti*