

Educação financeira e alcoolismo: reconfiguração de narrativas de mulheres em recuperação

Financial education and alcoholism: reconfiguring narratives of women in recovery

Luciana Freire Murgel^{1,II} 

RESUMO

Este artigo apresenta os resultados de uma pesquisa qualitativa focada em mulheres alcoolistas em recuperação que participaram de um curso de educação financeira. Em um momento de vulnerabilidade, marcado pela dependência química e desorganização econômica, o objetivo da pesquisa foi compreender como essa intervenção educativa foi percebida por esse público e como possibilitou a reorganização de suas vidas financeiras. A metodologia incluiu entrevistas em profundidade com 13 participantes e com a criadora do curso, complementadas pela análise de materiais pedagógicos e de divulgação, tanto do curso em questão quanto de outros concorrentes. Os achados revelaram que o curso, ao adotar uma abordagem experiencial e relacional — distanciando-se do modelo utilitário e reinserindo o dinheiro no tecido das relações sociais e afetivas — criou um ambiente de aprendizagem transformador. Para essas mulheres, frequentemente excluídas do saber financeiro formal, a aquisição de habilidades de gestão tornou-se um recurso de empoderamento, autonomia e liberdade de escolha. Nesse contexto, a educação financeira, para além da técnica, mostra-se como uma ferramenta para a reconfiguração de narrativas pessoais, possibilitando a subversão de “crenças limitantes” arraigadas e estimula a capacidade criativa de imaginar e construir um futuro distinto do presente de vulnerabilidade, demonstrando o papel da aprendizagem na promoção da agência e na reinvenção da subjetividade. Dessa forma, pretende-se oferecer uma contribuição estratégica para a vertente social da economia criativa brasileira.

Palavras-chave: Educação financeira. Alcoolismo. Mulheres. Dinheiro. Vulnerabilidade. Economia criativa.

ABSTRACT

This article presents the results of a qualitative study focused on women recovering from alcoholism who participated in a financial education course. In a moment of vulnerability, marked by chemical dependency and economic disorganization, the research objective was to understand how this educational intervention was perceived by this audience and how it enabled the reorganization of their financial lives. The methodology included in-depth interviews with 13 participants and the course creator, complemented by the analysis of pedagogical and promotional materials from both the focal course and its competitors. Findings reveal that the course, by adopting an experiential and relational approach — distancing itself from the utilitarian model and reinserting money into the fabric of social and affective relations — created a transformative learning environment. For these women, often excluded from formal financial knowledge, the acquisition of management skills became a resource for empowerment, autonomy, and freedom of choice. In this context, financial education, beyond mere technique, proves to be a tool for the reconfiguration of personal narratives, enabling the subversion of deep-seated “limiting beliefs” and stimulating the creative capacity to envision and build a future distinct from the present of vulnerability, demonstrating the role of learning in promoting agency and the reinvention of subjectivity, and offering a strategic contribution to the social branch of the Brazilian creative economy.

Keywords: Financial education. Alcoholism. Women. Money. Vulnerability. Creative economy.

^IUniversidade Federal Fluminense – Niterói (RJ), Brasil. Email: lucianafreire@hotmail.com

^{II}Centro Universitário IBMR – Rio de Janeiro (RJ), Brasil.

Recebido em: 19/10/2025. Aceito em: 03/11/2025

INTRODUÇÃO

A complexa teia que entrelaça vulnerabilidade social e gestão de recursos financeiros representa um desafio multifacetado, particularmente acentuado no contexto do alcoolismo feminino. Para muitas mulheres, a dependência química não é apenas um isolado problema de saúde, mas ela imbrica-se com a desorganização financeira, criando um ciclo vicioso que exacerba a exclusão e o sofrimento. Este estudo propõe um olhar sobre as questões financeiras para além de sua racionalização, mas como um construto social e cultural, intrínseco às dinâmicas de poder, às narrativas de gênero e à experiência subjetiva. É nesse cenário de fragilidade que se buscam as possibilidades de agenciamento, nas quais o processo educativo, em sua dimensão mais ampla, pode funcionar como uma ferramenta terapêutica e de empoderamento, capacitando mulheres a reconstruírem a autoestima e a ultrapassarem a vulnerabilidade.

Nas últimas décadas, o campo da economia criativa consolidou-se como um eixo estratégico para o desenvolvimento socioeconômico, evoluindo de uma visão centrada em indústrias culturais para uma compreensão ampliada de processos que envolvem cultura, criatividade e inovação. No Brasil, essa trajetória é marcada por esforços de sistematização cronológica e pela busca de ferramentas que facilitem a tomada de decisão financeira de jovens e adultos, frequentemente por meio de dispositivos digitais e interativos (Watanabe *et al.*, 2024). Contudo, observa-se uma lacuna acadêmica no entendimento de como a educação financeira opera não apenas como uma ferramenta técnica de gestão de recursos, mas como uma mediação cultural em contextos de profunda vulnerabilidade psíquica, como o alcoolismo feminino.

Este artigo propõe um deslocamento para a vertente social e experiencial da economia criativa. A pesquisa investiga como a apropriação desses saberes atua na reconfiguração de narrativas de si, transformando a aprendizagem em um ato de criatividade existencial capaz de romper com a inércia da dependência. Diante desse cenário, questiona-se: de que maneira uma abordagem experiencial de educação financeira atua como um dispositivo para a reconfiguração das narrativas de si e para a transformação existencial de mulheres em recuperação do alcoolismo? O objetivo é demonstrar como a apropriação de saberes aparentemente técnicos permite que o sujeito reinvente sua trajetória, estimulando a autonomia e fomentando a capacidade de projetar futuros antes inacessíveis.

Essa investigação emerge de um esforço exploratório mais abrangente, originalmente concebido para avaliar a efetividade de um curso de finanças pessoais, buscando compreender a experiência das participantes e subsidiar a formulação de estratégias de marketing. Uma primeira versão deste artigo, focado em questões da saúde mental, foi apresentada na XV Reunião de Antropologia do Mercosul (Murgel, 2025). Na presente versão, espera-se trazer os resultados da pesquisa partindo da perspectiva da educação financeira como algo revelador para a recriação das narrativas pessoais dessas mulheres. A riqueza de percepções e transformações reveladas, contudo, demandou um aprofundamento específico nas dimensões subjetivas e sociais envolvidas. Desta forma, o escopo deste trabalho concentrou-se nas

experiências de 13 mulheres alcoolistas em recuperação, todas ex-alunas do curso e membros de uma associação de apoio específica. É importante sublinhar que, embora os achados ofereçam *insights* sobre a intersecção entre gênero, alcoolismo e vulnerabilidade financeira, eles não visam à generalização universal, mas sim à iluminação de um caminho promissor para intervenções educacionais e psicossociais.

Para tanto, a estrutura deste artigo desdobra-se em seções interligadas. Inicialmente, apresentamos a metodologia qualitativa adotada, delineando o percurso investigativo. Em seguida, o grupo pesquisado foi caracterizado, seguido por uma descrição da abordagem pedagógica do curso de educação financeira analisado. A fundamentação teórica que se seguiu revisitou a antropologia do consumo para criticar a autonomia do dinheiro e propor sua relativização, contextualizando os achados. Por fim, na seção de resultados, discutiram-se as descobertas da pesquisa, analisando-as à luz da bibliografia para evidenciar como a educação financeira transcendeu o conhecimento técnico de gestão ao ressituar o dinheiro no tecido social e simbólico, oferecendo a essas mulheres em vulnerabilidade as ferramentas para reconstruírem suas narrativas e exercitarem uma criatividade para a superação de seus desafios.

METODOLOGIA

Este estudo adotou uma abordagem qualitativa fundamentada na necessidade de compreender as percepções e as transformações subjetivas de mulheres em recuperação do alcoolismo mediante uma intervenção de educação financeira. A escolha metodológica justifica-se pela capacidade de obter informações em profundidade e detalhes, permitindo aos entrevistados expressarem-se mais abertamente sobre suas experiências e emoções, conforme salientado por Casotti (2002). Ademais, métodos qualitativos são propícios para identificar elementos imprevistos que podem agregar informações não antecipadas, enriquecendo a análise.

A coleta de dados foi estruturada em duas etapas complementares. Primeiramente, realizou-se uma pesquisa bibliográfica e documental, que incluiu uma revisão sobre o significado do dinheiro na sociedade moderna capitalista, embasada no arcabouço teórico da antropologia econômica, com foco específico na relação de mulheres com o dinheiro. Ainda nessa etapa de dados secundários, foi conduzido um estudo das abordagens e metodologias utilizadas por cursos de educação financeira que têm mulheres como principal público-alvo, por meio da análise de seus materiais de divulgação, bem como dos materiais didáticos do curso investigado e de seus concorrentes, permitindo uma contextualização abrangente.

A segunda etapa consistiu na coleta de dados primários, que ocorreu por meio de 13 entrevistas individuais em profundidade com participantes do curso e uma entrevista com a criadora deste. Segundo Richardson (1999), essa técnica é ideal para obter informações detalhadas sobre como e por que determinados fenômenos ocorrem, explorando comportamentos e motivações. Utilizou-se um roteiro semiestruturado, característico da "entrevista guiada" que, embora direcionasse os temas principais, permitiu às participantes expressarem-se livremente e trazerem aspectos

relevantes não previstos. As entrevistas foram conduzidas *online*, considerando a dispersão geográfica do grupo, e de forma a garantir um ambiente de confiança para o relato de suas experiências.

Para garantir a transparência metodológica e a contextualização da amostra, o perfil das participantes foi sistematizado no Quadro 1. Os critérios de seleção incluíram o vínculo com a associação de apoio a mulheres em recuperação e a participação efetiva no curso de educação financeira, na primeira ou na segunda turmas, sendo todas as entrevistadas indicadas pela instrutora do curso. Elas foram inicialmente abordadas via mensagem de *WhatsApp* e convidadas para as entrevistas. Em conformidade com os procedimentos éticos necessários em temas de alta sensibilidade, ressalta-se que todos os nomes reais foram substituídos por pseudônimos para assegurar o anonimato e o sigilo das entrevistadas. Os dados de idade, profissão e tempo de recuperação foram extraídos dos depoimentos colhidos durante as entrevistas em profundidade. Os dados coletados foram submetidos à análise de narrativas, com foco interpretativo.

Esse procedimento permitiu identificar como a aquisição de novos saberes financeiros transformou as percepções e subjetividades das mulheres, indo além da técnica para identificar a reconfiguração de suas trajetórias pessoais no novo momento de recuperação. As categorias de análise foram orientadas pelo referencial teórico da antropologia econômica e do consumo e pelos princípios da economia criativa, buscando captar o potencial criativo do aprendizado na superação da vulnerabilidade.

A análise dos dados, orientada pela pesquisa bibliográfica inicial e pelas ricas narrativas coletadas, buscou identificar os significados culturais do dinheiro para as entrevistadas, seu conhecimento prévio em relação à educação financeira, e como a aquisição desse novo saber transformou suas percepções, hábitos e a capacidade de planejamento. Centralmente, investigou-se como essa apropriação de conhecimento contribuiu para sua reconstrução pessoal em um novo momento de recuperação.

A abordagem qualitativa, centrando-se nas vivências das participantes, revelou-se indispensável para compreender os processos de reimaginação e reconstrução subjetiva que a educação financeira desencadeou. Tais processos são, para os propósitos deste estudo, elementos importantes para se analisar a criatividade, entendida como a capacidade de reconfigurar narrativas pessoais e construir novos futuros por meio da superação da vulnerabilidade e da inércia.

O GRUPO PESQUISADO: CARACTERIZAÇÃO DAS MULHERES EM RECUPERAÇÃO

O grupo de participantes deste estudo é composto por 13 mulheres alcoolistas em recuperação vinculadas a uma associação de apoio com foco em mulheres. Essa associação, cujo nome permanecerá anônimo para proteger a identidade das entrevistadas, nasceu durante a pandemia e opera virtualmente, alcançando mulheres em diversas localidades nacionais e internacionais. Seu objetivo é auxiliar mulheres a cessarem o consumo de bebidas alcoólicas e mitigar o sofrimento decorrente de seus padrões de consumo, promovendo a ressignificação de suas vidas e a melhoria

Quadro 1. Perfil e motivações das participantes da pesquisa.

Pseudônimo	Idade	Profissão/ Atuação	Tempo de sobriedade	Motivação para ingresso no curso
Carolina	44	Professora	em recuperação	Desejo de ser mais responsável e ter “paz” para parar de “se enrolar” financeiramente.
Celina	42	Psicóloga	em recuperação	Urgência por orientação, pois o dinheiro da rescisão estava acabando durante sua transição de carreira.
Gilsa	45	Enfermeira	10 meses	Necessidade de noção profissional de finanças depois de economizar com a sobriedade, mas sem saber como organizar.
Giulia	54	Publicitária	15 anos	“Intimada” pela terapeuta, que se recusou a lhe dar alta até que ela resolvesse sua “questão financeira”.
Rosa	47	Psicóloga	em recuperação	Desbloquear crenças de que “dinheiro não é bom” e parar de repetir o padrão de desorganização do pai.
Mariana	30	Professora	7 meses	Indicação de colegas da associação e o desejo de transformar “objetivos abstratos” em metas reais.
Mônica	45	Servidora pública	em recuperação	“Eterna vontade de tentar de novo” e o fato de conhecer a instrutora, o que impediria sua fuga do curso.
Ilva	60	Aposentada	1 ano	Parar de usar o álcool como “anestesia” para as contas e criar coragem para encarar a situação financeira real.
Isa	46	Fisioterapeuta	em recuperação	Percepção de que vivia em um “piloto automático” de dívidas e confusão mental, buscando clareza e consciência.
Giovana	32	Turismo	em recuperação	Incomodada por não conseguir juntar dinheiro, apesar de trabalhar muito; meta de comprar a casa própria.
Maiza	42	Servidora pública	em recuperação	Atração pelo formato “mulheres falando para mulheres” e busca por organização básica.
Dora	59	Terapeuta	15 anos	Necessidade de sair do estado de “deixa a vida me levar” e aprender a cobrar o valor justo por seu serviço.
Telma	43	Consultora	em recuperação	Objetivo de colocar a “casa em ordem” e aprender a domar a impulsividade por gastos emocionais.

de seus contextos familiar, profissional e social. Para tanto, a associação oferece projetos personalizados, acolhedores e psicoeducativos, contando com uma equipe de especialistas em nutrição, psicologia (com especialização em dependência química) e terapeutas em dependência química. A fundadora e presidente da entidade é, ela própria, uma mulher alcoolista em recuperação, com mais de uma década e meia de sobriedade, o que confere à iniciativa um caráter de experiência e empatia.

No contexto dessa associação, a criadora do curso de educação financeira, também membro ativa, identificou a necessidade de oferecer conhecimentos e ferramentas para a organização financeira dessas mulheres. Observou-se que a desorganização financeira, frequentemente agravada pelo alcoolismo e impulsionada por fatores comportamentais e emocionais, resultava em dívidas e dificuldades para alcançar objetivos que demandavam recursos monetários.

As mulheres pesquisadas, com idades entre 30 e 60 anos e diversas atuações profissionais — desde servidoras públicas e aposentadas até profissionais liberais nas áreas de saúde, educação e comunicação —, compartilhavam um histórico de trabalho para além das responsabilidades domésticas, evidenciando uma capacidade produtiva que, paradoxalmente, não se refletia em estabilidade financeira.

O interesse dessas mulheres pelo curso de educação financeira emergiu de uma convergência de fatores — havia a necessidade premente de organização financeira e o desejo de romper com padrões comportamentais autodestrutivos, elementos intrinsecamente ligados ao processo de recuperação do alcoolismo e à busca por autoconhecimento. A maioria encontrava-se numa situação de desorganização financeira crônica, com dívidas e incapacidade de poupar, apesar de muitas terem renda considerável. A percepção de que sua relação com o dinheiro era “péssima” ou “sempre bagunçada” impulsionava a busca por soluções práticas e pela coragem de encarar suas finanças, tarefa frequentemente procrastinada.

Esse anseio por mudança ia além da simples gestão de números, englobando questões emocionais, traumas e a aspiração por autonomia. Desejava-se subverter “crenças limitantes”, como a ideia de que “pobre só consegue alguma coisa se se endividar” ou a compensação por privações passadas pelo consumo impulsivo, comportamento que muitas reconheceram ter sido transferido do alcoolismo para outras áreas, como gastos excessivos em compras ou serviços como *iFood*.

A sobriedade, para muitas, representou um ponto de virada, evidenciando o dinheiro que antes era destinado ao álcool e a irresponsabilidade do modo de vida anterior. O acesso ao curso, incentivado por colegas e terapeutas da associação, as quais já haviam experimentado e atestado sua eficácia, reforçou o ambiente de confiança e motivou a mudança. Elas buscavam não apenas organização e identificação de metas claras, mas também conhecimentos práticos sobre gestão e investimentos, áreas em que muitas se consideravam completamente leigas.

O formato do curso, ministrado por mulheres e para mulheres, foi um diferencial valorizado, tornando o conteúdo mais acessível e relevante para suas realidades. Esse perfil multifacetado, que interliga problemas financeiros, histórico de dependência química e profunda luta contra padrões emocionais e comportamentais

enraizados, sublinha a relevância de intervenções educacionais que reconfigurem narrativas e desenvolvam uma agência criativa voltada para a construção de um futuro mais autônomo.

O CURSO DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

O curso de educação financeira investigado neste estudo é um programa imersivo ministrado por uma especialista em educação financeira, que também é membro ativo da associação de apoio a mulheres em recuperação. Projetado predominantemente para o público feminino, seu principal diferencial reside em uma abordagem pedagógica holística, que vai além da transmissão de conhecimentos técnicos ao integrar a educação financeira prática com o autoconhecimento e o manejo emocional. O objetivo central é ser *start*, o primeiro passo para que as participantes, muitas vezes num momento de profunda vulnerabilidade, adquiram a coragem de confrontar sua situação financeira e desenvolvam as ferramentas necessárias para um planejamento e organização básica.

O conteúdo técnico do curso é cuidadosamente elaborado para ser acessível, evitando terminologias complexas que pudessem intimidar as alunas. Abrange tópicos essenciais, como identificação de gastos, estratégias de combate ao endividamento e estabelecimento de metas financeiras mensuráveis, fornecendo ferramentas práticas, como planilhas para monitorar entrada e saída de recursos. No entanto, o verdadeiro diferencial reside em sua dimensão emocional e comportamental. O curso auxilia as mulheres a compreenderem que sua relação com o dinheiro é profundamente afetiva e comportamental, permitindo-lhes identificar as raízes do descontrole financeiro, como a compulsão por compras que, por vezes, substitui vícios anteriores.

Atividades incomuns em cursos puramente técnicos, como “escrever uma carta ao dinheiro” ou “fazer as pazes com o dinheiro”, são introduzidas para facilitar uma reconciliação emocional com suas finanças, processo intrinsecamente criativo de reinterpretação e ressignificação de suas experiências passadas.

A instrutora, elogiada por sua empatia, acolhimento e ausência de julgamentos, é descrita como alguém capaz de “pegar as alunas no colo”, ao mesmo tempo que oferece objetividade e direcionamento com humanidade, criando um ambiente seguro, propício para a vulnerabilidade e, conseqüentemente, para o florescimento de novas ideias e soluções pessoais.

Enquanto muitas iniciativas brasileiras de educação financeira focam em meios digitais e técnicos, como mapeado por Pergher e Aymone (2022), o curso em questão opta por uma via experiencial e relacional. Em termos de formato, o programa principal consiste numa imersão com cinco ou seis encontros semanais *online*. A metodologia inclui exercícios práticos que desafiam as alunas a olharem diretamente para sua realidade financeira. A troca entre as participantes, frequentemente organizada em pequenos grupos, é um ponto forte, pois permite-lhes perceber a universalidade das próprias dificuldades, validando suas experiências e fomentando um ambiente de apoio mútuo. Essa colaboração estende-se para além dos encontros

formais, com a formação de um grupo de *WhatsApp*, em que a instrutora oferece suporte e retorno constantes às educandas.

Para casos mais específicos, é oferecida a opção de mentoria individual como continuação personalizada. Embora algumas turmas incluam uma aula bônus focada em investimentos, algumas alunas, por estarem em fases iniciais de organização, percebem esse conteúdo como distante de sua realidade imediata ou excessivamente superficial para a complexidade do tema, indicando a predominância da necessidade de base e organização em seus percursos.

O DINHEIRO COMO FATO SOCIAL TOTAL E A DESCONSTRUÇÃO DA AUTONOMIA ECONÔMICA

A percepção de que a economia de mercado e a moeda constituem esferas autônomas, regidas por leis intrínsecas e isoladas do tecido social, é uma característica marcante da modernidade ocidental. Para Louis Dumont (1985), essa é uma ideologia que postula o indivíduo como uma entidade separada do social, confundindo o plano ideal com o real e apresentando-o como verdade universal. Ele reforça essa crítica ao individualismo moderno que, segundo Dumont (2000), eleva o indivíduo à condição de base inquestionável da realidade coletiva, contribuindo significativamente para a naturalização da ideia de uma economia de mercado autônoma. Contudo, uma vasta literatura nas ciências sociais tem desafiado essa premissa, buscando relativizar a suposta autonomia econômica e situar o dinheiro e o mercado como fenômenos intrinsecamente sociais.

Nesse esforço de reinserir a economia no social, Karl Polanyi (2000), em “A grande transformação”, argumenta que a noção de um mercado autorregulável, no qual a produção e a distribuição são guiadas unicamente por preços e ganhos monetários individuais, é uma construção histórica relativamente recente. Antes da Revolução Industrial, a economia estava profundamente “embutida” nas relações sociais e os sistemas econômicos eram movidos por motivações não econômicas, como reciprocidade e redistribuição.

Polanyi (2000) mostra que a mudança da motivação da subsistência para a do lucro transformou radicalmente a sociedade, mas essa “descoberta da economia” acabou por obscurecer o fato de que as relações sociais continuam a regular as decisões de mercado. Em diversas civilizações, mesmo com alto desenvolvimento econômico e o uso do dinheiro, seus sistemas permaneciam enredados em suas estruturas sociais, desmentindo o mito da autonomia do mercado.

Na mesma linha de desmistificação da neutralidade do dinheiro e da economia, Marcel Mauss (1974), em seu clássico “Ensaio sobre a dádiva”, já apontava para um sistema de valor simbólico nas trocas que ultrapassa a utilidade. Para Mauss (1974), as dádivas são carregadas de significados que misturam sentimentos e pessoas, imbricando as almas nas coisas e as coisas nas almas.

Complementando essa perspectiva, Viviana Zelizer (2011) propõe que o dinheiro não é um meio neutro de troca, mas é dotado de “significados sociais” que moldam seu uso e valor. Em “A negociação da intimidade”, Zelizer (2011) demonstra

como a introdução do dinheiro em diversas situações não anula as relações sociais, mas, ao contrário, dádiva e economia coexistem. Ela questiona a lógica utilitarista das trocas monetárias e desafia a concepção da existência de “mundos hostis”, uma noção que postula uma oposição irreconciliável de transações econômicas e conexões íntimas. Para Zelizer (2011), essa separação — que categoriza uma esfera como racional, eficiente e planejada (a econômica) e outra como de solidariedade e sentimento (a íntima) — é uma simplificação que gera mal-entendidos (Monticelli; Araujo, 2024).

A obra de Zelizer (2011) revela que, longe de corromper a intimidade, o dinheiro pode ser negociado e adaptado para fortalecer laços sociais e afetivos, validando a importância da análise dos valores simbólicos na compreensão das economias. Essa percepção dos “mundos hostis” é particularmente relevante para a discussão de gênero, pois tal separação cultural entre o íntimo e o econômico tem implicações históricas na exclusão feminina do conhecimento financeiro formal, contribuindo para a vulnerabilidade financeira das mulheres.

Considerando que o dinheiro é dotado de múltiplos significados sociais que moldam seu uso e valor, a educação financeira transcende a instrução técnica para tornar-se um dispositivo de mediação que auxilia o sujeito a navegar por esses símbolos e valores. No campo da economia criativa, o letramento financeiro é compreendido como um instrumento fundamental para a tomada de decisão consciente, permitindo ao indivíduo identificar e superar vieses comportamentais e condutas nocivas que muitas vezes comprometem sua saúde financeira (Pergher; Aymone, 2022). Dessa forma, estabelece-se uma ponte teórica em que a técnica das finanças é colocada a serviço da autonomia do sujeito, funcionando como um catalisador para a criatividade existencial e a capacidade de projetar novos futuros.

Outros autores também contribuem para essa desconstrução da autonomia econômica. Daniel Miller (2002), em sua etnografia sobre compras, ilustra como o ato de comprar, aparentemente puramente econômico, pode ser interpretado como “atos de amor” que reafirmam relações afetivas, reconfigurando a lógica sociocultural do consumo. Marshall Sahlins (2003), ao criticar a lógica utilitarista, argumenta que as trocas mercantis e não mercantis não são dicotômicas, mas extremos de um *continuum*, em que o dinheiro pode ser simultaneamente mercadoria e dádiva (Camargo, 2015). Sahlins (2003) desmistifica a “razão prática” da produção baseada na satisfação de necessidades, demonstrando que a “utilidade” dos bens é culturalmente codificada e o consumo socialmente determinado. Pierre Bourdieu (2011) introduz a “economia das trocas simbólicas”, descrevendo a transfiguração de atos econômicos em simbólicos e a produção de “capital simbólico”, evidenciando a persistência de um esforço para separar o “puro” do “comercial”.

Expandindo essa visão, Duarte (2010), que faz uma revisão bibliográfica da antropologia do consumo, argumenta que o consumo contemporâneo não deve ser reduzido a um ato passivo ou alienante, mas compreendido como um “trabalho de construção cultural”. Por meio de um processo de recontextualização, o sujeito retira o bem de sua condição de mercadoria anônima e o transforma em uma “posse inalienável”, imbuída de significados pessoais. Sob essa óptica, as escolhas de

consumo e a própria gestão financeira funcionam como “narrativas do eu”, articuladas por meio de uma componente imaginária e reflexiva que permite ao indivíduo atos de autodefinição.

A convergência desses pensadores reforça a ideia de que a economia, o consumo e o dinheiro não são entidades neutras, mas construtos sociais, reflexos de interações humanas e de um complexo sistema de valores simbólicos. A crítica de Appadurai (2008) a um dualismo excessivo na antropologia destaca que a visão de trocas monetárias como desprovidas de coerções morais e culturais é uma simplificação que ignora a riqueza da diversidade humana.

Nesse sentido, o dinheiro pode ser integralmente compreendido como um “fato social total”, conceito cunhado por Durkheim e Mauss (1968). Um “fato social total” expressa, de forma simultânea, uma multiplicidade de instituições — religiosas, jurídicas, morais, políticas, familiares, econômicas e estéticas (Lévi-Strauss, 1974). Aplicar essa lente ao dinheiro significa reconhecer que ele vai muito além de ser uma ferramenta de troca ou um medidor de valor, mas incorpora crenças, valores e moralidades, refletindo não apenas aspectos econômicos, mas também morais, políticos, familiares e simbólicos.

Ao desvendar a ideologia individualista, que Dumont (2000) descreve como uma “profissão de fé indiscutível”, que confunde ideal e real e subjaz à visão de uma economia de mercado autônoma, e ao adotar a perspectiva do dinheiro como “fato social total”, este estudo reconhece que sua lógica e seus impactos estão profundamente enraizados na cultura de uma sociedade. Essa abordagem é base para a análise de como as experiências individuais com o dinheiro são moldadas por estruturas sociais mais amplas. Assim, a educação financeira, quando concebida de forma holística e contextualizada, pode ir além de sua dimensão técnica, atuando como via poderosa para a reconfiguração de subjetividades e a inserção de indivíduos em uma sociabilidade mais consciente e autônoma, elementos essenciais para o desenvolvimento da criatividade e da agência individual e coletiva.

Essa reinserção do econômico no social encontra eco no campo da economia criativa que, conforme sistematizado por Watanabe *et al.* (2024), evoluiu de uma visão centrada em indústrias para uma compreensão de processos que integram cultura e inovação social. Nesse sentido, a criatividade deixa de ser exclusividade das artes e passa a ser entendida como um recurso para o desenvolvimento humano. Essa evolução do campo da economia criativa marca um deslocamento da visão crítica da Escola de Frankfurt para uma compreensão ampliada da cultura como vetor de desenvolvimento social e inovação. Nesse cenário, o consumo cultural deixa de ser visto como uma prática acrítica para ser compreendido como uma arena de negociação de valores simbólicos. Para sujeitos em situação de vulnerabilidade, essa dimensão qualitativa do consumo é central: o ato de consumir torna-se uma prática identitária e narrativa. Assim, em consonância com as diretrizes da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNDP; UNESCO, 2013), a criatividade manifesta-se na capacidade do sujeito de ressignificar suas escolhas e materializar novas possibilidades existenciais, por meio da mediação financeira.

ACHADOS DA PESQUISA: EDUCAÇÃO FINANCEIRA E RECONFIGURAÇÃO DE NARRATIVAS

Os achados da presente pesquisa demonstram que a intervenção de educação financeira, voltada especificamente para mulheres alcoolistas em recuperação e pautada por uma abordagem experiencial e relacional, mostrou-se além da instrumentalização técnica, revelou-se uma profunda interconexão da vulnerabilidade social com o sofrimento psíquico e a relação com o dinheiro, corroborando as perspectivas da antropologia e da sociologia econômica que criticam a visão utilitarista e autônoma da esfera financeira. A análise a seguir aprofunda-se nessas dimensões, evidenciando como o curso atuou como catalisador para a reconfiguração de narrativas pessoais e o desenvolvimento da agência criativa.

Dinheiro como limitação da criatividade

A pesquisa revela que, para as mulheres entrevistadas, a desorganização financeira e o sofrimento psíquico não são consequências isoladas, mas dimensões intrinsecamente ligadas, nas quais o dinheiro se apresenta mais claramente como um “fato social total” (Mauss, 1974) carregado de múltiplos “significados sociais” (Zelizer, 2011) que refletem e moldam suas vidas. Essa percepção alinha-se à crítica de Karl Polanyi (2000), que ressalta como a economia está “embutida” nas relações sociais, desmentindo a suposta autonomia do mercado.

Antes da intervenção, a relação das participantes com o dinheiro era marcada por um ciclo vicioso de compulsão e alívio temporário do sofrimento. Muitas relataram que o álcool funcionava como um mecanismo de “anestesia” para as preocupações financeiras, criando uma barreira para a confrontação de sua realidade econômica. Ilva expressou essa dinâmica: “Tinha a questão também do meu alcoolismo, que eu desenvolvi de uns 10 anos *pra* cá, né? [...] o álcool me anestesiava para essas questões”.

Com a sobriedade, porém, a compulsão, em muitos casos, não desaparecia, mas transferia-se para o consumo. Essa transferência para gastos imediatistas, e nem sempre necessários, foi ilustrada por Giulia com sua “dependência do *iFood*”: “Eu falei: já desinstalei o *iFood*, só por hoje, eu não vou reinstalar. Ahã, realmente um vício para mim toda noite entrar no *iFood*, sabe?”

O dinheiro torna-se um veículo para padrões comportamentais enraizados, funcionando como uma extensão da busca por gratificação imediata. A lógica utilitarista do dinheiro é subvertida, transformando-o em um instrumento de compensação emocional, o que Mauss (1974) já sugeria ao analisar o valor simbólico por trás das trocas. Conforme discute Duarte (2010), o consumo não deve ser reduzido a um ato passivo ou alienante, mas compreendido como um processo de objetificação e um trabalho de recontextualização. Por meio desse exercício, o sujeito retira o bem da sua condição de mercadoria anônima e o transforma em uma “posse inalienável”, imbuída de significados pessoais e sociais. No caso das mulheres em recuperação, essa transição é fundamental: a educação financeira permite que elas deixem de consumir como forma de “anestesia” para consumir como um ato de construção de sua própria cultura e identidade, tornando-se um projeto.

Além da compulsão, a vulnerabilidade financeira das mulheres era enraizada em um conjunto de “crenças limitantes” transmitidas socialmente, que funcionavam como *habitus* (Bourdieu, 2011), naturalizando a precariedade e a dívida. Essas narrativas internalizadas reforçavam a incapacidade de prosperar ou de gerir o próprio dinheiro. Mariana exemplificou a força dessas crenças que cerceavam a capacidade de planejamento e a agência:

Essa coisa das crenças limitantes foi uma coisa que me tocou muito, porque eu, eu realmente percebi que eu tinha várias crenças que me limitavam com relação às minhas finanças. Essa coisa do “Ah, o pobre nunca vai evoluir se não tiver dívida.”, “Ah, só se vive uma vez.”, “Pra quem que eu vou ficar guardando?” “Dinheiro é *pra* gastar mesmo.”, “Dinheiro na mão é vendaval.”.

Rosa, por sua vez, conectava seu padrão de consumo impulsivo a um aprendizado familiar que desvalorizava a poupança: “Eu sempre vivenciei uma relação com o dinheiro que não é boa. Eu posso gastar, ele se vai, não preciso guardar, né?”

Em outro caso, Mônica ligou o gasto descontrolado a uma afirmação de autonomia mediante traumas de infância, embora ainda manifestada por um consumo compensatório: “Agora eu tenho meu dinheiro, compro o que eu quiser, não tenho que dar satisfação *pra* ninguém”.

A naturalização dessas crenças e padrões de consumo refletem um alinhamento com o que Louis Dumont (1985) argumenta sobre o individualismo que, ao separar o sujeito do social e superestimar a autonomia do indivíduo, obscurece o fato de que as relações financeiras são sociais e culturais. A ideia de que a desorganização financeira é uma falha puramente pessoal ignora as estruturas sociais e as narrativas transmitidas que perpetuam a vulnerabilidade.

Para essas mulheres, a ausência de uma educação financeira formal na infância e juventude, uma lacuna muitas vezes marcada por questões de gênero, como Zelizer (2011) discute, contribuía para a manutenção desses padrões, limitando sua capacidade de imaginar e construir um futuro diferente. A “anestesia” e a internalização de crenças negativas agiam como um bloqueio à criatividade em sua dimensão mais fundamental: a capacidade de conceber soluções, reconfigurar trajetórias e agir nas próprias vidas.

A abordagem relacional como catalisadora de empoderamento e autonomia criativa

A intervenção do curso de educação financeira emergiu como um potente dispositivo psicossocial, demonstrando a capacidade de reverter o cenário de vulnerabilidade ao adotar uma pedagogia que desafiou a dicotomia de econômico e emocional. O sucesso do curso está ligado à sua abordagem, que pode ser interpretada como um “trabalho relacional” (Zelizer, 2011). Ele opôs-se ativamente à lógica dos “mundos hostis” (Zelizer, 2011), que postula uma separação rígida das esferas íntima e econômica — uma visão que historicamente marginalizou as mulheres do conhecimento financeiro. Em vez disso, o curso integrou o dinheiro às relações

afetivas e ao autoconhecimento, reconhecendo a profundidade emocional da experiência financeira.

O curso destacou-se por oferecer um ambiente de acolhimento e empatia, elementos essenciais para um público que frequentemente experimenta vergonha e isolamento em relação às suas dificuldades com o dinheiro. A metodologia foi percebida pelas participantes como uma espécie de intervenção terapêutica, capaz de ir além da superfície dos números para abordar a raiz emocional dos problemas. Uma participante ilustra essa dimensão ao descrever a experiência: “Parece quase uma consulta psicológica com o terapeuta, com a psicóloga, então, assim, a gente vai vendo na nossa vida o que desencadeia essa loucura toda” (Gilsa).

A figura da instrutora, elogiada por sua empatia e ausência de julgamentos, foi essencial para a criação de um espaço seguro, no qual a vulnerabilidade podia ser compartilhada. Celina destacou:

Você fala que as coisas que você fez na sua vida financeira; você não se sente julgada, né? Ela não faz a cara, como assim, você fez isso, né? E acho que isso é uma característica bem importante, porque a gente tem vergonha de falar do dinheiro, né?

A introdução de exercícios emocionais, como a “carta ao dinheiro”, que Giulia considerou “incrível”, facilitou uma reconciliação subjetiva com as finanças, permitindo uma reconfiguração criativa de sua percepção sobre o dinheiro. Esse processo de validação e autoconhecimento estimulou a criatividade das participantes, não apenas na resolução de problemas financeiros, mas na reimaginação de suas identidades e futuros.

Os resultados da intervenção refletiram-se em um empoderamento concreto e no desenvolvimento da autonomia, marcando a transição de uma temporalidade de “anestesia” para uma de “projeto” e “agência”. O dinheiro foi resignificado, adquirindo múltiplos “significados sociais” (Zelizer, 2011) que transcendiam o valor de troca, transformando-se em “dinheiro para a liberdade” e “dinheiro para a segurança”.

A sobriedade, aliada à estrutura e ao apoio do curso, forneceu a coragem e a consciência necessárias para a mudança de comportamento, levando a conquistas práticas e emocionais significativas. Isa relatou ter encontrado no curso a “coragem *pra* olhar *pra* minha situação financeira”, o que a impulsionou a alterar hábitos financeiros arraigados. Rosa compartilhou, com emoção, a experiência inédita de começar a poupar aos 47 anos, um marco de ruptura com padrões anteriores: “Eu tenho 47 anos, e agora que eu comecei a guardar dinheiro; me arrepiou para falar.”

Essa capacidade de poupança, antes inimaginável, representou uma reconfiguração criativa de seu futuro e uma concretização de agência. Ainda sob a óptica da antropologia do consumo, o ato de planejar e poupar adquire uma dimensão moral de respeitabilidade. Como aponta Miller (2002), o consumo pode ser visto como uma “tecnologia do cuidar”, em que a gestão do dinheiro é um ritual de devoção aos laços familiares. Ao aprender a poupar, as mulheres em recuperação não estão apenas guardando moedas, mas exercitando uma moralidade da sobriedade que valida sua nova identidade e sua agência criativa diante da vida. Carolina evidenciou

um novo nível de responsabilidade e consciência nas suas decisões, fundamental para o exercício da autonomia: “Pelo menos, se eu faço ‘caca’, eu faço consciente, né? Eu sei. Afinal, isso é ‘caca’. A instrutora falou que não pode fazer assim, então é essa chave da consciência, né?”

Celina sintetizou a conquista da liberdade de escolha e autonomia: “Agora, não, agora eu tenho a liberdade de escolha, não é? Então, se eu for fazer uma compra, eu tenho consciência do que aquilo vai me impactar ou não”.

Dessa forma, o consumo atua como um idioma para o desenvolvimento de relações e a produção de subjetividades. As escolhas financeiras e de consumo tornam-se narrativas do eu, construídas em relação a outros significativos e articuladas por meio de bens e lugares (Duarte, 2010). O aprendizado financeiro, portanto, oferece as ferramentas para que essas mulheres realizem atos de autodefinição, decidindo que tipo de consumidoras — e, conseqüentemente, que tipo de sujeitos — elas desejam ser.

Tais relatos demonstram que o curso não se limitou a fornecer ferramentas técnicas, mas fomentou uma reconfiguração de narrativas pessoais, mitigando a vulnerabilidade social e potencializando a capacidade das mulheres de conceber, planejar e construir futuros distintos. O sucesso da educação financeira, nesse contexto, reside em sua habilidade de estimular a agência das mulheres para (re)projetarem suas vidas financeiras e subjetivas, reconhecendo a complexidade social e simbólica de sua relação com o dinheiro e o potencial transformador da aprendizagem como um ato criativo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados deste estudo solidificam a compreensão de que o dinheiro, longe de ser uma entidade neutra, opera como um “fato social total” (Mauss, 1974), atravessado por valores simbólicos e morais que moldam as subjetividades. Essa perspectiva desafia a visão utilitarista da economia, revalidando a crítica de Polanyi (2000) e Zelizer (2011) à suposta autonomia do mercado e abrindo caminho para uma ressignificação do papel da educação.

Para as mulheres em recuperação pesquisadas, a educação financeira transcendeu o domínio da técnica para consolidar-se como uma mediação cultural essencial. Por desconstruir a lógica dos “mundos hostis” (Zelizer, 2011), o curso permitiu ressignificar o consumo: de um ato compulsivo de “anestesia” para um “trabalho de construção cultural” e autodefinição (Duarte, 2010).

Nesse sentido, o artigo oferece uma contribuição estratégica ao campo da economia criativa. Enquanto a trajetória desse campo no Brasil foi frequentemente pautada por mapeamentos macroeconômicos e pelo fomento a setores industriais (Watanabe *et al.*, 2024), este trabalho pretendeu iluminar a vertente social e existencial da criatividade. Demonstra-se que o letramento financeiro, quando aliado a uma abordagem experiencial, funciona como dispositivo que mitiga “crenças limitantes” e vieses comportamentais (Pergher; Aymone, 2022), permitindo a sujeitos em vulnerabilidade exercerem sua agência criativa para (re)projetar suas vidas.

A transição da “anestesia” para o “projeto”, evidenciada nos relatos de mulheres que voltaram a estudar ou começaram a poupar pela primeira vez aos 60 anos, revela que a aprendizagem é um ato de criatividade existencial. Assim, a educação financeira emerge não apenas como ferramenta de gestão, mas como motor de inovação social, capaz de transformar trajetórias de exclusão em narrativas de autonomia. Conclui-se que o fortalecimento da economia criativa brasileira passa, necessariamente, pela valorização dessas tecnologias do cuidar e pelo reconhecimento da cultura material como suporte fundamental para a reconstrução de identidades e para o desenvolvimento humano integral.

Para o campo da educação, este estudo oferece uma contribuição ao demonstrar que a aprendizagem, especialmente em contextos de vulnerabilidade, pode ser uma força motriz para o desenvolvimento de uma criatividade para a vida. Não se trata apenas de solucionar problemas financeiros, mas de reinventar a própria existência, de conceber e materializar novas possibilidades. Uma educação que reconhece a conexão do social, do emocional e do prático não só fornece ferramentas, mas nutre a capacidade inata de adaptação, inovação e resiliência. A educação financeira, nesse sentido, emerge como um modelo para outras áreas de aprendizagem que visam promover o empoderamento, a autoestima e a superação de ciclos de exclusão.

Embora este estudo tenha se beneficiado da profundidade de uma pesquisa qualitativa com um grupo específico, é essencial reconhecer suas limitações em termos de generalização. Contudo, os achados obtidos apontaram para a urgência de expandir a compreensão e a prática de intervenções educacionais que integrem as dimensões humanas do dinheiro. Futuras pesquisas, com metodologias diversas e em diferentes contextos, poderiam aprofundar a compreensão sobre como a educação pode continuamente fomentar a criatividade e o agenciamento em indivíduos e comunidades, transformando desafios em oportunidades de renovação e crescimento. A educação, quando holística e contextualizada, pode ser potente ferramenta para libertar o potencial criativo inerente a cada ser humano, mesmo diante de profundas adversidades.

REFERÊNCIAS

- APPADURAI, Arjun. **A vida social das coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2011.
- CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. Os interstícios da hospitalidade. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. 12, n. 3, p. 42-69, maio 2015.
- CASOTTI, Leticia. **À mesa com a família**: um estudo do comportamento do consumidor de alimentos. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
- DUARTE, Alice. A antropologia e o estudo do consumo: revisão crítica das suas relações e possibilidades. **Etnográfica**, v. 14, n. 2, p. 363-393, jun. 2010.
- DUMONT, Louis. **O individualismo**: uma perspectiva antropológica da ideologia moderna. Rio de Janeiro: Rocco, 1985.
- DUMONT, Louis. **Homo aequalis**: gênese e plenitude da ideologia econômica. São Paulo: Edusc, 2000.

DURKHEIM, Émile; MAUSS, Marcel. De quelques formes primitives de classification. *In*: MAUSS, Marcel (org.). **Essais de sociologie**. Paris: Minuit, 1968. p. 250-350.

LÉVI-STRAUSS, Claude. Introdução à obra de Marcel Mauss. *In*: MAUSS, Marcel (org.). **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Epu/Edusp, 1974. v. 1. p. 11-16.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. *In*: MAUSS, Marcel (org.). **Sociologia e antropologia**. São Paulo: EPU/Edusp, 1974. p. 183-313.

MILLER, Daniel. **Teoria das compras**. São Paulo: Nobel, 2002.

MONTICELLI, Thais; ARAUJO, Anna Bárbara. Gênero, intimidade e economia: uma entrevista com Viviana Zelizer. **Sociologia e Antropologia**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 2, e240031, 2024. <https://doi.org/10.1590/2238-38752024v1421>

MURGEL, Luciana Freire. Alcoolismo e dinheiro: reconfigurando narrativas de mulheres em vulnerabilidade social. *In*: REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DO MERCOSUL, 15., 2025, Salvador. **Anais [...]**. 2025.

PERGHER, Bruno Spanevello; AYMONE, José Luís Farinatti. *Design virtual: ambiente virtual tridimensional como instrumento para a educação financeira de jovens e adultos brasileiros*. **Diálogo com a Economia Criativa**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 21, p. 41-64, set./dez. 2022. <https://doi.org/10.22398/2525-2828.7214164>

POLANYI, Karl. **A grande transformação**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

SAHLINS, Marshall. **Cultura e razão prática**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME (UNDP); EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). **Creative economy report 2013 - Special edition: widening development pathways**. Nova York; Paris: United Nations, 2013.

WATANABE, Jefferson Yuji; BORGES, Larissa de Moraes Barbosa; GUILHERME, Luciana Lima. Economia criativa: um olhar cronológico. **Diálogo com a Economia Criativa**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 25, p. 73-91, jan./abr. 2024. <https://doi.org/10.22398/2525-2828.92573-91>

ZELIZER, V. A. **A negociação da intimidade**. Tradução de Daniela Barbosa Henriques. Petrópolis: Vozes, 2011.

Sobre a autora

Luciana Freire Murgel: Doutora em Antropologia do Consumo pela Universidade Federal Fluminense (UFF), com estágio de doutoramento sanduíche na École des Hautes Etudes en Sciences Sociales de Paris e missão de estudos na Universidad de Buenos Aires, Argentina. Jornalista e publicitária, professora da área de Comunicação e Artes do Centro Universitário IBMR. Pesquisadora do Núcleo de Estudos da Modernidade da UFF.

Conflito de interesses: nada a declarar — **Fonte de financiamento:** nenhuma.

