

 <p>ESCOLA DE CIÊNCIAS DA SAÚDE E DA VIDA</p>	<p><b>PSICO</b></p> <p>Psico, Porto Alegre, v. 53, n. 1, p. 1-12, jan.-dez. 2022 e-ISSN: 1980-8623   ISSN-L: 0103-5371</p>
<p> <a href="http://dx.doi.org/10.15448/1980-8623.2022.1.38863">http://dx.doi.org/10.15448/1980-8623.2022.1.38863</a></p>	

SEÇÃO: ARTIGO

## Diferenças de sexo no endosso de valores humanos: o papel mediador da ganância

*Sex differences in the endorsement of human values: the mediating effect of greed*  
*Diferencias sexuales en lo respaldo de los valores humanos: el efecto mediador de la codicia*

**Gleudson Diego Lopes**

**Loureto<sup>1</sup>**

[orcid.org/0000-0002-0889-6097](https://orcid.org/0000-0002-0889-6097)

6097

[diego.loureto@ufr.br](mailto:diego.loureto@ufr.br)

**Leogildo Alves Freires<sup>2</sup>**

[orcid.org/0000-0001-5149-2648](https://orcid.org/0000-0001-5149-2648)

[leogildo.alves.freires@gmail.com](mailto:leogildo.alves.freires@gmail.com)

**Renan Pereira Monteiro<sup>3</sup>**

[orcid.org/0000-0002-5745-3751](https://orcid.org/0000-0002-5745-3751)

[renanpmonteiro@gmail.com](mailto:renanpmonteiro@gmail.com)

**Alessandro Teixeira**

**Rezende<sup>4</sup>**

[orcid.org/0000-0002-5381-2155](https://orcid.org/0000-0002-5381-2155)

[als\\_tx29@hotmail.com](mailto:als_tx29@hotmail.com)

**Valdiney Veloso**

**Gouveia<sup>3</sup>**

[orcid.org/0000-0003-2107-5848](https://orcid.org/0000-0003-2107-5848)

[vgouveia@gmail.com](mailto:vgouveia@gmail.com)

**Recebido em:** 13 ago. 2020.

**Aprovado em:** 19 jul. 2021.

**Publicado em:** 21 out. 2022.



Artigo está licenciado sob forma de uma licença  
[Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

**Resumo:** No Brasil, inexistem investigações dos correlatos psicológicos e socio-demográficos da ganância. Este estudo investigou a relação entre a ganância e os valores humanos. Ainda, testou-se o efeito mediador da ganância na diferença entre sexos no endosso dos valores humanos. Os participantes responderam a *Dispositional Greed Scale*, o Questionário dos Valores Básicos e perguntas demográficas. Os correlatos valorativos indicaram que pessoas gananciosas, embora materialmente motivadas (valores de existência), possuem necessidades estéticas (valores suprapessoais). Entretanto, a ganância predisse em maior magnitude os valores pessoais. Houve diferenças entre os sexos apenas frente à ganância e aos valores pessoais, sendo que os homens apresentaram maiores pontuações. Por fim, observou-se que a ganância mediou parcialmente a diferença entre sexos no endosso de valores pessoais, sugerindo que homens são mais egocêntricos porque são mais gananciosos. Tais achados são discutidos à luz da Teoria Funcionalista dos Valores Humanos, da personalidade das diferenças individuais e da psicologia evolutiva.

**Palavras-chave:** ganância, traços de personalidade, valores humanos, diferenças de sexo, psicologia evolutiva

**Abstract:** In Brazil, there are no investigations into the psychological and sociodemographic correlates of greed. This study aimed to investigate the relationship between greed and human values. In addition, we tested the mediating effect of greed on gender differences in the endorsement of values. Participants answered the Dispositional Greed Scale, Basic Values Survey and demographic questions. The value correlates indicated that greed people, although materially motivated (existence values), express higher-order needs of aesthetics (supra-personal values). However, greed personality was a more important predictor of the personal values. There were differences between the sexes only regarding greed and personal values, in which men had higher scores. Finally, the greed partially mediated the gender difference in the endorsement of personal values which suggests that men have an egocentric orientation because are greedier. The results are discussed taking into account the Functional Theory of Human Values, personality of individual differences and evolutionary psychology.

**Keywords:** greed, personality, human values, sex differences, evolutionary psychology

**Resumen:** En Brasil, no hay investigaciones sobre los correlatos psicológicos y sociodemográficos de la codicia. Este estudio investigó la relación entre la codicia y los valores humanos. Además, probamos el efecto mediador de la codicia sobre las diferencias de género en lo respaldo de los valores. Los participantes respondieron la Escala de Codicia Disposicional, el Cuestionario de Valores

<sup>1</sup> Universidade Federal de Roraima (UFRR), Boa Vista, RR, Brasil.

<sup>2</sup> Universidade Federal de Alagoas (UFAL), Maceió, AL, Brasil

<sup>3</sup> Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, PB, Brasil.

<sup>4</sup> Faculdade de Integração do Sertão (FIS), Serra Talhada, PE, Brasil.

Básicos y preguntas demográficas. Los correlatos valorativos indicaron que los codiciosos, aunque motivados materialmente (valores de existencia), tienen necesidades estéticas (valores suprapersonales). Sin embargo, la codicia mostró un poder predictivo más fuerte frente a los valores personales. Las diferencias entre los sexos se observaron solo en lo que respecta a la codicia y los valores personales: los hombres tenían puntuaciones más altas. Además, la codicia medió parcialmente la diferencia entre sexos en el respaldo de valores personales, lo que sugiere que los hombres tienen una orientación más egocéntrica porque son más codiciosos. Los resultados se discuten a través de la Teoría Funcionalista de los Valores, la personalidad de las diferencias individuales y la psicología evolutiva.

**Palabras clave:** codicia, personalidad, valores humanos, diferencias sexuales, psicología evolutiva

De um ponto de vista histórico, a ganância é concebida como um desejo excessivo de querer sempre mais (Balot, 2001), sendo um construto popularmente associado a causas de crises financeiras (e.g., riscos desnecessários em termos de investimentos econômicos; Brummer, 2015). Ainda, dentro do contexto supracitado, a ganância não é apenas um dos sete pecados capitais; é considerada a "mãe de todos os pecados" (i.e., soberba, inveja, preguiça, luxúria, gula e ira; Tickle, 2004). Este fenômeno tem adquirido notoriedade crescente no meio social geral em razão de que, atualmente, existe uma percepção popular de que a ganância aumentou dramaticamente nas sociedades (Liu et al., 2019).

Tendo em vista que a ganância consiste em um construto social clássico do desenvolvimento do homem (Robertson, 2001), seu significado oscila de um polo negativo, como já ressaltado, a uma aceção socialmente desejável sendo aclamada, por exemplo, como a força motriz do crescimento econômico e desenvolvimento das sociedades (Greenfeld, 2001). Em resumo, de escândalos corporativos ou crimes financeiros a comportamentos gananciosos valorizados em sociedade (e.g., a competição e a orientação voltada para a produtividade e o desejo de progresso pessoal; Krekels & Pandelaere, 2015), a ganância é um fenômeno onipresente no cotidiano social das pessoas (Liu et al., 2019), constituindo objeto de interesse por parte das ciências humanas em geral, sendo abordada de forma empírica apenas recentemente no campo da ciência psicológica (Seuntjens et al., 2014), conforme tratado a seguir.

## O construto da ganância

Há poucos esforços empíricos em psicologia abordando o referido construto (Gilliland & Anderson, 2014), sobretudo no que tange à operacionalização das diferenças individuais na ganância, até recentemente inexistente nos cenários internacional (Krekels & Pandelaere, 2015) e nacional (Freires et al., 2019). Estudos sobre a ganância acentuavam mais uma perspectiva puramente situacional (e.g., injustiça distributiva e atribuição de responsabilidade: a noção de ganância percebida; quando as pessoas são vistas como tendo mais do que precisam, produzem um cenário de baixa cooperação e alta competição; Gilliland & Anderson, 2011), sem enfatizar a possibilidade do entendimento do que causa comportamentos gananciosos de sujeitos em certas situações, enquanto em outras não (Krekels & Pandelaere, 2015).

Nesse sentido, a partir de extenso estudo empírico, Seuntjens et al. (2014), identificaram conceitualmente os componentes psicológicos centrais da ganância que descrevem diferenças individuais entre sujeitos em relação a um desejo de adquirir "sempre mais", associado à insatisfação de nunca ter o suficiente; em outras palavras, a ganância é uma "fome insaciável por mais" (Seuntjens et al., 2015). Ademais, diferentemente do construto do materialismo em que a obtenção de bens desempenha um papel central para as pessoas (i.e., a associação entre bens materiais, felicidade e sucesso; Richins & Dawson, 1992), a ganância é mais ampla envolvendo, de igual modo, outras variedades de desejos, tais como o sexo, poder, relações sociais, *status* etc. (Seuntjens et al., 2014).

Outra importante característica do construto da ganância envolve o aspecto demográfico relacionado à variável sexo. Concretamente, estudos prévios que testaram a diferença entre sexos (e.g., Krekel & Pandelaere, 2015; Seuntjens et al., 2015) constataram que a ganância é uma tendência mais proeminente em homens. Esta constatação empírica pode respaldar-se na noção de que as mulheres são mais orientadas socialmente do que os homens, apresentando maiores níveis

de altruísmo (Eckel & Grossman, 1998). Ainda, as diferenças entre sexos sob um prisma evolutivo podem indicar que a maior predisposição dos homens na expressão de tendências gananciosas implica em uma maior propensão a se arriscar para satisfazer seus desejos, o que pode se traduzir em um aumento da atratividade frente a potenciais parceiros, sendo, portanto, uma estratégia eficaz para sobrevivência e reprodução (e.g., atração e retenção de parceiros) em um dado contexto (Buss, 2016).

Embora o construto da ganância seja concebido como o motor do crescimento econômico, assim como associado a episódios que podem implicar em danos sociais de alta amplitude (i.e., crises econômico-sociais etc.), a literatura abrangendo seus aspectos psicológicos ainda é incipiente (Seuntjens et al., 2014), especialmente, quando se trata de seus correlatos psicossociais ou sociopsicológicos. Concretamente, em alguns estudos (e.g., Sheldon & McGregor, 2000) nos quais abordam o efeito das orientações valorativas extrínsecas/intrínsecas dos participantes em dilemas que envolvem decisões conflitantes entre indivíduo e grupo, a operacionalização da ganância tem se restringido a maior/menor alocação de recursos em situações experimentais (i.e., alto nível de consumo associando-se a orientações extrínsecas). Em outras palavras, estudos recentes não têm investigado a ganância no âmbito de modelos teóricos que explorem seus aspectos psicossociais, a exemplo dos valores humanos. Dessa forma, a partir desta lacuna, apresenta-se o modelo dos valores humanos ora adotado, a Teoria Funcionalista dos Valores Humanos (TFVH; Gouveia, 2016).

### Valores humanos

Na perspectiva da TFVH, os valores humanos consistem em categorias de orientação baseadas nas necessidades humanas, servindo aos propósitos de guiar as ações humanas e explicar como as pessoas pensam, sentem e se comportam no dia a dia (Gouveia, 2016). Percebe-se, portanto, que a ênfase principal da TFVH recai sobre as funções que os valores expressam. Concreta-

mente, na TFVH, os valores humanos possuem duas funções básicas: guiar o comportamento humano e expressar cognitivamente as necessidades humanas (Gouveia et al., 2011). Dessa forma, nesta teoria os valores estruturam-se em torno de duas dimensões funcionais: tipos de orientação valorativa (social, central e pessoal; função de guiar o comportamento humano, eixo horizontal) e tipos de motivador (materialista e idealista; função de expressar cognitivamente as necessidades humanas, eixo vertical).

No primeiro caso, assume-se que sujeitos que endossam valores sociais centram-se na sociedade, ao passo que aqueles indivíduos orientados por valores pessoais tendem a ser egocêntricos. Existem, ainda, os valores de orientação central, que não são exclusivamente sociais ou pessoais, sendo a base organizadora da TFVH, pois são compatíveis com os valores pessoais e sociais (Gouveia, 2016). Já no segundo caso, isto é, os valores como expressão cognitiva das necessidades humanas, admitem-se as necessidades materialistas (natureza pragmática) ou idealistas (natureza abstrata). Assim, indivíduos guiados por valores materialistas valorizam a sua própria existência e condições nas quais essa pode ser assegurada (i.e., orientação para metas práticas e regras normativas), ao passo que, os idealistas expressam uma orientação universal, voltada a ideias e princípios mais abstratos (i.e., orientação não dirigida a metas concretas e específicas; Gouveia et al., 2011).

A partir do cruzamento das duas dimensões funcionais supracitadas, ou melhor, tipos de orientação (pessoal, central e social) e tipos de motivador (materialista e humanitário), origina-se uma estrutura bidimensional 3 x 2, que corresponde aos eixos horizontal e vertical, respectivamente. Desse processo, surgem seis subfunções valorativas e seus respectivos descritores (valores específicos):

1. Critérios de orientação pessoal: experimentação (emoção, sexualidade e prazer) e realização (êxito, poder e prestígio).
2. Critérios de orientação central: suprapessoal (beleza, conhecimento e maturidade) e existência

(estabilidade pessoal, saúde e sobrevivência).

3. Critérios de orientação social: interativa (afetividade, apoio social e convivência) e normativa (obediência, religiosidade e tradição).

Ainda, as subfunções experimentação, suprapessoal e interativa possuem um motivador idealista, ao passo que realização, existência e normativa correspondem ao motivador materialista (Gouveia, 2016).

Assim, considerando que a ganância pode ser entendida como um objeto social onipresente, destaca-se o papel importante que os valores humanos desempenham no entendimento de fenômenos sociopsicológicos (Gouveia et al., 2011), sobretudo em razão de seu componente intersubjetivo (Gouveia, 2016), fato que possibilita o levantamento de evidências psicossociais deste traço. Nesse sentido, a seguir, descrevem-se alguns estudos que investigaram as prioridades valorativas, sob a perspectiva da TFBVH, dos denominados traços sombrios de personalidade, dentro dos quais, a ganância pode ser inserida (Marcus & Zeigler-Hill, 2015).

### Correlatos valorativos dos traços aversivos de personalidade

Conforme indicado, outra característica associada à ganância corresponde à sua faceta malevolente. Em outras palavras, recentemente a ganância tem sido concebida como um traço de personalidade socialmente aversivo (Marcus & Zeigler-Hill, 2015) dentro de um contexto, nos últimos anos no âmbito da literatura da personalidade, em que alguns estudos (e.g., Visser, Pozzobon, & Reina-Tamayo, 2014) buscaram expandir a constelação da denominada tríade sombria da personalidade (i.e., TSP: narcisismo e psicopatia subclínicas e maquiavelismo; Paulhus & Jones, 2014). Dessa forma, embora possa apresentar impactos hostis no âmbito das relações interpessoais, a ganância não implica em um quadro clínico-patológico ou necessariamente criminal; todavia é uma característica que descreve as pessoas em geral na sociedade (Paulhus & Jones, 2014).

De fato, já existem evidências dos correla-

tos valorativos da TSP no âmbito da TFBVH. Por exemplo, Jonason et al. (2018) indicaram que o narcisismo, a psicopatia e o maquiavelismo se associam positivamente com as subfunções experimentação e realização (i.e., valores pessoais), enquanto estes dois últimos apresentaram relações negativas com as subfunções interativa e normativa (i.e., valores sociais). Por fim, em relação aos valores centrais, a psicopatia associou-se a uma menor importância à subfunção existência, ao passo que o narcisismo se associou positivamente aos valores suprapessoais.

Ainda, especificamente no contexto brasileiro, Loureto (2019) investigou as prioridades valorativas do traço de personalidade socialmente aversivo, denominado de tomada de risco orientada ao *status*, que descreve indivíduos com alta tendência a buscar e aceitar grandes riscos, especialmente os riscos físicos, objetivando alcançar recompensas envolvendo riqueza material ou posição social e prestígio (Visser et al., 2014). Concretamente, os dados apontaram um padrão valorativo congruente com o traço de psicopatia, isto é, alta priorização valorativa das subfunções experimentação e realização (i.e., valores pessoais), e baixa importância dada às subfunções interativa e normativa (i.e., valores sociais) e à existência (i.e., valor de orientação central).

Assim, tendo em vista o panorama acima exposto, é plausível pressupor que pessoas gananciosas apresentem maior propensão a atribuir alta importância aos valores pessoais por possuírem orientação hedonista (experimentação; Birkás & Csathó, 2016) e desejo de prestígio em geral (realização; Semanya & Honey, 2015), assim como aos valores centrais, uma vez que essa pode representar, evolutivamente, um traço adaptativo em ambientes de recursos escassos (existência; Krekels & Pandelaere, 2015) e porque abrange o apreço por bens e aspirações não materiais (suprapessoal; Mussel et al., 2018). Por fim, espera-se que tais sujeitos direcionem menor ênfase aos valores sociais, por serem sujeitos menos empáticos, despreocupando-se com terceiros (interativa; Seuntjens et al., 2015) e pela menor

inclinação ao cumprimento de normas sociais (normativa; Levine, 2005), congruente com sua faceta autocentrada (Marcus & Zeigler-Hill, 2015). Dessa forma, este estudo investigou a relação entre ganância e os valores humanos. Adicionalmente, testou-se o efeito mediador da ganância na diferença entre sexos no endosso dos valores humanos.

## Método

### Participantes

Contou-se com uma amostra de conveniência, não probabilística, de 405 participantes. Estes tinham idades variando entre 18 e 56 anos ( $M = 27,02$ ;  $DP = 7,93$ ), sendo distribuídos quanto à escolaridade entre 233 estudantes universitários ( $M_{idade} = 23,74$ ;  $DP = 5,77$ ) e 172 com ensino superior completo e pós-graduados ( $M_{idade} = 31,46$ ;  $DP = 8,31$ ). Quanto às demais variáveis demográficas, a maioria foi do sexo feminino (66,4%), heterossexual (82,7%), solteiros (74,1%), de classe social média baixa (66,2%) e de religião evangélica/protestante (31,6%).

### Instrumentos

Os participantes responderam a um questionário que, além de perguntas sociodemográficas (idade, sexo, orientação sexual, estado civil e religião), continha as medidas abaixo descritas.

*Dispositional Greed Scale (DGS)*. Originalmente desenvolvida por Seuntjens et al. (2015), esta escala em sua versão brasileira validada por Freires et al. (2019), é composta por seis itens que descrevem diferenças individuais frente à ganância (e.g., *Meu lema de vida é: quanto mais melhor; Quero sempre mais que antes, etc.*). Os participantes foram demandados a indicar o seu grau de concordância ou discordância com cada um dos itens, utilizando escala de resposta de cinco pontos, variando de 1 (Discordo totalmente) a 5 (Concordo totalmente). No presente estudo, a DGS apresentou índices de ajuste satisfatórios [CFI = 0,97; TLI = 0,95; RMSEA = 0,05 (0,021/0,087); SRMR = 0,05].

*Questionário dos Valores Básicos (QVB)*. Este instrumento é composto por 18 itens ou valores específicos que abrangem seis subfunções valorativas (Gouveia, 2016): experimentação (e.g., *Ter relações sexuais; obter prazer sexual*), realização, existência, suprapessoal, normativa e interativa. Tais itens são respondidos em uma escala de sete pontos, com os seguintes extremos: 1 = Totalmente Não Importante e 7 = Extremamente Importante, indicando-se o grau de importância que cada valor tem como um princípio-guia na vida da pessoa. Para o presente estudo, o QVB apresentou índices de ajustes satisfatórios [CFI = 0,96; TLI = 0,90; RMSEA = 0,07 (0,037/0,100); SRMR = 0,05].

### Procedimento

A coleta dos dados foi realizada *online*. As pessoas foram contatadas por meio de redes sociais (e.g., Facebook, Instagram), respondendo voluntariamente os instrumentos autoaplicáveis. Respeitaram-se as prerrogativas dispostas nas resoluções 510/16 do Conselho Nacional de Saúde no que tange à regulamentação de pesquisas com seres humanos, tendo o participante declarado seu consentimento por meio de assinatura de Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. A presente pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisas com Seres Humanos da Universidade Federal de Roraima (Protocolo n. 1.440.625; CAAE: 52644215.1.0000.5302).

### Análise dos dados

Para análise dos dados, utilizou-se o *software R* (versão 3.3.2; *R Development Core Team*, 2015). No caso das análises de correlação de *Pearson* e comparações entre médias, aplicaram-se funções disponíveis na linguagem *R*. Ademais, buscando uma solução gráfica para as correlações entre as variáveis, empregou-se o pacote *qgraph* (Epskamp et al., 2012), baseando-se em coeficientes ponderados, via algoritmo de Fruchterman-Reingold (Fruchterman & Reingold, 1991). Assim, quanto mais forte a correlação entre duas variáveis, há: maior proximidade entre elas na rede de relações, maior espessura das linhas e

maior a intensidade de cor (variando de escalas em cinza ao preto absoluto; Epskamp et al., 2012).

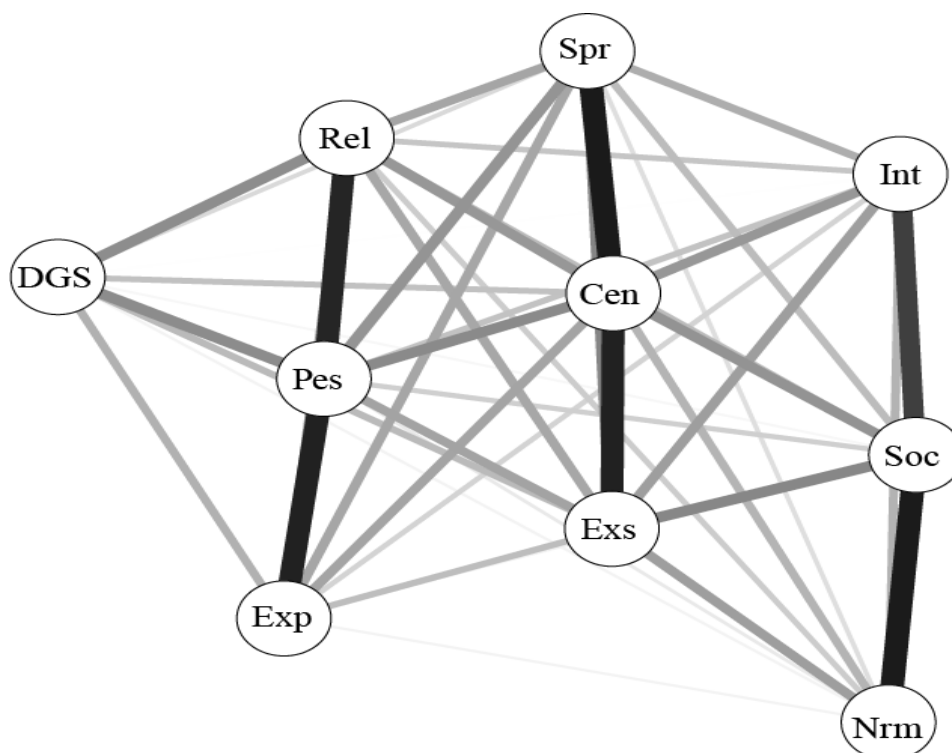
O modelo de mediação simples (i.e., regressões lineares hierárquicas), via Modelagem por Equações Estruturais, foi testado através do pacote *Lavaan* (Rosseel, 2012), utilizando-se o estimador *Robust Maximum Likelihood*. Quanto à avaliação do ajuste do modelo, os seguintes indicadores de ajuste dos dados foram considerados: (a) razão qui-quadrado por graus de liberdade ( $\chi^2/df$ ), aceitando-se valores entre 2 e 3, admitindo-se até 5; (b) *Comparative Fit Index (CFI)* e *Tucker-Lewis Index (TLI)*, aceitando-se valores iguais ou superiores a 0,90, (c) *Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)*, admitindo-se como recomendável um valor abaixo de 0,08, e *Root Mean Square Error Approximation (RMSEA)*, cujos valores recomendados se situam entre 0,05 e 0,08, admitindo-se até 0,10, em que os intervalos de confiança (90%) não incluam um valor maior que 0,10 (Schreiber, Stage, King, Nora & Barlow, 2006). Quanto ao teste inferencial para os efeitos diretos e indiretos, utilizou-se o procedimento de *Bootstrap Confidence Intervals* com 10 mil

reamostragens (Hayes, 2017) em que os efeitos são considerados significativos quando o intervalo de confiança não inclui o zero.

## Resultados

Inicialmente, calcularam-se as correlações (*r* de *Pearson*), entre a DGS, as seis subfunções valorativas e os tipos de orientação valorativa (i.e., pessoal, central e social). Em suma, a pontuação total da DGS correlacionou-se apenas com as subfunções valorativas do tipo pessoal, realização ( $r = 0,43, p < 0,01$ ) e experimentação ( $r = 0,30, p < 0,01$ ), e com as do tipo central, isto é, existência ( $r = 0,26, p < 0,01$ ) e suprapessoal ( $r = 0,14, p < 0,01$ ). Não foram observadas relações significativas com as subfunções interativa e normativa. Quanto aos tipos de orientação valorativa, a DGS correlacionou-se apenas com os tipos pessoal ( $r = 0,43, p < 0,01$ ) e central ( $r = 0,23, p < 0,01$ ). Ainda, uma solução gráfica representando as correlações entre as variáveis supracitadas pode ser visualizada na Figura 1.

Figura 1 – Correlação entre ganância e valores humanos.



Em seguida, procedeu-se a comparações frente ao sexo dos participantes. Inicialmente, quanto à ganância, observou-se uma diferença estatisticamente significativa entre os sexos ( $t = -2,70^{**}$ ,  $p < 0,01$ ), indicando que os homens ( $M_{\text{édia}} = 3,05$ ,  $DP = 0,70$ ) são mais gananciosos que as mulheres ( $M_{\text{édia}} = 2,86$ ,  $DP = 0,66$ ). Em relação aos valores humanos, identificou-se inicialmente diferença significativa ( $t = -4,18$ ,  $p < 0,001$ ) apenas na subfunção realização, observando-se maior pontuação no caso dos homens ( $M_{\text{édia}} = 4,94$ ,  $DP = 1,03$ ; mulheres:  $M_{\text{édia}} = 4,49$ ,  $DP = 1,00$ ). Por fim, apenas no tipo de orientação pessoal ( $t = -3,55$ ,  $p < 0,001$ ) foi detectada diferença entre homens ( $M_{\text{édia}} = 4,95$ ,  $DP = 0,91$ ) e mulheres em que estas últimas, novamente, apresentaram pontuação

significativamente inferior ( $M_{\text{édia}} = 4,63$ ,  $DP = 0,83$ ). Em suma, verificaram-se valores de tamanho de efeito com magnitudes variando de baixa a moderada para as referidas variáveis (Ferguson, 2009). As tabelas referentes às análises de correlação e comparações podem ser solicitadas na íntegra mediante solicitação aos autores.

Dessa forma, tendo em vista o padrão de resultados ora apresentados, decidiu-se testar o papel mediador do traço de ganância na diferença entre homens e mulheres no endosso dos valores humanos do tipo pessoal. Nesse sentido, realizou-se um conjunto de regressões lineares (*Causal steps approach*; Baron & Kenny, 1986) via Modelagem por Equações Estruturais. Tais resultados são apresentados na Tabela 1.

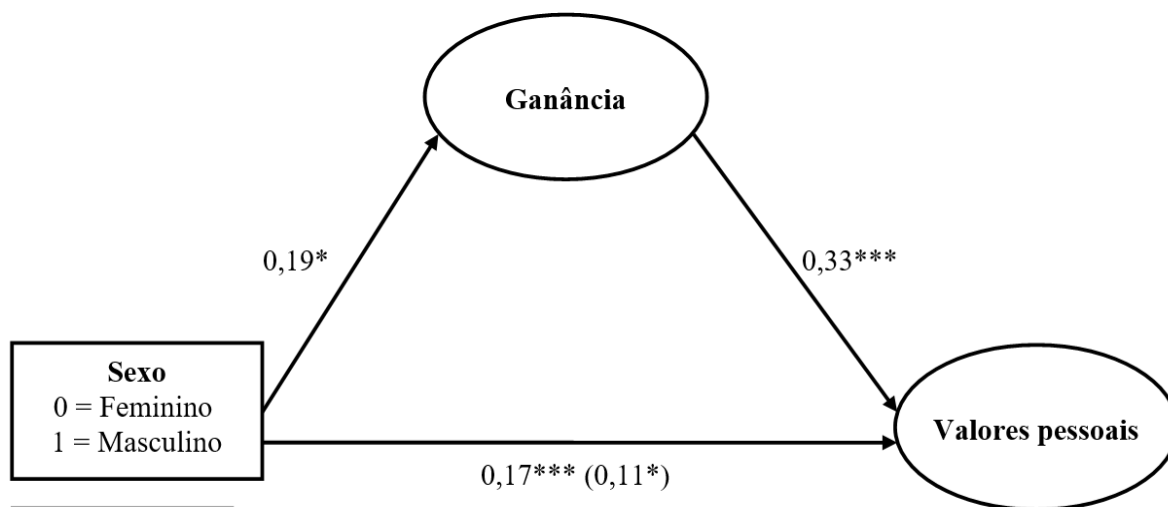
**Tabela 1** – Testes dos efeitos diretos e indiretos: modelo de mediação simples

Caminhos/ <i>paths</i>	Efeitos diretos e indiretos via <i>Bias-corrected bootstrap</i>				
	Intervalos de confiança (95%)		B	EP	
	Limite inferior	Limite superior			
<b>Efeitos diretos</b>	-	-	-	-	-
Sexo → Valores pessoais	0,024	0,204	0,22	0,04	0,11
Sexo → Ganância	0,027	0,358	0,19	0,08	0,19
Ganância → Valores pessoais	0,205	0,458	0,54	0,05	0,33
<b>Efeito indireto</b>	-	-	-	-	-
Sexo → Ganância → Valores pessoais	0,005	0,112	0,08	0,03	0,06

*Nota.* EP = Erro padrão; B = coeficientes de regressão não padronizados;  $\beta$  = coeficientes de regressão padronizados.

Inicialmente, observaram-se os efeitos diretos. Concretamente, a variável sexo (feminino = 0, masculino = 1) predisse positiva e significativamente os valores pessoais ( $\beta = 0,17$ ,  $IC95\% = 0,147/0,505$ ). Ainda, a variável sexo predisse a pontuação total de ganância e, esta última, por sua vez predisse os valores pessoais. Finalmente, constatou-se um efeito indireto significativo, sendo uma mediação do tipo parcial, na medida em que a relação Sexo → Valores pessoais se manteve significativa ( $\beta = 0,11$ ,  $IC95\% = 0,024/0,204$ ), conforme indica a

Tabela 1. Seguindo as recomendações de Shrout e Bolger (2002), observou-se que 20% da diferença entre sexo no endosso de valores pessoais foi mediada pelos escores da DGS [ $F(2, 402) = 51,43$ ,  $p < 0,001$ ]. Ademais, o modelo em questão apresentou índices de ajustes satisfatórios [CFI = 0,97; TLI = 0,97; RMSEA = 0,03 (0,017/0,048); SRMR = 0,05]. A Figura 2 mostra os valores dos coeficientes padronizados correspondentes ao modelo ora testado.

**Figura 2** – Efeito mediador da ganância na diferença de sexo no endosso de valores pessoais.

\*  $p < 0,05$ ; \*\*\*  $p < 0,001$

## Discussão

Sabe-se, efetivamente, que estudos empíricos envolvendo a ganância em Psicologia são escassos, mesmo no contexto internacional, sendo identificados apenas nos últimos cinco anos (e.g., Krekels & Pandelaere, 2015; Liu et al., 2019; Mussel & Hewig, 2016; Mussel, et al., 2018; Seuntjens, et al., 2014; Seuntjens, et al., 2015; Seuntjens, Van de Ven, Zeelenber, & van der Schors, 2016). Entretanto, tais investigações concentram-se basicamente na operacionalização e nos correlatos intraindividuais deste construto. Dessa forma, buscando suprir tal lacuna, o presente estudo explorou a relação entre a ganância e os valores humanos no Brasil, isto é, enfatizou-se seus aspectos intersubjetivos: elementos sociais que os gananciosos valorizam e que têm um significado compartilhado no meio social (Markus & Zajonc, 1985). Adicionalmente, testou-se o efeito mediador da ganância na diferença entre sexos no endosso dos valores humanos. Nesse sentido, estimando-se o alcance de tais objetivos, a seguir, os achados principais são discutidos à luz da TFSV, da personalidade das diferenças individuais e psicologia evolutiva.

Inicialmente, quanto aos correlatos valorativos, verificou-se que a ganância se associou positivamente com os valores pessoais (i.e., ex

perimentação e realização). Coerentemente, tal padrão descreve pessoas egocêntricas que enfatizam elas mesmas como a unidade de sobrevivência, agindo conforme interesses próprios sem considerar o contexto social em que se encontram (Gouveia et al., 2011). Tais resultados são semelhantes aos correlatos valorativos da TSP na perspectiva dos Tipos Motivacionais dos Valores Humanos de Shalom Schwartz (TMVH), em que altas pontuações em traços sombrios implicam na importância de valores de estimulação (e.g., vida excitante), hedonismo (e.g., prazer), realização (e.g., sucesso, ambição), e poder (e.g., riqueza) (Kajonius et al., 2015). Em síntese, como sugerem Jonason et al. (2018), os valores pessoais parecem denotar maior importância para sujeitos que pontuam alto na TSP, dado ora replicado para o construto da ganância.

De igual modo, observaram-se associações da ganância frente aos valores do tipo de orientação central que expressam o núcleo das necessidades humanas, variando das mais básicas (fisiológicas) às superiores (autorrealização) (Gouveia et al., 2011). No que tange à relação com a subfunção existência (i.e. estabilidade pessoal, saúde e sobrevivência), os dados sugerem que o traço da ganância pode representar



indivíduos que se encontram em contextos de escassez econômica, ou por aqueles que foram socializados em tais ambientes (Gouveia et al., 2011); em outras palavras, a importância dada a estes valores pode ser reflexo das diferenças nas expectativas e percepções de insegurança de recursos materiais, por exemplo oriundas das experiências da infância, que são particularmente formativas das prioridades valorativas, do comportamento e da personalidade das pessoas (Krekels & Pandelaere, 2015).

Já a relação com os valores suprapessoais (i.e., beleza, conhecimento e maturidade) reflete a faceta de desejos mais abstratos de sujeitos gananciosos: na mesma medida em que são materialmente motivados, buscando assegurar condições de sobrevivência biológica e psicológica, estes sujeitos possuem necessidades estéticas e de cognição e necessidade superior de autorrealização (Gouveia et al., 2011). Assim, sustenta-se que pessoas materialistas desejam coisas materiais porque sinalizam sucesso na vida (Richins, 2004), enquanto pessoas gananciosas podem sentir que têm êxito, também, em razão de elementos que em tese não sinalizam sucesso ou *status* (e.g., conhecimento ímpar sobre artes, comidas etc.; Seuntjens et al., 2014). Finalmente, não foram observadas correlações entre ganância e os valores sociais. Tal resultado é provável em razão do estrato amostral ora acessado, sendo composto também por sujeitos com ensino superior completo e pós-graduados, traduzindo-se em maior integração/equilíbrio entre os valores pessoais e as exigências convencionais da sociedade (i.e., valores sociais), característicos de pessoas mais maduras (Gouveia, 2016).

Ademais, constatou-se que os homens são mais gananciosos que as mulheres e, de igual modo, atribuem maior importância aos valores pessoais. Adicionalmente, os resultados da análise de mediação sugeriram que os homens consideram os valores pessoais em maior nível que as mulheres, em parte, porque são mais gananciosos. De fato, estudos já têm apontado que homens apresentam maiores pontuações em traços socialmente aversivos (Furnham &

Trickey, 2011). Ainda, da mesma forma que o traço de ganância pode ter um sentido evolutivo, os valores humanos, também, podem ser concebidos como soluções adaptativas para dilemas de sobrevivência e reprodução (Gouveia, Milfont, & Guerra, 2014).

Assim, evolutivamente, a expressão de tendências gananciosas por parte dos homens se traduz em maior ambição, energia aplicada em um dado objetivo e sucesso na trajetória (Buss & Schmitt, 1993). Na mesma direção, o maior endosso de valores pessoais dos homens pode gerar maior atração por parte as mulheres, uma vez que indica o potencial dos homens para aquisição de recursos (Lopes et al., 2017), aumentando a estima que as mulheres têm por eles (Gouveia et al., 2014). Em síntese, os homens valorizam mais a atratividade física do que as mulheres porque isto confere informações de valor reprodutivo, ao passo que as mulheres atribuiriam maior importância às capacidades de homens mais gananciosos para adquirir recursos, aumentando a probabilidade de que sua prole tenha condições favoráveis de sobrevivência (Buss, 2016). Tais resultados sugerem que homens e mulheres possuem diferentes adaptações psicológicas evolutivas que guiam suas prioridades valorativas (Buss, 2016). Em conjunto, tais achados adquirem respaldo evolutivo, mais especificamente no âmbito da Teoria da História da Vida (Figueredo et al., 2006) de que homens e mulheres diferem em seus sistemas psicológicos coordenados, tendo como consequência a expressão de diferentes estratégias de vida, sobrevivência e reprodução (e.g., a ganância prediz a preferência por ter muitos parceiros sexuais; Seuntjens et al., 2015).

Apesar dos achados descritos anteriormente, ressalta-se que o presente estudo apresenta limitações. Embora se tenha acessado um conjunto de participantes da população geral, o tipo de amostragem utilizada (não probabilística) inviabiliza a generalização dos resultados. Cabe ressaltar, ainda, que a natureza explícita das medidas ora utilizadas pode representar um viés, de modo que construtos como valores (que são desejáveis) e a ganância (que possui conotação

negativa), podem estar sujeitos ao efeito da desejabilidade social.

### Considerações finais e direcionamentos futuros

Em suma, a partir dos resultados ora apresentados, estima-se que o presente estudo tenha expandido as evidências empíricas sobre o traço de ganância no Brasil, nesta oportunidade, conhecendo seus correlatos valorativos e sociodemográficos, tendo em vista que mesmo frente à consensual TSP, tais elementos ainda são recentes em diferentes perspectivas neste campo (e.g., TFVH: Jonason et al., 2018; TMVH: Kajonius et al., 2015). Por fim, os achados foram discutidos sob o panorama da psicologia evolutiva, partindo da ideia de que a ganância pode representar uma pseudopatologia (Crawford & Anderson, 1989), isto é, um traço considerado socialmente indesejável, mas que pode implicar em benefícios psicossociais em certos contextos na sociedade (i.e., desenvolvimento econômico; Koehn et al., 2019), de forma específica de acordo com o sexo dos sujeitos.

Assim, recomendam-se estudos futuros em diferentes estratos amostrais (e.g., adolescentes e adultos maduros) para fins de replicação dos achados encontrados, assegurando o controle de vieses de resposta, por exemplo, através de medidas implícitas (e.g., controle de efeito da desejabilidade social) e/ou controle por aquiescência (e.g., desenvolvimento de medidas com quantidade balanceada de itens positivos e negativos; Soto et al., 2008), assim como de estudos experimentais (e.g., se pessoas descritas como mais gananciosas são menos desejáveis como parceiros de relacionamentos a longo prazo; Lopes et al., 2017). Ademais, é fundamental contar com evidências adicionais de sua faceta aversiva mediante relações com a TSP, e com medidas de estratégias rápida de história de vida (i.e., Teoria da História de Vida; forma de alocação de recursos que os organismos utilizam para maximizar sua aptidão ao meio: maturação e reprodução precoces e baixa expectativa de vida; Roff, 1992). Em suma, estudos futuros sobre a ganância no Brasil

são convenientes por se tratar de um fenômeno onipresente e capaz de descrever diferenças individuais, podendo representar tanto facetas positivas quanto negativas das pessoas no cotidiano (Seuntjens et al., 2016).

### Referências

- Balot, R. K. (2001). *Greed and injustice in classical Athens*. Princeton University Press.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51, 1173-1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Birkás, B., & Csathó, Á. (2016). Size the day: The time perspectives of the Dark Triad. *Personality and Individual Differences*, 86, 318-320. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.06.035>
- Brummer, A. (2015). *Bad banks: Greed, incompetence and the next global crisis*. Random House.
- Buss, D. M. (2016). *The evolution of desire: Strategies of human mating*. Basic Books.
- Buss, D. M., & Schmitt, D. P. (1993). Sexual strategies theory: An evolutionary perspective on human mating. *Psychological Review*, 100, 204-232. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.100.2.204>
- Crawford, C. B., & Anderson, J. L. (1989). Sociobiology: An environmentalist discipline? *American Psychologist*, 44, 1449-1459. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.12.1449>
- Eckel, C. C., & Grossman, P. J. (1998). Are women less selfish than men? Evidence from dictator experiments. *The economic journal*, 108, 726-735. <https://doi.org/10.1111/1468-0297.00311>
- Epskamp, S., Cramer, A. O. J., Waldorp, L. J., Schmittmann, V. D., & Borsboom, D. (2012). qgraph: Network Visualizations of Relationships in Psychometric Data. *Journal of Statistical Software*, 48, 1-18. <https://doi.org/10.18637/jss.v048.i04>
- Ferguson, C. J. (2009). An effect size primer: A guide for clinicians and researchers. *Professional Psychology: Research and Practice*, 40, 532-538. <https://doi.org/10.1037/a0015808>
- Fife-Schaw, C. (2010). Modelos quasi-experimentais. In G. M. Breakwell., S. Hammond., J. A. Smith., & V. G. Haase, *Métodos de pesquisa em psicologia* (pp. 100-115). Artmed.
- Figueredo, A. J., Vásquez, G., Brumbach, B. H., Schneider, S. M., Sefcek, J. A., Tal, I. R., Hill, D., Wenner, C. J., & Jacobs, W. J. (2006). Consilience and life history theory: From genes to brain to reproductive strategy. *Developmental Review*, 26, 243-275. <https://doi.org/10.1016/j.dr.2006.02.002>

- Freires, L. A., Loureto, G. D. L., Ribeiro, M. G. C., Santos, L. C. O., & Gouveia, V. V. (2019). Dispositional Greed Scale: evidências de sua estrutura interna e parâmetros dos itens. *Psico-USF*, 24, 483-493. <https://doi.org/10.1590/1413-82712019240307>
- Fruchterman, T., & Reingold, E. (1991). Graph drawing by force-directed placement. *Software – Practice & Experience*, 21, 1129-1164. <https://doi.org/10.1002/spe.4380211102>
- Furnham, A., & Trickey, G. (2011). Sex differences in the dark side traits. *Personality and Individual Differences*, 50, 517-522. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.11.021>
- Gilliland, S. W., & Anderson, J. (2011). Perceptions of greed: A distributive justice model. In S. W. Gilliland, D. D. Steiner, & D. P. Skarlicki (Eds.), *Emerging perspectives on organizational justice and ethics* (pp. 137-166). Information Age.
- Gilliland, S. W., & Anderson, J. S. (2014). On the psychology of greed. In J. K. Ford, J. R. Hollenbeck, & A. M. Ryan (Eds.), *The nature of work: Advances in psychological theory, methods, and practice* (pp. 99-116). American Psychological Association.
- Gouveia, V. V. (Org.). (2016). *Teoria funcionalista dos valores humanos: áreas de estudo e aplicações*. Vetor.
- Gouveia, V. V., Fonsêca, P. N., Milfont, T. L., & Fischer, R. (2011). Valores humanos: Contribuições e perspectivas teóricas. In C. V. Torres, & E. R. Neiva (Eds.), *A psicologia social: Principais temas e vertentes* (pp. 296-313). ArtMed.
- Gouveia, V. V., Milfont, T. L., & Guerra, V. M. (2014). Functional theory of human values: Testing its content and structure hypotheses. *Personality and Individual Differences*, 60, 41-47. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2013.12.012>
- Greenfeld, L. (2001). *The spirit of capitalism: Nationalism and economic growth*. Harvard University Press.
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford Publications.
- Jonason, P. K., Foster, J. D., Kavanagh, P. S., Gouveia, V. V., & Birkas, B. (2018). Basic values and the Dark Triad traits. *Journal of Individual Differences*, 39, 220-228. <https://doi.org/10.1027/1614-0001/a000267>
- Kajonius, P., Persson, B., & Jonason, P. K. (2015). Hedonism, achievement, and power: Universal values that characterize the Dark Triad. *Personality and Individual Differences*, 77, 173-178. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.12.055>
- Koehn, M. A., Okan, C., & Jonason, P. K. (2019). A primer on the Dark Triad traits. *Australian Journal of Psychology*, 71, 7-15. <https://doi.org/10.1111/ajpy.12198>
- Krekels, G., & Pandelaere, M. (2015). Dispositional greed. *Personality and Individual Differences*, 74, 225-230. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.10.036>
- Levine, D. P. (2005). The corrupt organization. *Human Relations*, 58, 723-740. <https://doi.org/10.1177/0018726705057160>
- Liu, Z., Sun, X., Ding, X., Hu, X., Xu, Z., & Fu, Z. (2019). Psychometric properties of the Chinese version of the Dispositional Greed Scale and a portrait of greedy people. *Personality and Individual Differences*, 137, 101-109. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.08.012>
- Lopes, G. S., Barbaro, N., Sela, Y., Jeffery, A. J., Pham, M. N., Shackelford, T. K., & Zeigler-Hill, V. (2017). Endorsement of social and personal values predicts the desirability of men and women as long-term partners. *Evolutionary Psychology*, 15, 1-8. <https://doi.org/10.1177/1474704917742384>
- Loureto, G. D. L. (2019). *Tomada de Risco Orientada ao Status e Estratégias de Vida: Efeito Mediador das Prioridades Axiológicas* (Dissertação de mestrado). Departamento de Psicologia, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB.
- Mussel, P., & Hewig, J. (2016). The life and times of individuals scoring high and low on dispositional greed. *Journal of Research in Personality*, 64, 52-60. <https://doi.org/10.1016/j.jrjp.2016.07.002>
- Mussel, P., Rodrigues, J., Krumm, S., & Hewig, J. (2018). The convergent validity of five dispositional greed scales. *Personality and Individual Differences*, 131, 249-253. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.05.006>
- Markus, H., & Zajonc, R. B. (1985). The cognitive perspective in social psychology. In G. Lindzey, & E. Aronson (Eds.), *The handbook of social psychology* (pp. 137-230). Random House.
- Paulhus, D. L., Jones, D. N. (2014). Measures of dark personalities. In G. J. Boyle, D.H. Saklofske, & G. Mathews (Eds.), *Measures of personality and social psychological constructs* (pp. 562-594). Academic Press.
- R Development Core Team (2015). *R: A language and environment for statistical computing*. <https://cran.r-project.org/doc/manuals/fullrefman.pdf>
- Richins, M. L., & Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19, 303-316. <https://doi.org/10.1086/209304>
- Richins, M. L. (2004). The material values scale: Measurement properties and development of a short form. *Journal of Consumer Research*, 31(1), 209-219. <https://doi.org/10.1086/383436>
- Robertson, A. F. (2013). *Greed: Gut feelings, growth, and history*. John Wiley & Sons.
- Roff, D. A. (1992). *The Evolution of Life Histories. Theory and Analysis*. Chapman and Hall.
- Rosseel, Y. (2012). *lavaan: An R package for structural equation modeling*. *Journal of Statistical Software*, 48, 1-36. <https://doi.org/10.18637/jss.v048.i02>
- Semenya, S. W., & Honey, P. L. (2015). Dominance styles mediate sex differences in Dark Triad traits. *Personality and Individual Differences*, 83, 37-43. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.03.046>

Schreiber, J. B., Nora, A., Stage, F. K., Barlow, E. A., & King, J. (2006). Reporting structural equation modeling and confirmatory factor analysis results: A review. *The Journal of educational research*, 99(6), 323-338. <https://doi.org/10.3200/JOER.99.6.323-338>

Seuntjens, T. G., Zeelenberg, M., Breugelmans, S. M., & van de Ven, N. (2014). Defining Greed. *British Journal of Psychology*, 106, 505-525. <https://doi.org/10.1111/bjop.12100>

Seuntjens, T. G., Zeelenberg, M., van de Ven, N., & Breugelmans, S. M. (2015). Dispositional Greed. *Journal of Personality and Social Psychology*, 108, 917-933. <https://doi.org/10.1037/pspp0000031>

Seuntjens, T. G., van de Ven, N., Zeelenberg, M., & van der Schors, A. (2016). Greed and adolescent financial behavior. *Journal of Economic Psychology*, 57, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2016.09.002>

Shrout, P. E., & Bolger, N. (2002). Mediation in experimental and nonexperimental studies: New procedures and recommendations. *Psychological Methods*, 7, 422-445. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.7.4.422>

Soto, C. J., John, O. P., Gosling, S. D., & Potter, J. (2008). The developmental psychometrics of big five self-reports: Acquiescence, factor structure, coherence, and differentiation from ages 10 to 20. *Journal of Personality and Social Psychology*, 94(4), 718-737. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.94.4.718>

Tickle, P. (2004). *Greed: The seven deadly sins*. Oxford University Press.

Visser, B. A., Pozzebon, J. A., & Reina-Tamayo, A. M. (2014). Status-driven risk taking: Another "dark" personality? *Canadian Journal of Behavioural Science*, 46, 485-496. <https://doi.org/10.1037/a0034163>

---

### Gleidson Diego Lopes Loureto

Doutor em Psicologia Social pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), em João Pessoa, PB, Brasil. Professor do curso de Psicologia da Universidade Federal de Roraima (UFRR), em Boa Vista, RR, Brasil.

---

### Leogildo Alves Freires

Doutor em Psicologia Social pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), em João Pessoa, PB, Brasil. Professor do Instituto de Psicologia da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), em Maceió, AL, Brasil.

---

### Renan Pereira Monteiro

Doutor em Psicologia Social pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), em João Pessoa, PB, Brasil. Professor do curso de Psicopedagogia da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), em João Pessoa, PB, Brasil.

---

### Alessandro Teixeira Rezende

Doutor em Psicologia Social pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), em João Pessoa, PB, Brasil. Professor do curso de Psicologia da Faculdade de Integração do Sertão (FIS), em Serra Talhada, PE, Brasil.

---

### Valdiney Veloso Gouveia

Doutor em Psicologia Social pela Universidade Complutense de Madrid (UCM), em Madrid, Espanha. Professor titular do Departamento de Psicologia da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e bolsista de produtividade (1A) do CNPq.

---

### Endereço para correspondência

Gleidson Diego Lopes Loureto  
Universidade Federal de Roraima  
Psicologia – Centro de Educação  
Campus Paricarana, Bloco II, sala 06  
Bairro Aeroporto, 69310-000  
Boa Vista, RR, Brasil

*Os textos deste artigo foram revisados pela Poá Comunicação e submetidos para validação do(s) autor(es) antes da publicação.*