

# Materialismo de adolescentes de uma cidade do sul do Brasil

Fernanda Palhares  
Lia Beatriz de Luca Freitas

*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, RS, Brasil*

## Resumo

O materialismo tem ganhado destaque na sociedade moderna, e estudos indicam que a valorização excessiva dos bens materiais pode influenciar negativamente o desenvolvimento dos indivíduos. Investigaram-se os níveis de materialismo em uma amostra de 128 adolescentes entre 11 e 18 anos, de escolas públicas e privadas de Porto Alegre/RS. Utilizaram-se como instrumentos um Questionário Sociodemográfico e a Escala de Valores Materiais – forma reduzida. Os dados foram coletados nas escolas dos participantes. Os resultados sugerem grande variabilidade. Grupo etário, sexo e tipo de escola não apresentam correlação com os níveis de materialismo, enquanto que uso de internet aponta para correlação positiva significativa. Discutem-se esses resultados à luz da literatura, sugerem-se direções para futuras pesquisas e indica-se a adolescência como um momento propício do desenvolvimento humano para a realização de programas de intervenção que visem fomentar a reflexão dos jovens sobre os valores materiais.

**Palavras-chave:** Materialismo; Adolescência; Valores.

## Adolescent materialism in a southern Brazilian city

### Abstract

Materialism is currently a major factor in modern society, and studies indicate that the excessive value placed on material possessions can negatively influence individuals' development. We investigated levels of materialism in a sample of 128 adolescents aged from 11 to 18, from public and private schools in Porto Alegre/RS. We used a socio-demographic questionnaire and the Scale of Material Values – Short Form. The data were collected in the participants' schools. The results suggest a great deal of variability. Age group, gender and school type were not related to the level of materialism, although it was significantly correlated with internet use. We discuss these findings in light of previous literature, suggest future research directions, and note that adolescence is a propitious period in human development to implement intervention programs designed to encourage youths' reflection about materialistic values.

**Keywords:** Materialism; Adolescents; Values.

## Materialismo de adolescentes en una ciudad del sur de Brasil

### Resumen

El materialismo ha ganado importancia en la sociedad moderna. Los estudios muestran que este comportamiento puede influir negativamente en el desarrollo de los individuos. Hemos investigado los niveles de materialismo en una muestra de 128 adolescentes entre 11 y 18 años de escuelas públicas y privadas de la ciudad de Porto Alegre/RS. Se utilizó una Encuesta Sociodemográfica y Escala de Valores Materiales – forma reducida. Los datos fueron recolectados en las escuelas. Los resultados sugieren una gran variabilidad. Grupo de edad, sexo y tipo de escuela no son relacionados con los niveles de materialismo. El uso de internet señala correlación positiva significativa. Los resultados plantean preguntas. El impacto del materialismo extremo en nuestra sociedad lleva a las personas a deficiencias sociales, intelectuales e incluso a la enfermedad. Depende de nosotros trabajar hacia un profundo conocimiento de este problema social e invertir en un futuro mejor para la comunidad.

**Palabras clave:** Materialismo; Adolescencia; Valores.

O que os adolescentes de hoje valorizam? Qual a importância que os jovens dão aos valores materiais? Estes questionamentos, bastante amplos, constituíram o ponto de partida de um estudo sobre os níveis de materialismo de adolescentes de Porto Alegre/RS.

Nas últimas décadas, os valores materiais têm-se tornado cada vez mais preponderantes. Em um estudo longitudinal americano os resultados apontaram para um crescimento na importância do dinheiro, da obtenção de bens materiais e de se ter um emprego muito rentável, ou seja, os valores materiais despontaram como relevantes na vida dos adolescentes (Kasser et al., 2013). É plausível pensar que o mesmo possa estar ocorrendo com os nossos jovens, visto que, no Brasil, tem-se valorizado o ganho imediato, o bem-estar individual e os bens materiais (La Taille & Menin, 2009; O'Dougherty, 2002).

Resultados de pesquisas, contudo, indicam que o materialismo pode repercutir negativamente na vida dos jovens. Os adolescentes que tendem a priorizar os valores materiais sofrem com baixa autoestima e estresse (Chaplin & John, 2007; Jiang, Zhang, Ke, Hawk, & Qiu, 2015; Ku, 2015). Verificou-se também uma correlação significativa entre o materialismo e o baixo rendimento escolar (Goldberg, Gorn, Peracchio, & Bamossy, 2003), apontando assim para prejuízos acadêmicos. Encontrou-se ainda uma relação entre materialismo e o comprar compulsivo em adolescentes (Eren, Eroglu, & Hacioglu, 2012), os quais acreditam que, nos objetos adquiridos, está a felicidade. A sensação de bem-estar, porém, é efêmera e logo outra compra é realizada em uma tentativa de resgatar a felicidade já então perdida.

Uma vez que o exacerbado materialismo pode trazer prejuízos à vida dos adolescentes, é fundamental que se realizem pesquisas sobre esse assunto no âmbito acadêmico, a fim de buscar explicações fundamentadas teoricamente para os resultados encontrados. Os conhecimentos assim produzidos podem servir para o delineamento de programas educativos, não para privar os jovens de bens de consumo (Ferry, 2013), mas para promover uma reflexão sobre outros valores que são essenciais à vida. Conforme assinalou Savater (2012), as posses materiais representam um aspecto importante da vida quando contribuem para uma melhora em sua qualidade e, acima de tudo, valorizam as relações humanas.

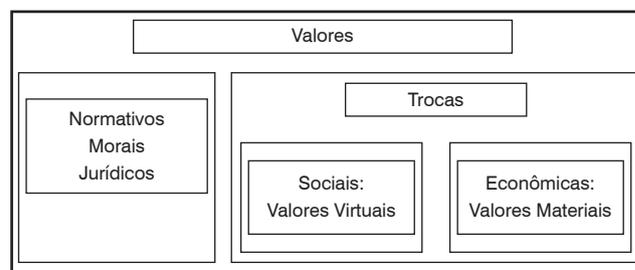
O termo materialismo possui dois sentidos: (a) filosófico e (b) trivial (Comte-Sponville, 2003). No primeiro, o materialismo é uma teoria que diz respeito mais ao ser do que ao dever ser, o segundo sentido “materialismo designa uma personalidade ou um comportamento que privilegia as preocupações

materiais” (p. 143) e diz respeito a uma maneira de viver e, portanto, pertence ao domínio ético. O plano ético está relacionado à busca da felicidade (La Taille, 2010) ou, como dizem os filósofos, à “vida boa”, isto é, uma vida que vale a pena ser vivida. Ainda segundo esse autor, a pergunta que caracteriza o plano ético é “Que vida eu quero viver?”. Independentemente de qual seja a resposta a essa questão, é na adolescência que o jovem começa a refletir sobre seu futuro e a elaborar projetos de vida (e.g., Abreu & Alencar, 2012; D’Aurea-Tardelli, Fittipaldi, Postal, & Reis, 2012; Pinheiro & Arantes, 2015).

## A Hierarquização de Valores

A construção de um projeto de vida está ligada à hierarquização de valores, isto é, à construção de uma escala pessoal de valores (e.g., Freitas, 2011; Piaget, 1965/1973; Prestes, Castro, Tudge, & Freitas, 2014). Elaborar um projeto de vida implica em ter a intenção de realizar algo e, para isso, é necessário fazer escolhas e estabelecer prioridades.

Entende-se por valor um investimento afetivo que move e guia as ações em certa direção (e.g., Menin, Tavares, & Moro, 2013; Prestes et al., 2014; Souza, 2012). Os valores estão presentes desde o início da vida, mas é na adolescência que o jovem, ao mesmo tempo em que começa a raciocinar sobre hipóteses (Piaget & Inhelder, 1955/1976), torna-se capaz de refletir sobre valores e de construir uma escala pessoal de valores (e.g., Abreu & Alencar, 2012; D’Aurea-Tardelli, Fittipaldi, Postal, & Reis, 2012; Pinheiro & Arantes, 2015; Prestes et al., 2014). Esta construção pode abarcar valores normativos (leis e determinações jurídicas), sociais (trocas virtuais entre indivíduos; sentimentos como empatia e gratidão) e materiais (posses e aquisições materiais), conforme ilustra a Figura 1.



**Figura 1.** Esquema de tipos de valores que compõe o sistema de valores com base na teoria de Piaget (1954/2005).

Do ponto de vista psicológico, qual a importância de se hierarquizar valores? A escala de valores de um indivíduo é “sua razão de ser” (Piaget, 1954/2005,

p. 132). Aquilo que uma pessoa mais valoriza ocupa o topo de sua escala; é este valor que dá sentido (direção e significado) a sua vida. Os demais valores de sua escala são meios para atingir a esse fim. A constituição de uma escala de valores não deixa o indivíduo à mercê de desejos e impulsos imediatos nem das pressões de seu meio social.

O mundo pós-moderno oferece inúmeras possibilidades que surgem e desaparecem com extrema velocidade, dificultando a escolha de modelos a seguir. Bauman (2011) comenta que a busca por identidade no mundo moderno estava relacionada com uma construção sólida e estável, cujo lema era a criação, enquanto que no mundo pós-moderno esta mesma busca se traduz em flexibilidade e abertura constante a novas opções, e seu lema tornou-se a reciclagem.

Dentre essas muitas opções, com frequência, os valores materiais ganham *status* que permitem aos jovens experienciar um sentimento de pertença a um determinado grupo (Cardoso, 2006). Como a identidade está em formação, o adolescente necessita de aprovação do grupo de pares para legitimar suas escolhas e estes vínculos permitem ao jovem estabelecer relações de cooperação e contato com outros contextos, realidades e ideologias, ampliando as referências de mundo do adolescente para além de seu grupo familiar (Jiang et al., 2015; Schoen-Ferreira & Aznar-Farias, 2003). Dittmar e Pepper (1994) indicaram que os adolescentes percebem as posses materiais como diretamente relacionadas à inteligência, ao sucesso e até mesmo com bons relacionamentos. Esta crença no poder dos valores materiais é o que pode fazer com que adolescentes persigam um ideal materialista, segundo o qual os indivíduos são aceitos ou desprezados em função da quantidade de bens que possuem.

## Materialismo

No campo da psicologia, Kasser (2002; 2005) definiu o materialismo como a valorização da aquisição e do acúmulo de bens materiais além daquilo que seria necessário para atender as necessidades humanas básicas, podendo ser medido pela valorização da riqueza, popularidade e atratividade. Richins e Dawson (1992) definem materialismo como “um valor que guia as escolhas dos indivíduos e os conduz a uma variedade de situações, inclusive, mas não limitado, a áreas de consumo” (p. 307). Também diz respeito “a importância atribuída à posse e à aquisição de bens materiais para alcançar os principais objetivos de vida e estados desejáveis” (Richins, 2004, p. 210), inclusive a felicidade. O materialismo pode ser visto

como uma maneira de viver relacionada ao consumo de bens que tem por finalidade além da posse de um objeto particular toda uma gama de objetivos e desejos associados à aquisição.

O materialismo parece estar presente em toda a sociedade e, talvez, diferenças entre níveis socioeconômicos distintos relacionem-se mais ao preço dos itens desejados que aos níveis de consumo dos mesmos. Em uma pesquisa realizada no Brasil com escolares de baixa renda de uma cidade da região metropolitana de Porto Alegre/RS os resultados apontaram os valores materiais como predominantes nas relações entre crianças, as quais buscam visibilidade e são valorizadas aos olhos dos pares em função dos objetos que portam (Momo & Costa, 2010).

No Brasil, as diferenças socioeconômicas se reproduzem no sistema educacional (Guzzo & Filho, 2005), e o custo das escolas privadas é visto pelos pais como relacionado à qualidade do ensino ofertado (Vargas, 2009). Devido a essas características do contexto educacional em nosso país, escolas públicas e privadas podem ser vistas como marcadores socioeconômicos. Pesquisas realizadas com respondentes de escolas públicas e privadas abarcam diferenças sociais e permitem a comparação dos resultados com aqueles encontrados em estudos realizados em outros países (Chaplin & John, 2007; Dittmar & Pepper, 1994). Embora o apreço pelos valores materiais afete a população como um todo, resultados de pesquisa indicaram uma diferença entre os sexos: os homens apareceram como mais materialistas e consumistas do que as mulheres, as quais pareceram ser mais impulsivas em relação às compras (Segal & Podoshen, 2013). Essa diferença surgiu também no tipo de produto adquirido e na expectativa que os compradores colocam na aquisição (Dittmar, Beattie, & Friese, 1995). Dados semelhantes foram encontrados em um estudo com adolescentes (Bindah & Othman, 2012). Contudo, alguns autores não encontraram diferença significativa entre os sexos quanto aos níveis de materialismo (e.g., Cardoso, 2006; Chan & Pendergast, 2007).

Embora crianças e adolescentes não sejam imunes ao materialismo, relativamente poucos estudos investigaram o desenvolvimento do materialismo em jovens e os dados existentes sobre esse assunto são inconsistentes. Alguns estudos não encontraram diferenças entre as crianças mais jovens (9 a 11 anos de idade) e as mais velhas (12 a 14 anos de idade) (Achenreiner, 1997; Goldberg et al., 2003). O estudo de Goldberg e colaboradores (2003) investigou um total de 988 adolescentes, dos quais 26% apresentaram baixos índices de materialismo, 28%, altos índices de

materialismo e o restante da amostra relatou níveis médios. No entanto, Chaplin e John (2007) encontraram uma relação não linear entre idade e materialismo: jovens de 12 e 13 anos apresentaram maiores índices de materialismo que crianças menores e também que adolescentes mais velhos. Cardoso (2006) constatou que os participantes mais velhos de sua amostra (6 a 11 anos) eram mais materialistas que os mais jovens. Tudge, Freitas, Mokrova, Wang e O'Brien (2015) solicitaram a jovens norte-americanos escrever qual era o seu maior desejo. Crianças de sete a 11 anos de idade expressaram mais desejos relacionados a valores materiais e hedonistas enquanto aquelas de 12 a 14 anos mencionaram com maior frequência o seu bem-estar no futuro e 20% delas sobre o bem-estar de suas famílias, comunidades ou do mundo em geral.

As estratégias de *marketing* encontram no público jovem um perfil de consumidores que sabem o que desejam e têm influência na hora das compras da família (Calvert, 2008; Chaplin & John, 2007; Goldberg et al., 2003). Pesquisas têm enfatizado a relação entre a exposição à mídia (televisão e internet) com os níveis de materialismo. De acordo com a literatura, estas variáveis estão relacionadas aos níveis de consumo: quanto maior a exposição à televisão e à internet, maiores os níveis de materialismo em adolescentes (Opree, Moniek, & Valkenburg, 2012; Sirgy et al., 2012). Chia (2010), refere que a relação da exposição à televisão com o aumento do materialismo acontece em função das propagandas veiculadas, as quais mostram aos adolescentes que eles podem realizar suas metas de vida por meio da aquisição de bens materiais, utilizando uma forma de persuasão para que eles considerem as posses materiais como as próprias metas de vida. Similares estratégias de *marketing* encontram-se na internet: o estímulo à compra de produtos aparece em *sites* de relacionamento e entretenimento, aos quais crianças e adolescentes têm pleno acesso (Sramová, 2015).

O materialismo encontra-se presente na vida dos adolescentes de nossa sociedade, mas diferenças nos níveis de materialismo podem aparecer em relação à classe social, sexo ou idade dos jovens. A fim de conhecer a relação dos jovens com os valores materiais, investigaram-se os níveis de materialismo de adolescentes e a influência das variáveis (a) tipo de escola, (b) sexo e (c) grupo etário nos níveis de materialismo. Além disso, uma vez que as estratégias de *marketing* parecem influenciar nos níveis de materialismo, examinou-se também se haveria uma correlação destes níveis com o número de horas de exposição à televisão e de uso da internet.

## Método

### Participantes

Participaram deste estudo 128 adolescentes, de 11 a 18 anos (média de idade=13,80; desvio padrão=1,74), sendo 34 do sexo masculino e 94 do sexo feminino. Os participantes cursavam entre o 5º ano do Ensino Fundamental e o 3º ano do Ensino Médio. A composição da amostra foi feita por conveniência, em duas escolas públicas (75,8%) e uma escola particular de Porto Alegre/RS.

### Delineamento e Procedimentos

Este é um estudo de levantamento do tipo correlacional com delineamento transversal (Cozby, 2003; Shaughnessy, Zechmeister, & Zechmeister, 2012). Inicialmente, solicitou-se a permissão da Dra. Martha Richins para a tradução e utilização da Escala de Valores Materiais – Versão Reduzida (Richins, 2004). Após a autorização da autora, a escala foi traduzida do inglês para o português por duas pessoas fluentes em ambas as línguas. A seguir, apresentaram-se os itens a algumas crianças de 10 anos de idade, estudantes de uma escola pública, para verificar a compreensão dos mesmos. Constatado o entendimento dos itens pelas crianças, os mesmos foram mantidos. Realizou-se uma tradução de volta para a língua inglesa por outras duas pessoas fluentes em ambas as línguas e a escala final se manteve fiel à escala original.

Após a aprovação do projeto de pesquisa pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Psicologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (protocolo nº 22485), foram contatadas escolas públicas e privadas da cidade de Porto Alegre/RS, no ano de 2014. A direção de cada instituição de ensino que concordou em participar do estudo assinou um documento autorizando a realização da pesquisa. Pais ou responsáveis legais receberam e assinaram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Os adolescentes receberam e assinaram um Termo de Assentimento e os maiores de 18 anos assinaram o TCLE. As escolas disponibilizaram uma sala para que a pesquisa pudesse ser realizada na escola e os participantes eram chamados em suas turmas de forma a não prejudicar os demais colegas que estavam em sala de aula e que não participariam da pesquisa.

### Instrumentos

*Ficha de Dados Sociodemográficos*: corresponde a um instrumento criado pelos pesquisadores com questões referentes à configuração amostral, tais como idade, sexo, tipo de escola, escolaridade e também horas de exposição à televisão e o uso da internet.

*Escala de Valores Materiais – Forma Abreviada:* tradução da *Materialism Value Escala – Short Form* (Richins, 2004) composta de 12 itens em formato de escala Likert de cinco pontos (1 – Discordo Totalmente; 5 – Concordo Totalmente). A escala apresenta 12 itens divididos em três dimensões: sucesso (4 itens), centralidade (5 itens) e felicidade (3 itens). As dimensões se referem à: (a) sucesso definido pela posse de bens materiais (ex.: “Eu admiro as pessoas que possuem casas, carros e roupas caras”), (b) centralidade nas aquisições (ex.: “Comprar coisas me dá muito prazer”), e (c) aquisições como busca da felicidade (ex.: “Eu seria mais feliz se eu pudesse comprar mais coisas”). A escala apresentou Alfa de Cronbach de 0,809.

### Análise dos dados

Para a análise dos dados, utilizou-se o pacote estatístico SPSS versão 20. Investigaram-se os níveis de materialismo dos participantes, a fim de compreender se existem diferenças entre: (a) os tipos de escola (pública ou privada); (b) os sexos; (c) os grupos etários estudados. Examinou-se ainda se existiria uma correlação entre os níveis de materialismo e o número de horas de exposição à televisão e o uso da internet. Para estas análises, realizou-se comparação de médias através de ANOVA e Teste *t* de Student para amostras independentes.

## Resultados

Calculou-se o poder da amostra por sexo, grupo etário e tipo de escola. O resultado do poder da amostra

por grupo etário e por tipo de escola foi considerado bom com valores acima de 90%. Na amostra dividida por sexo dos participantes, porém, o poder ficou em 31,33%.

A seguir, analisaram-se as respostas dos participantes à Escala de Valores Materiais (EVM), as quais foram separadas em quartis. Os resultados dos quartis inferior e superior são mostrados por dimensão e total da EVM (Tabela 1).

Calculou-se a diferença entre as médias para tipo de escola, sexo e grupo etário, utilizando-se o teste *t* de Student (Tabela 2). Nos resultados para tipo de escola constatou-se, na dimensão Centralidade, diferença significativa em nível de  $p < 0,05$ , sendo que os respondentes de escola particular obtiveram as maiores médias. As demais dimensões não apresentaram diferenças significativas para os tipos de escola. Em relação ao sexo as diferenças não foram significativas em nenhuma das três dimensões. Em relação aos grupos etários, os participantes foram divididos em: (a) Grupo 1 – de 11 a 14 anos de idade e (b) Grupo 2 – de 15 a 18 anos de idade. O resultado não assinalou diferenças entre os níveis de materialismo e os grupos etários dos participantes.

Além disso, para verificar diferenças entre os níveis de materialismo e sua interação com as variáveis sexo, tipo de escola e grupo etário, utilizou-se uma ANOVA. A interação dos fatores com materialismo total não foi significativa,  $F(3, 121)=0,613$ ,  $p=0,608$ . Por fim, calculou-se a correlação e interação entre o número de horas de exposição à televisão, o número de horas de uso da internet e os níveis de materialismo.

TABELA 1  
Níveis de materialismo separados em quartis inferior e superior.

Dimensões	Média	DP	Valores Inferiores		Valores Superiores	
			Quartil (%)	Escore	Quartil (%)	Escore
Sucesso	10,41	3,32	30,5	4	26,7	19
Centralidade	13,8	4,96	28	5	25,8	25
Felicidade	8,40	3,43	32,8	3	28,1	6
Total	32,59	9	27	13	39	59

TABELA 2  
Diferenças de Médias entre Sexo, Tipo de Escola e Grupo Etário.

	Sucesso	Centralidade	Felicidade
Sexo	0,332	0,309	,0792
Tipo de escola	0,873	<b>0,030*</b>	0,358
Grupo etário	0,338	0,454	0,670

\*  $p < 0,05$ .

TABELA 3  
ANOVA: Significância das Variáveis Grupo Etário, Sexo, Tipo de Escola, Horas TV e Horas Internet para os Níveis de Materialismo.

Fonte	Soma dos Quadrados Tipo III	Graus de Liberdade	Média Quadrada	F	p
Grupo etário	59,28	1	59,28	0,715	0,399
Tipo de Escola	0,00	1	0	0	0,995
Sexo	15,92	1	16,92	0,204	0,652
Grupo etário * Tipo de escola * Sexo	152,45	3	50,18	0,613	0,608
Erro	10032,28	121	82,91		
Horas TV	284,05	5	56,81	0,814	0,543
Horas Internet	1338,72	5	267,74	3,837	<b>0,003*</b>
Horas TV * Horas Internet	2019,78	24	84,15	1,206	0,258
Erro	6420,52	92	69,788		

A quantidade de horas que o adolescente assiste televisão não indicou correlação com os níveis de materialismo obtidos. O uso da internet, contudo, apresentou correlação diretamente proporcional com os níveis de materialismo,  $F(5, 92)=3,837$ ,  $p=0,003$ . A interação dos fatores não foi significativa,  $F(24,92)=1,206$ ,  $p=0,258$  (Tabela 3).

## Discussão

Em nossa sociedade, não raras vezes os valores materiais têm sido priorizados, apresentando-se como respostas aos objetivos de vida das pessoas (Twenge & Kasser, 2013). Entretanto, estudos apontam que a ênfase neste tipo de valores agrega prejuízos em vários âmbitos da vida humana (Jiang et al., 2015; Ku, 2015). Este estudo buscou examinar os níveis de materialismo nos adolescentes da cidade de Porto Alegre/RS e conhecer um pouco mais sobre as variáveis que impactam no materialismo extremo.

Na amostra investigada 45,2% dos participantes encontra-se em níveis médios de materialismo e 26,8% apresentam níveis altos de materialismo, podendo significar prejuízos para suas vidas futuras (Chaplin & Jon, 2007; Jiang et al., 2015). Cabe dizer que os resultados encontrados são similares ao do estudo de Goldberg et al. (2003).

Quanto aos níveis de materialismo por tipo de escola, os dados não sugerem diferenças significativas. Pesquisas realizadas com adolescentes de classes sociais diferentes confirmam estes achados, sugerindo que em nossa sociedade ocidental o materialismo está presente em todas as camadas sociais (Chaplin & John, 2007; Isaksen & Roper, 2012). Uma possível explicação para este resultado está na comparação social: a aprovação dos pares e o sentimento de pertença a determinado

grupo, muito se dá na forma de vestir, nas marcas consumidas, nos locais frequentados, sendo que este fenômeno ocorre com a maioria dos adolescentes, independente de qual seja o seu poder aquisitivo (Chan, 2013; Chaplin & Jon, 2007).

Considerou-se importante testar também a diferença nos níveis de materialismo entre os sexos, em função de que os resultados de pesquisas anteriores foram inconsistentes. (Bindah & Othman, 2012; Cardoso, 2006; Chan, 2013; Goldberg et al., 2003; Kasser, 2002; Schaefer, Hermans, & Parker, 2004). Neste estudo, a correlação dos níveis de materialismo com o sexo dos participantes não foi significativa. O resultado obtido deve ser interpretado com cautela, devido ao baixo poder da amostra para diferenças entre sexo. Em futuras investigações, sugere-se aumentar o tamanho da amostra e buscar parear os participantes por sexo.

Em relação à idade, as análises não indicaram diferenças significativas entre o Grupo 1 (11 a 14 anos) e o Grupo 2 (15 a 18 anos). Nesta área, encontram-se resultados conflitantes na literatura. Alguns estudos com adolescentes assinalam uma diminuição dos níveis de materialismo relacionada ao aumento da idade; outros concluem que o materialismo é um traço que se mantém estável ao longo do desenvolvimento, não sendo possível apontar diferenças significativas entre a adolescência inicial e final (Chaplin & Jon, 2007; Goldberg et al., 2003; Moore & Moschis, 1981; Schaefer et al., 2004).

As diferenças entre grupos etários podem ocorrer em função da fase do desenvolvimento moral em que o participante se encontra (Piaget, 1932/1992, 1954/2005). O desenvolvimento da autonomia no âmbito da moralidade propicia um maior entendimento acerca dos valores e objetivos desejados para a vida

(Prestes et al., 2014). No presente estudo, não se utilizou uma escala para examinar o nível de desenvolvimento moral dos participantes, o que, talvez, possa contribuir para o entendimento dos resultados conflitantes encontrados na literatura em relação à influência etária.

Conforme mencionado, estudos têm associado a exposição à mídia (televisão e internet) com os níveis de materialismo (Oprea, Moniek, & Valkenburg, 2012; Sirgy et al., 2012). Os dados coletados confirmaram parcialmente os achados desses estudos, uma vez que a exposição à internet apresentou correlação significativa com os níveis de materialismo enquanto que a exposição à televisão não confirmou esta tendência.

## Considerações Finais

Este estudo avaliou os níveis de materialismo em adolescentes da cidade de Porto Alegre/RS e buscou compreender o impacto do extremo materialismo na vida dos indivíduos. Os resultados deste estudo indicam que, as variáveis (a) sexo, (b) tipo de escola, (c) grupo etário e (d) exposição à televisão não influenciam nos níveis de materialismo dos adolescentes respondentes. Estes níveis parecem estar relacionados, porém, com o número de horas de uso da internet, sendo que quanto maior o uso diário, maiores os escores em materialismo. De acordo com Maidel e Vieira (2015), os jovens necessitam da mediação dos adultos, especialmente dos pais, no uso da internet, uma vez que estes podem

orientar os jovens para o bom uso dos recursos tecnológicos da sociedade contemporânea. Isso é válido inclusive no que diz respeito ao cuidado contra a exposição excessiva aos valores materiais, presentes nas propagandas veiculadas em sites acessados pelos adolescentes (Sramová, 2015).

A maioria das publicações que busca compreender a relação entre os níveis de materialismo e a adolescência relatam pesquisas realizadas em outros países, principalmente nos EUA (Dittmar, 2004; Goldberg et al., 2003; Kasser, 2005). Para que possa ser considerado como parte do desenvolvimento humano, é necessário que um fenômeno se encontre em contextos culturais diferentes (Tudge & Freitas, 2012). Neste sentido, o presente estudo vem a contribuir para o conhecimento dessa relação em adolescentes de nosso país.

Com relação às limitações deste estudo temos a falta de pareamento da amostra por sexo, grupo etário e tipo de escola. Apesar de não ter sido possível obter amostras pareadas, somente a amostra por sexo apresentou um baixo poder. Em futuros estudos, sugere-se controlar melhor a distribuição dos participantes para que se obtenham dados mais robustos.

Os resultados encontrados suscitam questionamentos. O impacto do materialismo extremo em nossa sociedade tem levado os indivíduos a prejuízos sociais, intelectuais e até ao adoecimento. Cabe a nós trabalhar no sentido de conhecer a fundo esta questão social e investir em um futuro melhor para a comunidade.

## Referências

- Abreu, E. F. & Alencar, H. M. de. (2012). Projetos de vida e profissional: um estudo com universitários da área da saúde. *Psicologia da Educação*, 35, 144-170.
- Achenreiner, G. B. (1997). Materialistic values and susceptibility to influence in children, in *Advances in Consumer Research*, 24, 82-88.
- Bauman, Z. (2011). *Vida em Fragmentos: sobre ética pós-moderna*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bindah, E. V. & Othman, M. N. (2012). Age and gender differences associated with family communication and materialism among young urban adult consumers in Malaysia: A one-way analysis of variance (ANOVA). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(11), 228-246.
- Calvert, S. L. (2008). Children as consumers: Advertising and marketing. *The Future of Children*, 18, 205-234. <http://dx.doi.org/10.1353/foc.0.0001>
- Cardoso, A. (2006). *Marketing de vestuário de criança: a relação das crianças com as marcas de vestuário, a moda e o estilo de vestir*. (Tese de Doutorado). Universidade do Minho, Guimarães.
- Chan, K. (2013). Development of materialistic values among children and adolescents. *Young Consumers*, 14(3), 244-257. <http://dx.doi.org/10.1108/YC-01-2013-00339>
- Chan, K. & Prendergast, G. (2007). Materialism and social comparison among adolescents. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 35(2), 213-228. <http://dx.doi.org/10.2224/sbp.2007.35.2.213>
- Chaplin, L. N. & John, D. R. (2007). Growing up in a material world: Age differences in materialism in children and adolescents. *Journal of Consumer Research*, 34(4), 480-493. <http://dx.doi.org/10.1086/518546>
- Chia, S. C. (2010). How social influence mediate effects on adolescents' materialism. *Communication Research*, 37(3), 400-419. <http://dx.doi.org/10.1177/0093650210362463>
- Churchill, G. A. & Moschis, G. P., (1979). Television and interpersonal influences on adolescent consumer learning. *Journal of Marketing Research*, 6, 23-35. <http://dx.doi.org/10.1086/208745>

- Comte-Sponville, A. (2003). Materialismo (A. M. Ribeiro-Althoff, Trans.). In M. Canto-Sperber (Ed.). *Dicionário de ética e filosofia moral*, 2 (pp. 143-149). São Leopoldo: Editora Unisinos.
- Cozby, P. C. (2003). *Pesquisa de levantamento: uma metodologia para estimular pessoas a falar sobre si mesmas*. Método de Pesquisa em Ciência do Comportamento. São Paulo: Atlas.
- D'Aurea-Tardelli, D., Fittipaldi, H., Postal, J., & Reis, P. M. (2012). Jovens e valores: Um estudo realizado em colégio bilíngue em São Paulo. *Nuances: Estudos sobre educação*, 23(24), 95-121. <http://dx.doi.org/10.14572/nuances.v23i24.1893>
- Dittmar, H. (2004). Are you what you have? *The Psychologist*, 17(4), 206-211.
- Dittmar, H., Beattie, J., & Friese, S. (1995). Gender identity and material symbols: Objects and decision considerations in impulse purchases. *Journal of Economic Psychology*, 16, 491-511. [http://dx.doi.org/10.1016/0167-4870\(95\)00023-H](http://dx.doi.org/10.1016/0167-4870(95)00023-H)
- Dittmar, H. & Pepper, L. (1994). To have is to be: materialism and person perception in working-class and middle-class British adolescents. *Journal of Economic Psychology*, 15, 233-251. [http://dx.doi.org/10.1016/0167-4870\(94\)90002-7](http://dx.doi.org/10.1016/0167-4870(94)90002-7)
- Eren, S. S., Eroglu, F., & Hacioglu, G. (2012). Compulsive buying tendencies through materialistic and hedonic values among college students in Turkey. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 58, 1370-1377. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1121>
- Ferry, L. (2013). *Do amor: Uma filosofia para o século XXI*. (R. Janowitz, Trad.). Rio de Janeiro: Difel.
- Freitas, L. B. L. (2011, julho). Vontade: Instrumento de autorregulação em situações de conflito. Trabalho apresentado no II Congresso de Pesquisas em Psicologia e Educação Moral, Campinas – SP.
- Goldberg, M. E., Gorn, G. J., Peracchio, L. A., & Bamossy, G. (2003). Understanding materialism among youth. *Journal of Consumer Psychology*, 13, 278-288. [http://dx.doi.org/10.1207/s15327663jcp1303\\_09](http://dx.doi.org/10.1207/s15327663jcp1303_09)
- Guzzo, R. S. L. & Filho, A. E. (2005). Desigualdade social e sistema educacional brasileiro: A urgência da educação emancipadora. *Escritos sobre Educação*, 4(2), 39-48.
- Isaksen, K. J. & Roper, S. (2012). The commodification of self-esteem: Branding and british teenagers. *Psychology & Marketing*, 29(3), 117-135. <http://dx.doi.org/10.1002/mar.20509>
- Jiang, J., Zhang, Y., Ke, Y., Hawk, S. T., & Qiu, H. (2015). Can't buy me friendship? Peer rejection and adolescent materialism: Implicit self-esteem as a mediator. *Journal of Experimental Social Psychology*, 58, 48-55. [http://dx.doi.org/10.1007/0-387-23823-9\\_22](http://dx.doi.org/10.1007/0-387-23823-9_22)
- Kasser, T. (2002). *The high price of materialism*. Cambridge: The MIT Press.
- Kasser, T. (2005). *Frugality, generosity, and materialism in children and adolescents*. In K. A. Moore, H. Ippman (Orgs.). *What do children need to flourish? Conceptualizing and measuring indicators of positive development* (pp. 357-373). New York: Kluwer/Plenum,
- Kasser, T., Rosenblum, K. L., Sameroff, A. J., Deci, E. L., Niemiec, C. P., Ryan, R. M., Arnadottir, O., Bond, R., Dittmar, H., Dungan, N., & Hawks, S. Changes in materialism, changes in psychological well-being: Evidence from three longitudinal studies and an intervention experiment. *Motivation & Emotion*, 38(2014): 1-22. <http://dx.doi.org/10.1007/s11031-013-9371-4>
- Ku, L. (2015). Development of materialism in adolescence: The longitudinal role of life satisfaction among chinese young. *Social Indicators Research*, 124, 231-247. <http://dx.doi.org/10.1007/s11205-014-0787-3>
- La Taille, Y. (2010). *Formação ética: do tédio ao respeito de si*. Porto Alegre: Artes Médicas.
- La Taille, Y. & Menin, M. S. S. (2009). *Crise de valores ou valores em crise?* Porto Alegre: Artes Médicas.
- Maidel, S. & Vieira, M. L. (2015). Mediação parental do uso da internet pelas crianças. *Psicologia em Revista*, 21(2), 293-313. <http://dx.doi.org/10.5752/P.1678-9523.2015V21N2P292>
- Menin, M. S. S., Tavares, M. R., & Moro, A. (2013). Mensurando valores morais: uma pesquisa com alunos do 6º ao 9º ano do ensino fundamental. *Revista de Educação Pública*, 22(49/2), 525-549.
- Momo, M. & Costa, M. V. (2010). Crianças escolares do século XXI: para se pensar um a infância pós-moderna. *Cadernos de Pesquisa*, 40(141), 965-991.
- Moore, R. L. & Moschis, G. P. (1981). The Role of Family Communication in Consumer Learning. *Journal of Communication*, 31(4), 42-51. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1981.tb00449.x>
- O'Dougherty, M. (2002). *Consumption intensified: The politics of middle-class daily life in Brazil*. Durhan and London: Duke University Press.
- Oprea, S. J., Moniek, B., & Valkenburg, P. (2012). Lower life satisfaction related to materialism in children frequently exposed to advertising. *Pediatrics*, 10(3), 486-491. <http://dx.doi.org/10.1542/peds.2011-3148>
- Piaget, J. (1932/1994). *O juízo moral na criança*. São Paulo: Summus.
- Piaget, J. (1954/2005). *Inteligencia y afectividad*. Buenos Aires: Aique Grupo Editor.
- Piaget, J. (1965/1973). *Estudos sociológicos*. Rio de Janeiro: Forense.
- Piaget, J. & Inhelder, B. (1955/1976). *O pensamento adolescente*. Da lógica da criança à lógica do adolescente: ensaio sobre a construção das estruturas operatórias formais. São Paulo: Pioneira.
- Pinheiro, V. P. G. & Arantes V. A. (2015). Values and feelings in young brazilians' purposes. *Paidéia*, 25 (61), 201-209. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-43272561201508>

- Prestes, A. C., Castro, F. M. P., Freitas, L. B. L., & Tudge, J. (2014). Desenvolvimento de valores em crianças e adolescentes. *Leopoldianum*, 110, 25-38.
- Richins, M. L. (2004). The material values scale: measurement properties and development of a short form. *Journal of Consumer Research*, 31, 209-219. <http://dx.doi.org/10.1086/383436>
- Richins, M. L. & Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303-316. <http://dx.doi.org/10.1086/209304>
- Savater, F. (2012). Ética para meu filho. São Paulo: Planeta.
- Schaefer, A. D., Hermans, C. M., & Parker, R. S. (2004). A cross-cultural exploration of materialism in adolescents. *International Journal of Consumer Studies*, 28(4), 399-411. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1470-6431.2004.00395.x>
- Shaughnessy, J. J., Zechmeister, E. B., & Zechmeister, J. S. (2012). *Metodologia de pesquisa em psicologia*. Porto Alegre: AMGH Editora.
- Schoen-Ferreira, T. H. & Aznar-Farias, M. (2003). A construção da identidade em adolescentes: um estudo exploratório. *Estudos de Psicologia*, 8(1), 107-115. <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-294X2003000100012>
- Segal, B. & Podoshen, J. S. (2013). An examination of materialism, conspicuous consumption and gender differences: Materialism, conspicuous consumption and gender differences. *International Journal of Consumer Studies*, 37(2), 189-198. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1470-6431.2012.01099.x>
- Sirgy, M. J., Gurel-Atay, E., Webb, D., Cicic, M., Husic, M., Ekici, A., Herrmann, A., Hegazy, I., Lee, D., & Johar, J. S. (2012). Linking advertising, materialism, and life satisfaction. *Social Indicator Research*, 107(1), 79-101. <http://dx.doi.org/10.1007/s11205-011-9829-2>
- Souza, M. T. C. C. (2012). Afetividade segundo Jean Piaget: contribuições para a psicologia do desenvolvimento. In C. B. Rossetti & A. C. Ortega (Eds.). *Cognição, afetividade e moralidade: estudos segundo o referencial de Jean Piaget* (pp. 137-154). São Paulo: Casa do Psicólogo.
- Sramová, B. (2015). Marketing and media communications targeted to children as consumers. *Procedia –Social and Behavioral Sciences*, 191, 1522-1527. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.568>
- Tudge, J. R. H. & Freitas, L. B. L. (2012). Internationalization, globalization and culture. *Psicologia e Sociedade*, 24(3), 547-556. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-71822012000300008>
- Tudge, J. R. H., Freitas, L. B. L., Wang, Y. C., Mokrova, I. L., & O'Brien, M. (2015). The wishes and expression of gratitude of youth. *Paidéia*, 25, 281-288. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-43272562201501>
- Twenge, J. M. & Kasser, T. (2013). Generational changes in materialism and work centrality, 1976-2007: Associations with temporal changes in societal insecurity and materialistic role modeling. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 39(7), 883-897. <http://dx.doi.org/10.1177/0146167213484586>
- Vargas, M. L. F. (2009). Estudos sobre o funcionamento do sistema de ensino: Da reprodução das desigualdades sociais ao efeito escola. *Cadernos de Educação*, 32, 105-122. ■

**Autoras:**

Fernanda Palhares – Mestre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.  
Lia Beatriz de Luca Freitas – Pós-Doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

**Endereço para correspondência:**

Fernanda Palhares  
Av. Protásio Alves, 891/14  
90410-000 Porto Alegre, RS, Brasil  
<[ferzinha.palhares@gmail.com](mailto:ferzinha.palhares@gmail.com)>

Recebido em: 13.04.2016

Aceito em: 30.09.2016