

Perfiles de Razonamiento Económico, Materialismo, Actitudes Hacia el Consumo, Endeudamiento, Influencia de Pares y Satisfacción Vital en Adolescentes de Temuco, Santiago y La Serena

Marianela Denegri¹
Universidad de La Frontera

Ponencia Libre presentada en el V Congreso Anual de la Sociedad Científica de Psicología de Chile
(La Serena, Coquimbo, Chile, 5 y 6 de abril de 2018)

Este trabajo discute el impacto que las actuales sociedades de consumo han tenido en el desarrollo identitario de la población, especialmente en la adolescencia, puesto que los adolescentes se encuentran en un período de descubrirse y afirmarse socialmente. En esta etapa los símbolos asociados a los objetos de consumo son vinculados a la autorrealización y cumplen la función de apoyar la construcción de una identidad propia y lograr prestigio frente a los pares (Denegri & Martínez, 2004; Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo/Instituto Nacional de la Juventud, 2003). En este contexto, el objetivo fue elaborar un perfil descriptivo de las actitudes hacia el dinero, materialismo, influencia de pares y satisfacción vital en adolescentes de 1° y 2° medio de establecimientos de distinta dependencia y nivel socioeconómico de Temuco, Santiago y La Serena. Participaron 1280 adolescentes que respondieron en sus aulas, previa autorización de sus padres y su propio consentimiento, una serie de instrumentos. Estos fueron las escalas de actitudes hacia la compra (Luna Arocas & Fierres, 1998), materialismo para adolescentes (Goldberg, Gorn, Peracchio & Bamossy, 2003), susceptibilidad a la influencia de los pares en el consumo (Bearden, Netemeyer & Teel, 1989), en la adaptación para adolescentes de Zhang (2001), y satisfacción con la vida para estudiantes (Huebner, 1991). Todas las escalas fueron adaptadas a jóvenes y analizadas en sus propiedades psicométricas. Se realizaron análisis descriptivos y de conglomerados jerárquico. Los resultados señalan niveles medios de razonamiento económico y se identifican 3 conglomerados, de los cuales destaca un perfil de riesgo compuesto por adolescentes con bajo nivel de razonamiento económico, alta impulsividad, materialismo e influenciados por los pares. Los resultados se discuten considerando la influencia de la sociedad de consumo en la construcción de la identidad adolescente.

Palabras clave: adolescencia, consumo, identidad, perfiles

¹ marianela.denegri@ufrontera.cl