

La Orientación Materialista de Valores y Bienestar

Helga Dittmar, Amy Isham

Resumen

Las personas con una fuerte orientación materialista de valores (OMV) creen que la adquisición de más dinero y posesiones materiales costosas mejorará su bienestar y su posición social. Paradójicamente, el

El afán por conseguir cada vez más dinero y bienes materiales como medio para mejorar el bienestar suele socavar la calidad de vida.

afán por conseguir cada vez más dinero y bienes materiales como medio para mejorar el bienestar suele socavar la calidad de vida. Este artículo documenta cómo la OMV se ha relacionado con un menor bienestar en diferentes facetas del bienestar (personal, social y medioambiental) y que estas asociaciones negativas se han registrado a lo largo de toda la vida. Sin embargo, también muestra que el vínculo es complejo en el sentido de que puede ser moderado por ciertos factores personales y culturales y es bidireccional en su naturaleza. Al demostrar un efecto predominantemente negativo de la OMV sobre el bienestar, las pruebas ponen de relieve la necesidad de intervenciones para reducir la OMV y modificar la forma en que las personas se relacionan con las posesiones materiales.



Imagen de [Jacob Vizek](#) en [Unsplash](#)

El consumo en sí no es ni bueno ni malo para el bienestar. Lo que importa son los motivos que impulsan la adquisición

Cuando las personas ven la adquisición de productos como un medio para mejorar su imagen, aumentar su felicidad o alcanzar un determinado estatus social, esto suele tener efectos perjudiciales para su bienestar.

de un producto y cómo se relacionan las personas con los artículos que compran. Si alguien compra un artículo con la intención de aprender una nueva habilidad utilizándolo, o para regalárselo a otra persona como muestra de su amor, esto puede aumentar su bienestar.

Sin embargo, cuando las personas ven la adquisición de productos como un medio para mejorar su imagen, aumentar su felicidad o alcanzar un determinado estatus social, esto suele tener efectos perjudiciales para su bienestar. Este último punto de vista puede describirse como una orientación materialista de valores (OMV).

Definición de Materialismo

La OMV describe la orientación de las personas hacia el dinero y los bienes materiales. Se suele definir como la "adhesión a largo plazo de una persona a valores, objetivos y creencias asociadas que se centran en la importancia de adquirir dinero y posesiones que transmitan estatus" [1, p. 880]. Por lo tanto, un individuo con una fuerte OMV se esfuerza por adquirir dinero y bienes materiales para lograr ciertos beneficios psicológicos esperados, en particular una imagen atractiva, reconocimiento, estatus y mayor felicidad. La OMV puede medirse mediante escalas de cuestionarios como la Escala de Valores Materiales [2,3], que evalúa la creencia de las personas de que adquirir dinero y posesiones materiales es muy importante y conducirá a mayores niveles de felicidad, éxito y estatus para el individuo, o el Índice de Aspiraciones [4], que evalúa la importancia que los individuos conceden a la riqueza, la fama y la imagen como objetivos vitales (extrínsecos) en comparación con otros objetivos vitales (intrínsecos), como la participación en la comunidad, las relaciones personales y el autodesarrollo. Es importante señalar que la OMV refleja el deseo de un individuo de ser rico y poseer bienes materiales costosos, más que si realmente tiene dinero y posesiones de lujo. Un individuo puede ser rico y no ser materialista, siempre que no haya perseguido su riqueza y posesiones por las razones de adquirir las recompensas de imagen, estatus y felicidad que hemos esbozado. Al centrarse en el deseo de adquirir

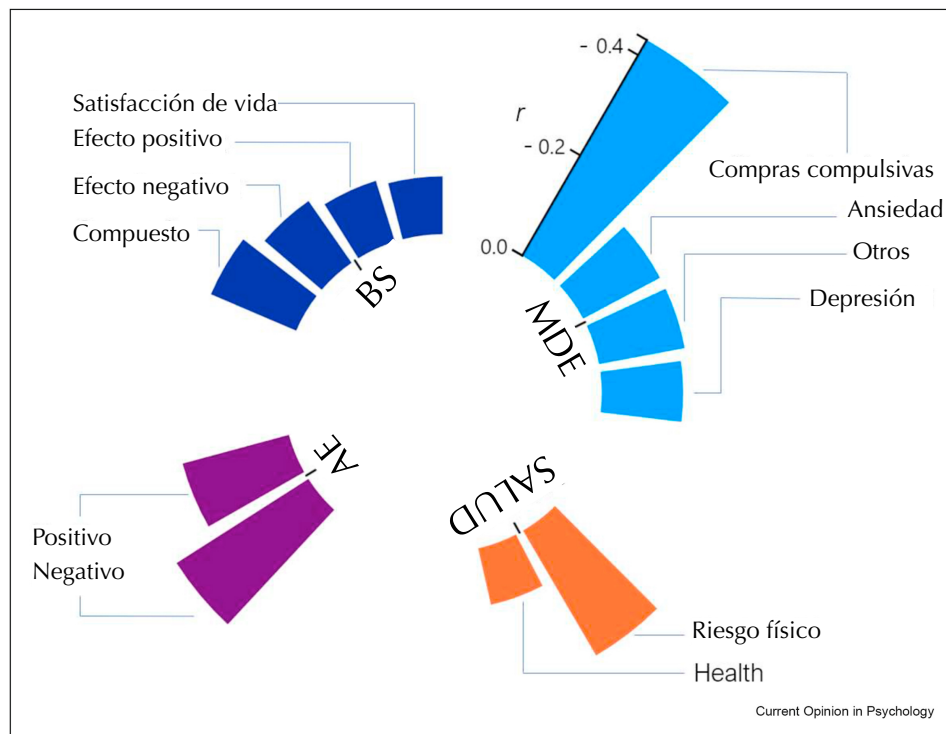


Figura 1. Tamaños medios de los efectos entre la OMV y los resultados de bienestar en la Ref. [1].
 Nota. BS = bienestar subjetivo, AE = autoevaluaciones, SALUD = salud física, MDE= medidas relacionadas con los trastornos basados en las emociones dentro del Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales, r = tamaño del efecto. Todas las puntuaciones se transformaron de tal forma que una barra más grande representa una mayor asociación entre OVM y bajo bienestar. Esto significa que una barra más grande para las autoevaluaciones positivas indica un nivel más bajo de autoevaluación positiva, mientras que una barra más grande para las autoevaluaciones negativas indica un nivel más alto de autoevaluación negativa, por ejemplo.

posesiones materiales, la OVM comparte algunas cualidades similares a la codicia, cuyas consecuencias analizan Zeelenberg y Breugelmans en este volumen.

El Materialismo Afecta a Muchas Facetas del Bienestar Personal

En la actualidad existe un sólido conjunto de pruebas que demuestran que tener un fuerte OMV está relacionado con niveles más bajos de bienestar personal. Un amplio meta análisis [1] demostró que la asociación negativa era consistente en varias facetas del bienestar personal (véase la Figura 1). Entre ellas se incluían la evaluación de la calidad

La OMV se relacionó incluso con síntomas somáticos de mala salud y conductas de riesgo, como el alcoholismo o la drogadicción.

de vida de una persona y su experiencia de emociones positivas en lugar de negativas (es decir, su bienestar subjetivo), la evaluación que una persona hace de sí misma (por ejemplo, su autoestima o dudas sobre sí misma) y los indicadores de problemas de salud

mental relacionados con el estado de ánimo (por ejemplo, síntomas de depresión y ansiedad). La OMV se relacionó incluso con síntomas somáticos de mala salud y conductas de riesgo, como el alcoholismo o la drogadicción.

Una de las limitaciones de la base empírica que puso de manifiesto este meta análisis fue la excesiva dependencia de los datos correlacionales. Sin embargo, investigaciones más recientes están ayudando a llenar este vacío. Numerosos estudios longitudinales [5,6] y experimentales [7,8] están demostrando que los cambios en la OMV pueden conducir a cambios en el bienestar personal. Un meta análisis de sólo la investigación experimental sobre la OMV y el bienestar [9] concluyó que había un efecto entre pequeño y mediano del priorizar la OMV en el bienestar personal. Por lo tanto, parece que la OMV puede provocar un menor bienestar personal.

Investigaciones más recientes también están añadiendo otras facetas del bienestar personal a la lista de las que pueden verse afectadas negativamente por la OMV [10]. Por ejemplo, ahora sabemos que la OMV puede limitar directamente el grado en que las personas son capaces de tener experiencias óptimas de "flujo" [11]. El flujo describe un estado de implicación total en una actividad, y se ha demostrado que es un componente importante del bienestar personal, además de impulsar mayores niveles de rendimiento [12].

Materialismo y Bienestar a lo Largo de la Vida

La mayoría de los estudios que exploran la relación entre la OMV y el bienestar utilizan muestras de adultos. Sin embargo, esto no quiere decir que la OMV sólo surja en la edad adulta y comience entonces a tener efectos perjudiciales. La OMV puede manifestarse ya en la infancia, a menudo como respuesta a factores intrapersonales, como la sensación de inseguridad, o contextuales, como la exposición a la publicidad. Los investigadores han sugerido que, en respuesta a la experiencia de inseguridad, algunos niños forman vínculos transitorios con objetos materiales [13]. De aquí que muestren una manifestación de materialismo al desear continuamente más y más bienes materiales. Los niños también son muy susceptibles a los mensajes publicitarios. Los estudios han demostrado que cuanto más ven la televisión comercial los niños de entre 9 y 11 años, más probabilidades tienen de respaldar ideales materialistas y utilizar los bienes materiales como medio para alcanzar un mayor bienestar o popularidad [14]. Creer en los mensajes publicitarios también se relacionó positivamente con la OMV en una muestra de niños de 9 a 13 años del Reino Unido [15].

En la edad adulta, la intensidad de la OMV tiende a variar, de modo que es mayor en la juventud y en la vejez, mientras que disminuye en la mediana edad [16]. Se ha sugerido que este patrón refleja el perfil de desarrollo de los distintos

objetivos. Por ejemplo, en la mediana edad los objetivos tienden a estar más orientados a los demás, ya que las personas asumen tareas como el cuidado de sus hijos, y de aquí que tiendan a estar menos preocupadas por la búsqueda de su propia riqueza y estatus. A pesar de estas fluctuaciones en la fuerza de la OMV, se ha demostrado que el impacto negativo de la OMV en el bienestar es significativo en todos los grupos de edad [17]. En la infancia, la OMV parece tener los mismos efectos perjudiciales sobre el bienestar personal que en los adultos, aunque la magnitud del vínculo negativo puede ser ligeramente menor [18]. La OMV se ha relacionado con una menor satisfacción con la vida en una muestra de niños de 8 a 15 años [19] y con síntomas de depresión entre niños de 7 a 11 años [18]. Un estudio ha sugerido que la OMV sólo está relacionada con una menor autoestima en niños de entornos desfavorecidos [15], lo que implica que la relación puede estar moderada por factores sociodemográficos.

Se ha demostrado que el impacto negativo de la OMV en el bienestar es significativo en todos los grupos de edad.

El Materialismo no Sólo Afecta al Bienestar Personal

El OMV parece ser perjudicial no sólo para el bienestar del individuo que lo tiene, sino también para el de las personas que le rodean y el medio ambiente [10]. Los individuos con una fuerte OMV tienden a participar más a menudo en comportamientos antisociales [20] y a tener relaciones de peor calidad, incluso cuando están emparejados con otros individuos muy materialistas [21]. Se ha demostrado que la exposición a señales materialistas, como la publicidad de consumo o los centros comerciales de lujo, conduce a actitudes contrarias a las prestaciones sociales [22], a comportamientos menos serviciales [23] y a un mayor deseo de superar a los demás [7]. El metaanálisis de estudios experimentales de Moldes y Ku [9] documentó que la OMV puede incluso tener un impacto negativo mayor en las medidas relacionadas con el bienestar interpersonal que en las relacionadas con las autoevaluaciones.

Los individuos con una fuerte OMV tienden a participar más a menudo en comportamientos antisociales y a tener relaciones de peor calidad... la exposición a señales materialistas, como la publicidad de consumo o los centros comerciales de lujo, conduce a actitudes contrarias a las prestaciones sociales... [y a] niveles más bajos de consternación por el medio ambiente.

La OMV está relacionada con niveles más bajos de consternación por el medio ambiente, lo que, a su vez, hace menos probable que los individuos muy materialistas adopten conductas en favor del medio ambiente. Estos resultados se han repetido ampliamente en muestras de participantes de EUA [24], Suecia [25], Reino Unido [26], Turquía [27], Chile [28] y China [29], y se han confirmado en un metaanálisis exhaustivo [30].

La OMV puede reducir la preocupación por otras personas y por el medio ambiente porque entra en conflicto con valores como el universalismo y la benevolencia [31], lo que dificulta que ambos tipos de valores se mantengan al mismo tiempo. El universalismo y la benevolencia pueden considerarse valores autotranscendentes en el sentido de que están preocupados por el bienestar de otras personas y del medio ambiente. La OMV, por el contrario, es un valor de automejora porque las personas están preocupadas por obtener resultados que les beneficien a ellas mismas. El OMV también podría estar vinculado a efectos negativos sobre el bienestar medioambiental porque los individuos muy materialistas dan mucha importancia a la adquisición de bienes materiales y, por tanto, se espera que consuman más productos materiales. Las investigaciones documentan que los individuos materialistas son más propensos a realizar compras impulsivas [32] y compulsivas [33].

Mediadores en el Vínculo Materialismo-Bienestar Personal

El hecho de que el vínculo entre OMV y bienestar puede estar mediado por ciertos factores ya se puso de manifiesto en el metaanálisis de 2014 [1]. Aquí, se encontró que aunque algunos factores influían en el tamaño de la asociación entre

El efecto negativo de la OMV sobre el bienestar personal era más débil cuando una mayor proporción de la muestra trabajaba en un entorno educativo u ocupacional susceptible de apoyar la OMV, como los estudiantes de empresariales o los directores de mercadotecnia.

OMV y bienestar, ninguno de los mediadores influía en su dirección. Es decir, la OMV siempre estaba vinculada a un menor bienestar. Un ejemplo de efecto moderador significativo de este trabajo fue que el efecto negativo de la OMV sobre el bienestar personal era más débil cuando una mayor proporción de la muestra trabajaba en un entorno educativo u ocupacional susceptible de apoyar la OMV, como los estudiantes de

empresariales o los directores de mercadotecnia ($r = -.19$ si nadie trabajaba en un entorno de este tipo frente a $r = -.12$ si todos los participantes lo hacían). A partir de ahí, se llegó a la conclusión de que los efectos perjudiciales de la OMV eran más débiles cuando las personas se encontraban en un entorno que apoyaba activamente la OMV [18]. Investigaciones más recientes han corroborado esta idea. Se ha demostrado que mantener la OMV en entornos que fomentan simultáneamente valores proambientales conduce a un conflicto de valores y, en consecuencia, a un menor bienestar personal [34], mientras que mantener la OMV junto con valores de competitividad e interés propio basados en el mercado, o en un entorno familiar que también priorice la OMV, puede eliminar sus efectos negativos sobre el bienestar [35,36]. Estos resultados están en consonancia con la teoría del ajuste persona-entorno, que subraya que la congruencia entre los valores de un individuo y los que predominan en su entorno conduce a la autovalidación, en el sentido de que los individuos tienen más oportunidades de alcanzar sus objetivos, menos sanciones sociales, menos conflictos internos y, por tanto, un mayor bienestar subjetivo [36].

Desde la publicación del metaanálisis [1], la investigación ha puesto de relieve varios factores adicionales que podrían mediar en la relación entre la OMV y el bienestar personal, y se ha demostrado que algunos de ellos alteran no sólo el tamaño de la relación, sino también su dirección. Algunos moderadores tienen que ver con los rasgos de personalidad. Por ejemplo, se ha documentado que la OMV tenía un mayor efecto negativo sobre el bienestar subjetivo cuando los individuos también mostraban altos niveles de neuroticismo [37], pero un efecto positivo sobre la satisfacción con la vida en el caso de los individuos con alexitimia [38]. La alexitimia es un rasgo caracterizado por la dificultad para identificar, describir y regular las propias emociones. Los individuos con alexitimia tienden a centrarse mucho en lo externo porque les cuesta obtener satisfacción de experiencias intrínsecamente significativas. Por lo tanto, se sugiere que las búsquedas materialistas mejoran el bienestar de las personas con alexitimia porque se centran en recompensas extrínsecas, en lugar de intrínsecas.

Otros mediadores se centran más en factores culturales. En las culturas del este asiático, que tienden a enfatizar la

La elección de definir el yo a través de las relaciones sociales (en lugar del éxito personal), como es habitual en las culturas del este asiático, elimina la asociación negativa entre la OMV y la autoestima. Esto indica que la relación entre la OMV y el bienestar tiene más matices de los sugeridos en un principio.

importancia de la interrelación y en las que la gente suele desear dinero y bienes materiales para mejorar sus relaciones sociales, se ha documentado que la OMV predice positivamente el bienestar relacional [39]. Del mismo modo, se ha demostrado que la elección de definir el yo a través de las relaciones sociales (en lugar del éxito personal), como es habitual en las culturas del

este asiático, elimina la asociación negativa entre la OMV y la autoestima [40]. Estos nuevos datos nos indican que la relación entre la OMV y el bienestar tiene más matices de los que quizá se sugirieron en un principio.

La Relación Bi-direccional entre Materialismo y Bienestar

A la hora de considerar los procesos que conducen al desarrollo de la OMV, se ha sugerido que la exposición a la publicidad, los modelos materialistas y la experiencia de inseguridad desempeñan un papel importante [41]. En los últimos años, se ha prestado especial atención al antecedente de la inseguridad y el bajo bienestar personal. Se teoriza que, en respuesta a los sentimientos de inseguridad o baja autoestima, los individuos optan por orientarse hacia los bienes materiales, ya sea como distracción o en un intento de construir un yo "mejor" [42]. Numerosos estudios documentan ahora que la OMV puede aumentar en respuesta a la inseguridad emocional inducida por la exposición a conflictos con los padres [43], la soledad [44] y los sentimientos de miedo [45]. También se ha demostrado que los cambios en la inseguridad en uno mismo pueden explicar las diferencias en la intensidad de la OMV en los distintos grupos de edad [46]. Es decir, a edades en las que la incertidumbre en uno mismo es máxima, la OMV también tiende a ser elevada. Proceder de un entorno de inseguridad económica también puede llevar a un mayor aumento del

Poseer una OMV fuerte hace poco por aliviar los sentimientos de inseguridad y a menudo tiene efectos perjudiciales sobre el bienestar personal. Se percibe un círculo vicioso en el que la OMV y la inseguridad psicológica no hacen sino exacerbarse mutuamente con el paso del tiempo.

materialismo en la edad adulta [47], con investigaciones que demuestran que inducir la percepción de ser de clase social baja mediante una manipulación de comparación social lleva a los estudiantes universitarios a mostrar una mayor OMV para compensar la baja autoestima [48]. Lo que demuestran estas pruebas, ahora bien fundamentadas, es que los sentimientos de inseguridad pueden llevar a la adopción de OMV. Empero,

también hemos visto que poseer una OMV fuerte hace poco por aliviar estos sentimientos de inseguridad y, de hecho, a menudo tiene efectos perjudiciales sobre el bienestar personal. De aquí que percibamos un círculo vicioso en el que la OMV y la inseguridad psicológica no hacen sino exacerbarse mutuamente con el paso del tiempo.

El Futuro del Materialismo

Por tanto, la OMV puede tener efectos perjudiciales de gran alcance sobre el bienestar personal, social y medioambiental. Por ello, cada vez se presta más atención a cómo reducir la prevalencia del OMV o, al menos, limitar sus efectos negativos sobre el bienestar. Algunos estudios están empezando a demostrar que intervenciones como llevar revistas de gratitud pueden reducir la OMV entre los adolescentes [49]. Sin embargo, otras intervenciones centradas en la promoción de objetivos intrínsecos y valores autotranscendentes entre los adultos jóvenes europeos sólo han podido influir en la OMV cuando se evaluó a través del Índice de Aspiraciones y no de la Escala de Valores Materiales [50], lo que pone de manifiesto la complejidad que entraña tratar de diseñar intervenciones que sean ampliamente eficaces.

Si no podemos eliminar el OMV, quizá debemos plantearnos forjar un "nuevo materialismo" que sea menos perjudicial para el bienestar... como el "reutilizar creativamente", ya que los consumidores construyen su identidad prescindiendo de determinadas marcas o elementos.

Resulta prometedor que haya indicios de que, a pesar de que la pandemia de COVID-19 ha provocado un aumento de los factores que favorecen el aumento de la OMV, como el consumo de medios de comunicación y la inseguridad, durante este periodo se ha reducido la importancia que los individuos conceden al dinero y al gasto [12,51]. Estas reducciones pueden tener efectos beneficiosos sobre el

bienestar a largo plazo, pero esto debe confirmarse en futuras investigaciones.

Si no podemos eliminar el OMV, quizá debemos plantearnos forjar un "nuevo materialismo" que sea menos perjudicial para el bienestar. Kramarczyk y Oliver [52] han distinguido entre lo que denominan "materialismo acumulativo", que coincide con el OMV que hemos analizado en este artículo y se centra en adquirir más, y el "materialismo apreciativo",

en el que las posesiones siguen siendo el centro de la vida de una persona, pero se cuidan y se seleccionan cuidadosamente entre otras alternativas. Esta última forma de materialismo puede ser más sostenible en la medida en que fomenta la propiedad de menos objetos y prácticas como el "reutilizar creativamente", ya que los consumidores construyen su identidad prescindiendo de determinadas marcas o elementos.

En resumen, la OMV puede tener repercusiones negativas en el bienestar personal, social y medioambiental que parecen ser en gran medida coherentes entre grupos de edad y diferentes facetas del bienestar, aunque ocasionalmente moderadas por determinadas características individuales o culturales. Cuando los individuos utilizan la OMV como medio para compensar la inseguridad, corren el riesgo de quedar atrapados en un círculo vicioso de aumento de la OMV y escaso bienestar. Ensayar intervenciones para reducir la OMV o cambiar la forma en que las personas se relacionan con los productos es un fructífero campo de trabajo para el futuro.

Referencias:

1. Dittmar H, Bond R, Hurst M, Kasser T: The relationship between materialism and personal well-being: a meta-analysis. *J Pers Soc Psychol* 2014,107:879–924, <https://doi.org/10.1037/a0037409>.
2. Richins ML, Dawson S: A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. *J Consum Res* 1992,19:303–316, <https://doi.org/10.1086/209304>.
3. Richins ML: The Material Values Scale: a re-inquiry into its measurement properties and the development of a short form. *J Consum Res* 2004,31:209–219, <https://doi.org/10.1086/383436>.
4. Kasser T, Ryan RM: A dark side of the American dream: correlates of financial success as a central life aspiration. *J Pers Soc Psychol* 1993,65:410–422, <https://doi.org/10.1037/0022-3514.65.2.410>.
5. Hope NH, Milyavskaya M, Holding AC, Koestner R: Self-growth in the college years: increased importance of intrinsic values predicts resolution of identity and intimacy stages. *Social Psychological and Personality Science* 2014,5:705–712, <https://doi.org/10.1177/1948550613516875>.
6. Jiang J, Song Y, Ke Y, Wang R, Liu H: Is disciplinary culture a moderator between materialism and subjective well-being? A three-wave longitudinal study. *J Happiness Stud* 2016,17: 1391–1408, <https://doi.org/10.1007/s10902-015-9649-1>.
7. Bauer MA, Wilkie JE, Kim JK, Bodenhausen GV: Cuing consumerism: situational materialism undermines personal and social well-being. *Psychol Sci* 2012,23:517–523, <https://doi.org/10.1177/0956797611429579>.
8. Kasser T, Rosenblum KL, Sameroff AJ, Deci EL, Niemiec CP, Ryan RM, Hawks S: Changes in materialism, changes in psychological well-being: evidence from three longitudinal studies and an intervention experiment. *Motiv Emot* 2014,38:1–22, <https://doi.org/10.1007/s11031-013-9371-4>.
9. Moldes O, Ku L: Materialistic cues make us miserable: a meta-analysis of the experimental evidence for the effects of materialism on individual and societal well-being. *Psychol Market* 2020,37:1396–1419, <https://doi.org/10.1002/mar.21387>. This paper reports on a meta-analysis of experimental studies that prime MVO and then test the impacts on wellbeing. 62 effect sizes are included in the analysis which finds small-to-medium sized effects of priming MVO on both personal and societal wellbeing. This study is important because, by using only experimental evidence, it displays how MVO can have causal impacts on wellbeing.
10. Kasser T: Materialism and living well. In *Handbook of well-being*. Edited by Diener E, Oishi S, Tay L, Salt Lake City, UT: DEF Publishers; 2018.
11. Isham A, Gatersleben B, Jackson T: Materialism and the experience of flow. *J Happiness Stud* 2021,22:1745–1768, <https://doi.org/10.1007/s10902-020-00294-w>.
12. Isham A, Jackson T: Finding flow: exploring the potential for sustainable fulfilment. *The Lancet Planetary Health* 2022,6: e66–e74, [https://doi.org/10.1016/S2542-5196\(21\)00286-2](https://doi.org/10.1016/S2542-5196(21)00286-2). This paper reviews the emerging findings concerning how MVO can act as a factor that limits the optimal experience of flow. It covers studies showing that priming MVO can directly limit the subsequent experience of flow as well as those testing why MVO may undermine flow by focusing on mediators such as the avoidance of negative states and low self-regulatory strength.
13. Richins ML, Chaplin LN: Object attachment, transitory attachment, and materialism in childhood. *Current Opinion in Psychology* 2021,39:20–25, <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.07.020>.
14. Dunkeld C, Wright ML, Banerjee RA, Easterbrook MJ, Slade L: Television exposure, consumer culture values, and lower well-being among preadolescent children: the mediating role of consumer-focused coping strategies. *Br J Soc Psychol* 2020,59:26–48, <https://doi.org/10.1111/bjso.12325>.
15. Nairn A, Oprea SJ: TV adverts, materialism, and children's self-esteem: the role of socio-economic status. *Int J Mark Res* 2021,63:161–176 <https://doi.org/10.1177/1470785320970462>. This study compares the effects of advertisement exposure and the ensuing MVO on the self-esteem of children (ages 9–13) from deprived and affluent backgrounds. It documents that both sets of children are more likely to display MVO if they watch TV advertisements more frequently, but that only children from deprived backgrounds show a negative association between MVO and self-esteem.

This research therefore provides evidence for a process of ‘compensatory consumption’ whereby children come to believe that material goods can make up for other important things that may be lacking in life. This is deeply problematic for the long-term wellbeing of disadvantaged children.

16. Jaspers EDT, Pieters RGM:Materialism across the life span: an age-period-cohort analysis.J Pers Soc Psychol 2016,111:451–473, <https://doi.org/10.1037/pspp0000092>.
17. Sung YA:Age differences in the effects of frugality and materialism on subjective well-being in Korea. Fam Consum Sci Res J2017,46:144–159, <https://doi.org/10.1111/fcsr.12246>.
18. Dittmar H, Hurst M:The impact of a materialistic value orientation on well-being.InSubjective well-being and life satisfaction. Edited by Maddux JE, Routledge; 2017:311–336.
19. Easterbrook MJ, Wright ML, Dittmar H, Banerjee R: Consumer culture ideals, extrinsic motivations, and well-being in children. Eur J Soc Psychol 2014,44:349–359, <https://doi.org/10.1002/ejsp.2020>.
20. Deckop JR, Giacalone RA, Jurkiewicz CL:Materialism and workplace behaviours: does wanting more result in less?Soc Indicat Res2015,121:787–803, <https://doi.org/10.1007/s11205-014-0661-3>.
21. Carroll JS, Dean LR, Call LL, Busby DM:Materialism and marriage: couple profiles of congruent and incongruent spouses. J Couple & Relatsh Ther: Innovations in Clinical & Educational Interventions2011,10:287–308, <https://doi.org/10.1080/15332691.2011.613306>.
22. Leyva R:Experimental insights into the socio-cognitive effects of viewing materialistic media messages on welfare support.Media Psychol 2019,22:601–625, <https://doi.org/10.1080/15213269.2018.1484769>.
23. Lamy L, Guégan N, Fischer-Lokou J, Guegan J:“Wrong place to get help”: a field experiment on luxury stores and helping behaviour. Soc Influ 2016,11:130–139, <https://doi.org/10.1080/15534510.2016.1160839>.
24. Liu X, Vedlitz A, Shi L:Examining the determinants of public environmental concern: evidence from national public surveys.Environ Sci Pol2014,39:77–94, <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2014.02.006>.
25. Andersson D, Nässén J:Should environmentalists be concerned about materialism? An analysis of attitudes, behaviours and greenhouse gas emissions.J Environ Psychol 2016,48:1–11, <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2016.08.002>.
26. Gatersleben B, Jackson T, Meadows J, Soto E, Yan YL:Leisure, materialism, well-being and the environment. Eur Rev Appl Psychol 2018,68:131–139, <https://doi.org/10.1016/j.erap.2018.06.002>.
27. Özdemir N:An investigation of the relationship between ecological and materialistic values of Turkish teacher candidates.Review of International Geographical Education Online2020,10:596–617, <https://doi.org/10.33403/rigeo.645441>.
28. Unanue W, Vignoles VL, Dittmar H, Vansteenkiste M:Life goals predict environmental behaviour: cross-cultural and longitudinal evidence.J Environ Psychol 2016,46:10–22, <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2016.02.001>.
29. Gu D, Gao S, Wang R, Jiang J, Xu Y:The negative associations *between materialism and pro-environmental attitudes and behaviours: individual and regional evidence from China. Environ Behav 2020,52:611–638, <https://doi.org/10.1177/0013916518811902>. This paper used large-scale survey data from China to show that MVO is associated with decreases in pro-environmental attitudes and behaviours. It is notable in that it also strengthens support for these findings using more objective, regional data on energy consumption, sales of luxury products and online searches for luxury brands.
30. Hurst M, Dittmar H, Bond R, Kasser T:The relationship between materialistic values and environmental attitudes and behaviours: a meta-analysis.J Environ Psychol 2013,36:257–269, <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2013.09.003>.
31. Schwartz SH:Universals in the content and structure of values: theory and empirical tests in 20 countries. InAdvances in experimental social psychology. Edited by Zanna M, vol. 25. New York: Academic Press; 1992:1–65.
32. Santini FDO, Ladeira WJ, Vieira VA, Araujo CF, Sampaio CH: Antecedents and consequences of impulse buying: a meta-analytic study. RAUSP Management Journal 2019,54:178–204, <https://doi.org/10.1108/RAUSP-07-2018-0037>.
33. Ku L, Wu AM, Lao AK, Lam KI:“We want the world and we want it now”: materialism, time perspectives and problem spending tendency of Chinese.Int J Psychol 2018,53: 356–364, <https://doi.org/10.1002/ijop.12391>.
34. Furchheim P, Martin C, Morhart F:Being green in a materialistic *world: consequences for subjective well-being. Psychol Market2020,37:114–130, <https://doi.org/10.1002/mar.21285>. This paper highlights the negative consequences for wellbeing of trying to concurrently hold both MVO and pro-environmental values. It is important because it implies that the achievement of sustainability targets, or more sustainable and rewarding lifestyles, will require strategies to address high levels of MVO.
35. Thyroff A, Kilbourne WE:Self-enhancement and individual competitiveness as mediators in the materialism/consumer satisfaction relationship.J Bus Res2018,92:189–196, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.023>.
36. Flurry LA, Swimberghe K, Allen J:Exposing the moderating impact of parent-child value congruence on the relationship between adolescents’ materialism and subjective well-being. J Bus Res2021,128:290–302, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.005>.
37. Górnik-Durose ME:Materialism and well-being revisited: the impact of personality.J Happiness Stud2020,21:305–326, <https://doi.org/10.1007/s10902-019-00089-8>.
38. Vredeveld AJ:Materialism and life satisfaction: the moderating roles of alexithymia and product retention tendency.Int J Consum Stud2021,45:106–118, <https://doi.org/10.1111/ijcs.12606>.
39. Yoo J, Miyamoto Y, Evers U, Lee J, Wong N:Does materialism *hinder relational well-being? The role of culture and social motives.J Happiness Stud2021,22:241–261, <https://doi.org/10.1007/s10902-020-00227-7>. This study valuably demonstrates the moderating role of culture in the link between MVO and wellbeing by comparing samples from the US, China, and Japan. It provides a nice example of a rare case in which MVO can have positive effects on relational wellbeing if it is pursued with social motives.
40. Zhang Y, Hawk ST:Considering the self in the link between self-esteem and materialistic values: the moderating role of self-construal.Front Psychol 2019,10:1375, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01375>.

41. Richins ML:Materialism pathways: the processes that create and perpetuate materialism.J Consum Psychol 2017,27: 480–499, <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2017.07.006>.
42. Kasser T:The high price of materialism. Cambridge, MA: MIT Press; 2002.
43. Ching BHH, Wu X:Parental conflicts and materialism in adolescents: emotional insecurity as a mediator.J Adolesc 2018,69:189–202,<https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2018.07.019>.
44. Gentina E, Shrum LJ, Lowrey TM:Coping with loneliness through materialism: strategies matter for adolescent development of unethical behaviours. J Bus Ethics2018,152:103–122, <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3329-x>.
45. Longmire SJ, Chan EY, Lawry CA:Find me strength in things: fear can explain materialism. Psychol Market2021,38: 2247–2258, <https://doi.org/10.1002/mar.21561>.
46. Martin C, Czellar S, Pandelaere M:Age-related changes in materialism in adults–A self-uncertainty perspective.J Res Pers 2019,78:16–24, <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2018.09.007>.
47. Jiang W, Liu H, Jiang J:The development of materialism in *emerging adulthood: stability, change, and antecedents. Pers Soc Psychol Bull2021,47:293–306, <https://doi.org/10.1177/0146167220925234>. This paper reports on a three-year longitudinal analysis of MVO among Chinese college students. In employing a longitudinal design, it is able to develop understandings of the variability of MVO over time (this turns out to be fairly limited which presents a difficulty when designing interventions to alter MVO). Further, it highlights how the factors of gender and SES influence the trajectory of MVO in young adults, providing insights into the development of MVO.
48. Li J, Lu M, Xia T, Guo Y:Materialism as compensation for self- esteem among lower-class students. Pers Individ Differ2018,131:191–196, <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.04.038>.
49. Chaplin LN, John DR, Rindfleisch A, Froh JJ:The impact of gratitude on adolescent materialism and generosity.J Posit Psychol 2019,14:502–511, <https://doi.org/10.1080/17439760.2018.1497688>.
50. Parker N, Kasser T, Bardi A, Gatersleben B, Druckman A:Goals *for good: testing an intervention to reduce materialism in three European countries.European Journal of Applied Positive Psychology2020,4:1–13. <https://www.nationalwellbeingsservice.org/volumes/volume-4-2020/volume-4-article-9/>. This paper reports on an intervention study that aimed to reduce MVO using young adults (ages 18–30) across three European countries (Italy, Hungary, and UK). The intervention involved three sessions that focused on encouraging participants the adopt intrinsic goals and self-transcendent values. The intervention was only successful in reducing MVO as assessed using the Aspirations Index, thus highlighting the
51. difficulty in changing firmly held beliefs about the importance of product acquisition for achieving wellbeing and status.
52. Moldes O, Dineva D, Ku L:Has the COVID-19 pandemic made us more materialistic? The effect of COVID-19 and lockdown restrictions on the endorsement of materialism. Psychology & Marketing; 2022, <https://doi.org/10.1002/mar.21627>.
53. Kramarczyk J, Oliver MA:Accumulative vs. Appreciative expressions of materialism: revising materialism in light of polish simplifiers and new materialism.J Bus Ethics2020: 1–19, <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04628-9>. This paper proposes the distinction between accumulative and appreciative materialism based on a two-year ethnographic study of voluntary simplifiers in Poland. It highlights how appreciative materialism presents a new form of materialism whereby individuals purposefully choose a smaller number of products that they care for, and partly signal their status and identity through non-acquisition of certain items. Such a form of materialism is suggested to be able to lead to a more sustainable future and therefore worthy of further exploration.

Vínculos relacionados:

- La Alianza Global Jus Semper
- Amy Isham et al.: [El Problemático Papel de los Valores Materialistas en la Búsqueda del Bienestar Sostenible](#)
- Amy Isham y Tim Jackson: [Encontrando el Estado de Flujo: explorando el potencial de la realización sostenible](#)
- Jason Hickel: [El Decrecimiento es una Cuestión de Justicia Global](#)
- Álvaro de Regil Castilla: [La Insoportable Falta de Conciencia de Nuestra Crisis Ecológica Existencial](#)
- Álvaro de Regil Castilla: [Los Delirios Fraudulentos del Capitalismo Verde](#)
- Álvaro de Regil Castilla: [Transitando a Geocracia Paradigma de la Gente y el Planeta y No el Mercado — Primeros Pasos](#)
- Thomas Wiedmann, Manfred Lenzen, Lorenz T. Keyßer y Julia K. Steinberger: [Advertencia de los Científicos sobre la Opulencia](#)
- J. Millward-Hopkins, J. Steinberger, N. Rao, Y. Oswald: [Proporcionando una Vida Digna con un Mínimo de Energía: Un Escenario Global](#)
- Tim Jackson: [¿Paraíso perdido? - La jaula de hierro del consumismo](#)
- Lina I. Brand-Correa y Julia K. Steinberger: [Un Marco para Desvincular la Satisfacción de las Necesidades Humanas del Uso de la Energía](#)
- William F. Lamb y Julia K. Steinberger: [Bienestar humano y mitigación del cambio climático](#)

- ❖ **Acerca de Jus Semper:** La Alianza Global Jus Semper aspira a contribuir a alcanzar un etos sostenible de justicia social en el mundo, donde todas las comunidades vivan en ámbitos verdaderamente democráticos que brinden el pleno disfrute de los derechos humanos y de normas de vida sostenibles conforme a la dignidad humana. Para ello, coadyuva a la liberalización de las instituciones democráticas de la sociedad que han sido secuestradas por los dueños del mercado. Con ese propósito, se dedica a la investigación y análisis para provocar la toma de conciencia y el pensamiento crítico que generen las ideas para la visión transformadora que dé forma al paradigma verdaderamente democrático y sostenible de la Gente y el Planeta y NO del mercado.
- ❖ **Acerca del autor: Helga Dittmar,** Escuela de Psicología, Universidad de Sussex, Falmer, BN1 9QH, Reino Unido. **Amy Isham,** Centro para la Comprensión de la Prosperidad Sostenible (CUSP), Universidad de Surrey, Guildford, GU2 7XH, Reino Unido. Enviar correspondencia a: a.isham@surrey.ac.uk.
- ❖ **Acerca de este trabajo:** "Orientación Materialista de Valores y Bienestar" fue publicado originalmente en inglés por Elsevier, Science Direct en agosto de 2022. Este artículo ha sido publicado bajo Creative Commons, CC-BY 4.0. Usted puede compartir - copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato, adaptar - remezclar, transformar, y construir sobre el material para cualquier propósito, incluso comercialmente., acreditando al autor y al editor original. **Créditos del autor:** Helga Dittmar: Conceptualización, Redacción - revisión y edición; Amy Isham: Conceptualización, Investigación, Redacción - borrador original, Redacción - revisión y edición, Visualización. **Declaración de conflicto de intereses:** Los autores declaran que no tienen intereses económicos ni relaciones personales que pudieran haber influido en el trabajo reportado en este artículo. **Agradecimientos:** Este trabajo se ha realizado con el apoyo financiero del Consejo de Investigación Económica y Social del Reino Unido (ESRC), en particular a través de la subvención nº: ES/M010163/1, que apoya al Centro para la Comprensión de la Prosperidad Sostenible.
- ❖ **Cite este trabajo como:** Helga Dittmar - Amy Isham — La Orientación Materialista de Valores y Bienestar – La Alianza Global Jus Semper, agosto de 2023.
- ❖ **Etiquetas:** Capitalismo, orientación materialista de valores (OMV), materialismo, bienestar, medio ambiente.
- ❖ La responsabilidad por las opiniones expresadas en los trabajos firmados descansa exclusivamente en su(s) autor(es), y su publicación no representa un respaldo por parte de La Alianza Global Jus Semper a dichas opiniones.



Bajo licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional.
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

© 2023. La Alianza Global Jus Semper
Portal en red: https://www.jussemper.org/Inicio/Index_castellano.html
Correo-e: informa@jussemper.org