

Soledad, materialismo y hábitos de conducta de consumo según características sociodemográficas

Kevin Villegas Retamal¹

Universidad Pedro de Valdivia, Sede Chillán, Chile

kevin.villegas@upv.cl

María Soledad Sandoval Z.²

Universidad Pedro de Valdivia, Sede Chillán, Chile;

maria.sandoval@upv.cl

Catalina Leonor Cifuentes Riquelme³

Universidad Pedro de Valdivia, Sede Chillán, Chile;

jcifuentes@alumnos.upv.cl

Javier Antonio Isla Alarcón⁴

Universidad Pedro de Valdivia, Sede Chillán, Chile;

javier.isla@upv.cl

Resumen

El objetivo de este estudio fue relacionar soledad, materialismo y hábitos de conducta de consumo según las características sociodemográficas de 222 personas de 30 a 39 años. La metodología fue del tipo cuantitativa y no experimental-transversal, con un alcance descriptivo-correlacional y una muestra probabilística, estratificada y proporcional. Los resultados evidenciaron una relación entre soledad y materialismo, influenciada por el nivel educacional y el ingreso per cápita. A partir de dichos resultados, se concluye que la soledad tiende a atenuarse mediante conductas materialistas si se tiene menor nivel educativo y menor ingreso per cápita.

Palabras claves: soledad, materialismo, consumo, características sociodemográficas.

Loneliness, materialism and consumption habits according to sociodemographic characteristics

Abstract

¹ Universidad Pedro de Valdivia, Sede Chillán, Chile

² Universidad Pedro de Valdivia, Sede Chillán, Chile

³ Universidad Pedro de Valdivia, Sede Chillán, Chile

⁴ Universidad Pedro de Valdivia, Sede Chillán, Chile

The objective of this research was correlated loneliness, materialism and consumption behavior habits according to sociodemographic characteristics of 222 individuals from 30 to 39 years old. The methodology was a quantitative and not experimental-transversal type, with a descriptive-correlational scope and a stratified probabilistic and proportional sample. The results demonstrated a relationship between loneliness and materialism, influenced by the educational level and per capita income. It is concluded that loneliness tends to be mitigated by materialistic behavior if there is a lower educational level and lower per capita income.

Keywords: loneliness, materialism, consumer habits and behavior, socio-demographic variables.

INTRODUCCIÓN

La soledad es un sentimiento que ha acompañado al hombre desde su existencia; no obstante, los estudios que existen en relación a esta experiencia universal son relativamente recientes y, más aún, si se intenta relacionar con conductas materialistas y hábitos de consumo. El interés ha surgido principalmente por el aumento de la población que declara sentirse solo y por las características del ambiente en el que se manifiesta este sentimiento en una sociedad capitalista.

Según Mijuskovic (1986), la soledad está arraigada en la realidad primaria del individuo, íntimamente y subjetivamente. Cada ser humano enfrentaría tal sentimiento de distintas maneras, dependiendo de las habilidades y herramientas personales que posea en determinado momento de su vida.

Por otro lado, el fácil alcance a centros comerciales y la facilidad de acceder a créditos son las herramientas que genera la sociedad y el sistema económico para el logro de los objetivos y valores relacionados con la búsqueda de satisfacción y gratificación que otorgaría el materialismo y el consumismo. Desde esa mirada, es preocupante la pérdida del control sobre la conducta de consumo, como consecuencia del modelo de sociedad en el plano individual, que lleva, en muchos casos, a situaciones de endeudamiento extremo. Esto puede llevar a afectaciones relacionadas con la salud mental, tan frecuentes actualmente en Chile.

Por la información ya expuesta, es relevante determinar algunos factores que puedan incidir en esta problemática social y afectar la salud de las personas, con el fin de prevenir ciertas conductas que entorpezcan la calidad de vida. En ese sentido, las

características sociodemográficas también juegan un papel fundamental y podrían funcionar como predictores en relación a factores protectores y de riesgo asociados al sentimiento de soledad, el materialismo y las conductas de consumo.

A partir de los resultados podrían promocionar acciones para la prevención de los índices de soledad y establecer un precedente para evitar el fenómeno del endeudamiento, puesto que compromete la salud mental de la población.

1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Referirse al término “soledad” es complejo debido a que una multiplicidad de autores y sustento teórico han intentado entregar una definición y atribuirle una causa al origen de dicho sentimiento (Carvajal y Caro, 2009; Rubio, 2004; Montero- López y Sánchez-Sosa, 2001; Rokach, Moya, Orzeck y Expósito, 2001). A pesar de ser una experiencia universal, desde el inicio de la humanidad y que todas las personas experimentan este sentimiento durante el curso de su vida en forma transitoria o duradera, actualmente investigaciones asociadas al tema han cobrado mayor relevancia por la cantidad de personas que refieren sentirse solos en una sociedad moderna e industrializada. La literatura ha intentado determinar las consecuencias que pueden generarse al experimentarla y las relaciones que puedan existir entre este sentimiento y otros factores biopsicosociales (Melipillán y Cova, 2010; Muchinick y Seidman, 2004; Diaz, *et al.* 2001; Perlman y Cozby, 1988).

A lo largo de la historia, esta temática ha sido abordado desde distintas miradas. Desde el punto de vista psicológico, la literatura entrega diversas definiciones que no permiten establecer un consenso sobre el constructo; sin embargo, se percibe el énfasis que los diversos autores dan a experiencias objetivas y subjetivas del individuo en relación al sentimiento de soledad. Es decir, se considera importante para la conceptualización del término los aspectos sociales, como la interacción social, y la experiencia subjetiva o perceptual que crea el individuo del sentimiento de soledad (Barbenza y Montoya, 1991). A partir de la literatura, Montero-López y Sánchez-Sosa (2001) conciben el término como “un fenómeno multidimensional, psicológico y potencialmente estresante; resultado de carencias afectivas, sociales y/o físicas, reales o percibidas, que tiene un impacto diferencial sobre el funcionamiento de la salud física y psicológica del sujeto” (pág. 21).

Para Weiss (1973), el constructo de soledad está compuesto por dos dimensiones: la soledad social y la soledad emocional. La primera está referida a un déficit en las relaciones sociales, en la red social y en el soporte social; mientras que la soledad emocional indica una carencia de cercanía o intimidad con otro (citado en Rubio, 2004).

Cabe mencionar que las relaciones interpersonales que establecen las personas con otras constituyen parte del fenómeno de la soledad, ya que permiten la formación de vínculos estables con personas significativas, lo que hace posible la protección de la salud psíquica del individuo y el buen funcionamiento de éste en su entorno (Magdaleno-Hernández, 2013).

Sin embargo, la sociedad moderna construye estilos de vida y valores basados en el materialismo y, más aún, en el desarrollo de cierto grado de conciencia en torno a que las necesidades son interminables e insaciables. A ello se le suma la creencia de que la existencia del ser humano se basaría en la permanente búsqueda de satisfacción y gratificación en torno a esas supuestas necesidades creadas. Inclusive, desde un punto de vista filosófico, la sociedad moderna - y postmoderna particularmente- entiende al ser humano como un ser incompleto, que busca su completitud a partir del mundo de las cosas, hasta llegar al punto de transformarse el mismo en una cosa más. Este último punto sería el resultado y reflejo de un estado y proceso altamente patológico (Rodríguez, 2005).

De acuerdo a lo anterior, es factible creer que dada la menor importancia asignada al establecimiento de relaciones interpersonales satisfactorias, se mostrarán un menor involucramiento y esfuerzo en la construcción de una red social caracterizada por grados importantes de intimidad y cercanía. Como consecuencia de lo anterior, las personas materialistas deberían experimentar mayores sentimientos de soledad, es decir, mayores niveles de insatisfacción con la calidad y cantidad de sus relaciones interpersonales (Cacioppo y Patrick, 2008; citados en Melipillán y Cova, 2010).

Según la literatura existente, el consumo apunta explícita o implícitamente a componentes cognitivos (relacionados con la percepción y comparación de los objetos y sus características) y componentes afectivos (que entrañan la evaluación de los anteriores). Desde el ámbito de la psiquiatría y la psicología, se han realizado estudios para determinar desde qué punto tal conducta puede considerarse como un trastorno (O'Guinn y Faber, 1989; Faber y O'Guinn, 1992; citados en Ortega y Rodríguez-Vargas, 2004), con el fin de

identificar sus condiciones de comorbilidad y delimitar las variables que pueden vincularse a su ocurrencia. En relación a la compra compulsiva, es más probable que ocurra cuando están presentes emociones negativas (O'Guinn y Faber, 1989, citados en Ortega y Rodríguez-Vargas, 2004); es decir, el comportamiento de compra podría aliviar momentáneamente estos estados afectivos negativos. Este tipo de compra podría considerarse como una forma de trastorno obsesivo compulsivo, vinculado con un trastorno del control de impulsos o un trastorno del estado afectivo (Melipillán, 2007).

El materialismo es otro fenómeno de gran interés y se constituye a medida que el consumo sea un fin trascendental de la vida de las personas, cuando el "Yo" pasa a definirse casi exclusivamente en términos de las posesiones que se tienen (Belk, 1988; Moulián, 1998, citados en Melipillán, 2007). Belk (1984) describe el materialismo como la importancia que concede un consumidor a las posesiones mundanas; las que pueden asumir un lugar central en la vida de una persona y proveen las fuentes más grandes de satisfacción. Richins y Dawson (1992) describen a los individuos materialistas como seres que le asignan un valor superior a las posesiones y adquisiciones, como una necesidad deseable de conducta para lograr estados finales deseados, como lo podría ser la felicidad. Para los autores, las personas materialistas tienden a juzgar el éxito propio y el de los demás en base a la cantidad de dinero y posesiones de las que se dispone (Melipillán y Cova, 2010). Por su parte, Kasser (2002) sostiene que el materialismo es una conducta compensatoria, que pretende reducir los efectos perturbadores de sentimientos de inseguridad provenientes de experiencias de privación en relación a la satisfacción de necesidades psicológicas; por lo tanto, las personas materialistas lo que intentan es compensar sus preocupaciones y dudas acerca de su autovaloración. Estudios demuestran que el materialismo se relaciona con el ingreso, al temor frente a la evaluación social, a sentimientos de incertidumbre, a la baja autoestima, a las emociones asociadas a la compra (especialmente emociones negativas) (Alarcón y Gutiérrez, 2007; Melipillán, 2007; Kasser, 2002; Richins y Dawson, 1992).

Por último, se ha demostrado que personas con una fuerte orientación hacia valores materialistas tienden a mostrar una diversidad de trastornos, evaluados por psicólogos clínicos, empleando los criterios diagnósticos del Manual Diagnóstico y Estadístico de los desórdenes mentales (DSM III-R). Según Alarcón y Gutiérrez (2007), las personas más

materialistas evidencian una mayor probabilidad de presentar problemas de atención, mostrar conductas y pensamientos inusuales, y tener dificultad en expresar emociones y en controlar los impulsos.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, el criterio muestral de la presente investigación opera con el fin de determinar que los adultos por sobre los 30 años de edad presentan un mayor riesgo a poseer conductas de tipo materialistas, ligados con hábitos y conductas orientadas al permanente consumo. Esto puede deberse a que tienen resueltas, en la mayoría de los casos, ciertas etapas del ciclo evolutivo, tales como la conformación de la identidad, que se elabora en la adolescencia, y el sentimiento de seguridad. Además, este grupo etario reúne ciertas condiciones objetivas como laborales, de pareja y/o familia, que les promovería y permitiría la adquisición y desarrollo de una conducta orientada al consumo.

2. METODOLOGÍA

La investigación fue de tipo cuantitativa y no experimental transversal, con un alcance descriptivo y correlacional, cuya muestra fue probabilística, aleatoria y estratificada de manera proporcional según sexo, con un nivel de confianza del 95% y un 7% de probabilidad de error, compuesta por 222 personas.

Los instrumentos utilizados para la obtención de los datos de análisis fueron:

1. Escala de Soledad UCLA-3, diseñada por Russell (1996), cuyo propósito es analizar los niveles de soledad encontrados en cada individuo.
2. Escala de materialismo de Richins abreviada (Richins y Dawson, 1992), que permite evaluar la importancia de las posesiones materiales como reflejo del éxito en la vida de las personas, el lugar que ocupa el materialismo con respecto a sus deseos y la creencia en relación a que la riqueza y las posesiones materiales producen felicidad.
3. Escala de hábitos y conducta de consumo, diseñada por Denegri, Palavecinos, Ripoll y Yáñez (1999), que mide la organización de la conducta de compra del consumir en vía a discriminar entre actos de consumo racional, planificados y auto-controlados, y actos de consumo impulsivos.

3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para el análisis de resultados, los datos obtenidos fueron agrupados según variables sociodemográficas y su relación con las variables centrales del estudio (soledad, materialismo y consumo). Las principales variables sociodemográficas consideradas en este estudio son: sexo, situación laboral, estado civil, nivel educacional, años de estudio e ingreso per cápita.

La muestra la conformaron 80 personas del sexo masculino, equivalente al 36% del total de la muestra; mientras que 142 individuos correspondían al sexo femenino, lo que equivale al 64% restante.

En torno a la situación laboral, la distribución fue más bien heterogénea, ya que el 89,6% de la muestra se encontraba activa laboralmente al momento de aplicar las pruebas, mientras que el 7,7% estaba cesante y sólo el 2,7% referían ser dueñas de casa. Con respecto al estado civil, el 55,4% de los individuos se encontraban solteros, el 38,7% estaban casados, el 3,2% referían estar separados y sólo el 2,7% estaban divorciados.

En cuanto al nivel educacional, la muestra se distribuye de la siguiente manera: el 13,9% cursó estudios de postgrado, el 38,8% corresponde a personas con estudios universitarios, el 25,7% realizó algún estudio superior de enseñanza técnica profesional, el 19,4% cursó educación media (o secundaria) y el 2,2% sólo cursaron educación básica (o primaria). En relación con la variable sociodemográfica asociada a los años de estudio, es posible señalar que gran parte de la distribución (61,4%) de la muestra sostiene haber estudiado entre 15 a 20 años. Y por último, con respecto al ingreso mensual, se observó que la mayor parte del grupo evaluado sostiene tener un ingreso per cápita menor a 400.000 pesos chilenos (276,4 dólares aproximadamente).

Con respecto a las variables soledad, hábitos de conducta de consumo y materialismo fueron categorizadas en *bajo*, *moderado* y *alto*, según las escalas utilizadas. En relación al sentimiento de soledad, la distribución de la muestra correspondió a 127 sujetos en categoría *baja*, 82 en *moderada* y 13 en *alta*; lo que equivale al 57,2%, 36,9% y 5,9% respectivamente en relación al total de la muestra. En cuanto a los hábitos de conducta de consumo, un 13,9% se ubican dentro del nivel *bajo* de consumo, un 2,8% en un nivel *alto* y un 83,3% en un nivel *moderado*. Por otro lado, la variable materialismo se distribuye de la siguiente manera: un 13,9% evidencia niveles *bajos* de materialismo, un 3,2% refiere

niveles *altos* y la concentración mayor de la muestra se ubica dentro de la categoría *moderada*, con un 82,9%.

Relación entre el sentimiento de soledad, los hábitos de conducta de consumo y el materialismo

Con la finalidad de determinar la relación entre el sentimiento de soledad y el materialismo, dichas variables fueron analizadas mediante la *prueba de regresión simple*, la que permitió establecer una relación significativa entre ellas ($p < 0,05$), con un valor R de 0,26. Esto es, los niveles de soledad que posee el individuo explicarían en un 26% los niveles de materialismo que éste desarrolle. Esto permite afirmar que a mayor sentimiento de soledad, mayores serían los niveles de materialismo, lo que puede ser observado en la figura 1:

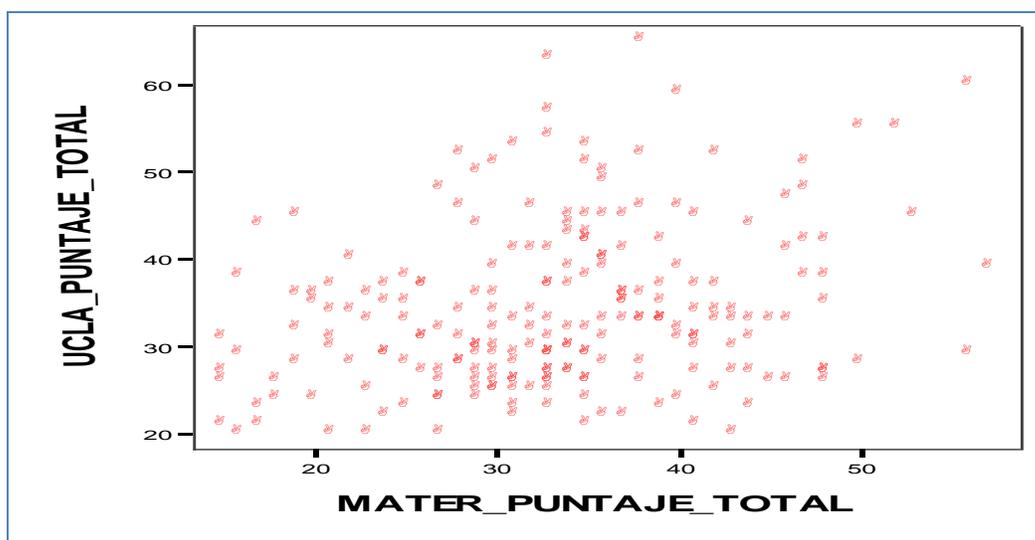


Figura 1. Relación entre el sentimiento de Soledad y Materialismo.

En la figura anterior se observa que quienes muestran mayor soledad también evidencian mayores niveles de materialismo. Cabe señalar que no fue posible establecer una relación entre el hábito de conducta de consumo y soledad ya que dicho análisis no presentó significancia estadística.

Soledad según características sociodemográficas

En relación al sexo, se observó que si bien las mujeres poseen una mayor tendencia que los hombres a sentirse solas, esa diferencia no resultó ser significativa desde el punto

de vista estadístico según la prueba *T de Student*. Las categorías en las que se ubicaron los participantes en esta medición se puede observar en la figura 2:

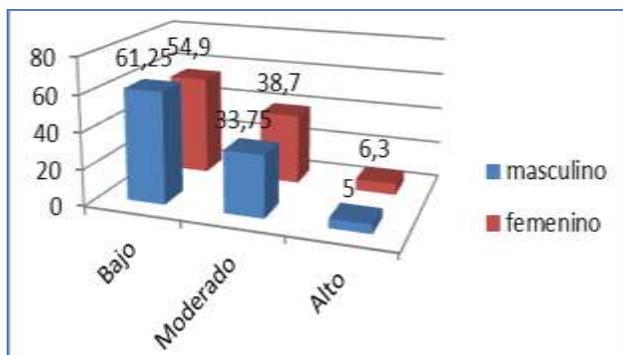


Figura 2. Niveles de Soledad según Sexo.

En la figura 2 se puede observar que las diferencias asociadas al sentimiento de soledad entre hombre y mujeres corresponde a 1,3 puntos en el nivel *alto* y 5 puntos en el nivel *moderado*, ambos a favor del sexo femenino; mientras que la diferencia en el nivel *bajo* es de 6,4 puntos a favor de los hombres.

Un resultado distinto se observa cuando el sentimiento de soledad se asocia con el nivel educacional. Según la *prueba de ANOVA*, con un nivel de significancia de un 0,036, es posible determinar que existe significancia estadística y, por ende, existe relación entre las variables soledad y nivel educacional, con un valor de *Eta-Cuadrado* de 3,8%. Por lo tanto, se puede determinar que a mayor nivel educacional, menores son los niveles de soledad. A continuación se presenta la figura 3 con información relacionada con estas variables:

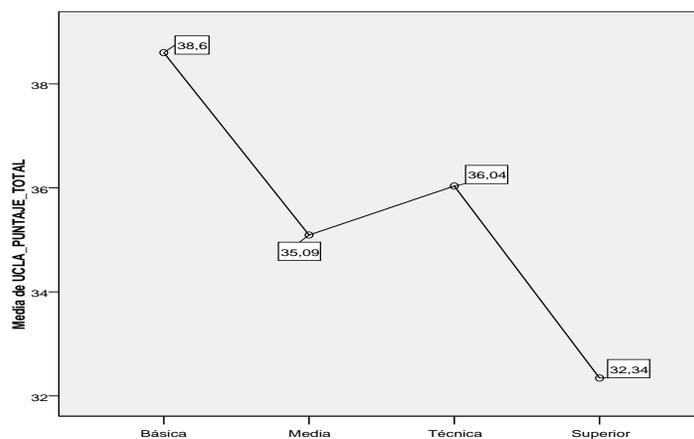


Figura 3. Soledad según Nivel Educativo.

La figura 3 indica que las personas que realizaron la educación básica o primaria de forma completa presentan los mayores niveles de soledad (con una media de 38,6 puntos), mientras que las personas con enseñanza superior presentan menores niveles (32,34 puntos), con una diferencias de 6,26 puntos.

En cuanto a la situación laboral, mediante la *prueba de ANOVA* se logró establecer que no existió significancia estadística entre las variables (significancia de 0,09). La figura 4, evidencia el comportamiento de las variables:

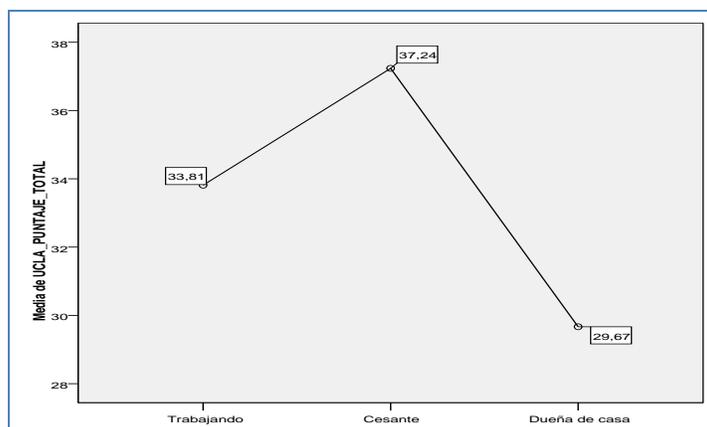


Figura 4. Soledad según Situación Laboral.

En términos descriptivos, se puede observar en la figura 4 que las personas cesantes puntúan una media de 37,2 puntos, lo que puede reflejar una tendencia a mayores niveles de soledad a diferencia de las personas que se encuentran trabajando, quienes obtienen una media de 33,8 puntos, con una diferencia de 3,4 puntos. Resulta importante destacar que la significancia estadística se encuentra muy próxima al valor crítico de 0,05, por lo que probablemente las variables sí se encuentren asociadas si se analizara en una muestra más amplia de sujetos.

En relación al estado civil, a través de la *prueba de ANOVA* se pudo determinar que existen diferencias significativas entre el estado civil y la puntuación obtenida en la escala que evalúa los niveles de soledad (con un valor de significancia de 0,02), con un coeficiente de variabilidad (*Eta-Cuadrado*) del 6,17%. La figura 5 muestra información de estas variables:

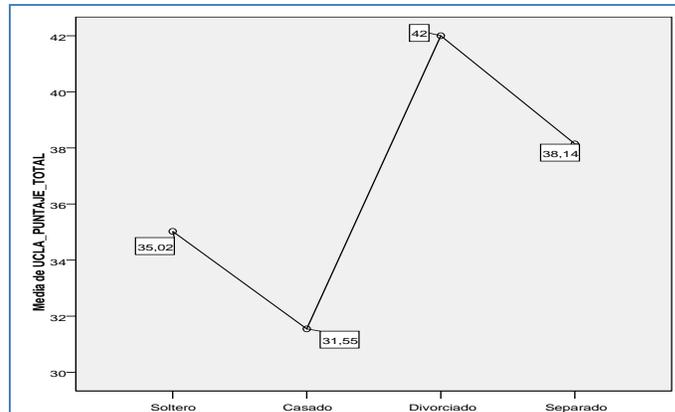


Figura 5. Soledad según Estado Civil.

A partir de la figura anterior, se infiere que las personas divorciadas, separadas y solteras presentan niveles *moderados* de soledad de acuerdo a la puntuación que obtuvieron, y solo las personas casadas presentan niveles *bajos*.

El ingreso per cápita y los niveles de soledad fueron relacionados mediante la prueba de correlación de Pearson, donde se obtuvo un nivel de significancia de 0,04, con una fuerza de la relación de -0,141 según el valor r . De esta manera, se puede declarar que existe una relación de tipo inversa y débil entre las variables ya que a mayor nivel de soledad, menor es ingreso per cápita. El comportamiento de estas variables se muestra en la figura 6:

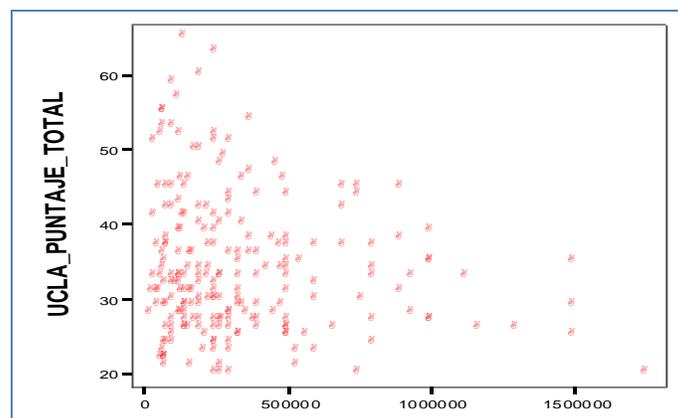


Figura 6. Soledad e Ingreso per cápita.

De acuerdo a la figura anterior, es posible apreciar que gran parte de la distribución se ubica en los niveles *bajos* de soledad y además poseen bajos ingreso per cápita.

Materialismo según características sociodemográficas

Con respecto al materialismo, a continuación se muestran los resultados relacionados con la variable sexo. Al igual que en la variable soledad, se aprecian

pequeñas diferencias que no son significativas estadísticamente (con una significancia bilateral de 0,89), según la *prueba T de Student* entre hombres y mujeres. Esto permite inferir que gran parte de los individuos de entre 30 y 39 años de edad poseen un nivel *moderado* de materialismo, independientemente del sexo. Las medias obtenidas según los niveles de materialismo se observan en la siguiente figura:

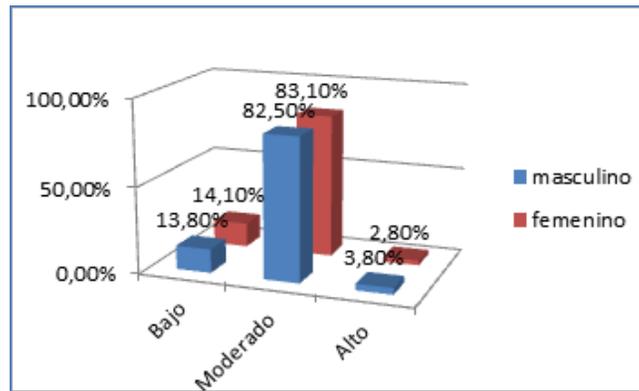


Figura 7. Materialismo según Sexo.

En la figura anterior se observa que tanto hombres como mujeres se encuentran dentro de los niveles *moderado* en lo que respecta al materialismo con un diferencia de medias de 0,6 a favor del sexo femenino, lo que también ocurre en el nivel bajo de materialismo (con una diferencia de 0,3).

La relación entre materialismo y el nivel educacional fue analizada a través de la *prueba de ANOVA*, la que permite establecer que a mayor nivel de educación, menores son los niveles de materialismo. Esta relación fue corroborada con la *prueba de correlación de Pearson*, donde se observó una relación de tipo inversa ($p < 0,05$). La distribución de estas variables se expone en la siguiente figura:

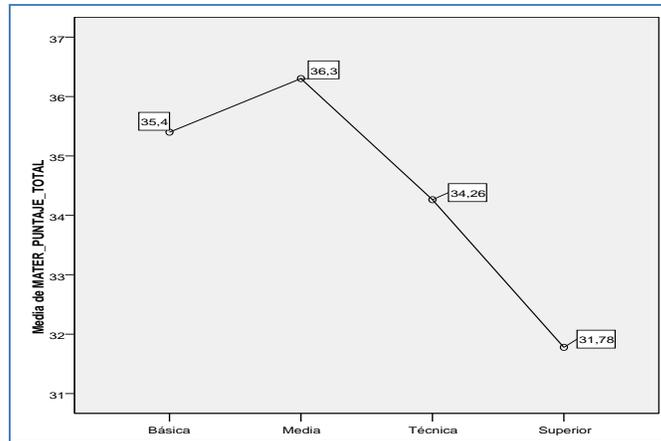


Figura 8. Materialismo según Nivel Educativo.

En cuanto al materialismo y la situación laboral, luego de aplicar la *prueba de ANOVA* (que arrojó un nivel de significancia de 0,26), se pudo establecer que no existe una significancia estadística entre estas variables. En términos descriptivos, es posible sostener que las personas dueñas de casa tienden a presentar mayores niveles de materialismo (con una media de 38,5 puntos); posteriormente se ubican las personas que se encuentran cesantes (con una media igual a 34,6 puntos); y en último lugar, con niveles más bajos de materialismo, se encuentran las personas en situación laboral activa (con una media de 33,1 puntos). Lo anterior se observa en la figura 9:

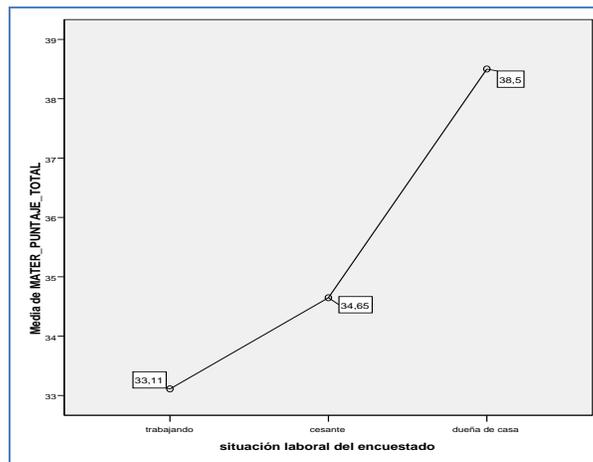


Figura 9. Materialismo según Situación Laboral.

La *prueba de ANOVA* también se utilizó para establecer diferencias entre el estado civil de los participantes y los niveles de materialismo. La prueba permitió establecer que no existe significancia estadística entre las variables (con un nivel de significancia de 0,23).

Sin embargo, se encontró que tanto solteros, casados, divorciados y separados tienden a poseer niveles *moderados* de materialismo.

En cuanto al ingreso per cápita, gran parte de la distribución se encuentra en los niveles *moderados* de materialismo con un nivel bajo de ingreso per cápita. La *prueba ANOVA* permitió establecer la relación entre las variables con un nivel de significancia inferior al 0,05. Dicho análisis puede ser observado en la siguiente figura 10:

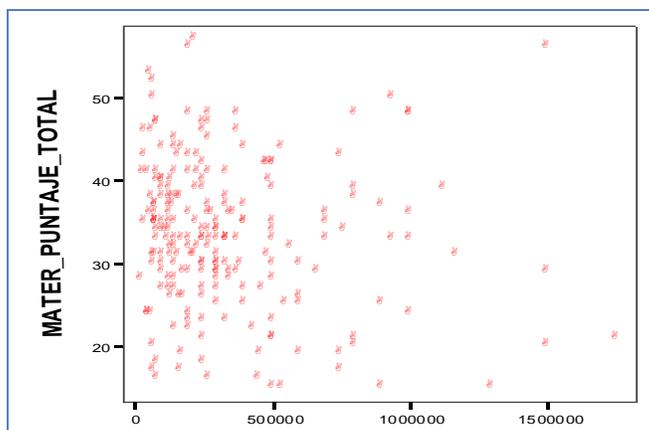


Figura 10. Materialismo e Ingreso Per cápita.

Hábitos de conducta de consumo según características sociodemográficas

En relación a los hábitos de conductas de consumo y el sexo, no se observó la existencia de una relación entre las variables. Con una diferencia en la media de 0,7 puntos entre hombres y mujeres en el nivel *moderado* de consumo y de 0,3 en el nivel *bajo* y *alto*. Con un valor de significancia de 0,88 en la *prueba T de Student*, se pudo establecer que el nivel de consumo es independiente del sexo de los participantes. Esto permite rechazar la creencia asociada a que las mujeres presentan mayores niveles de consumo en comparación con los hombres (véase figura 11):

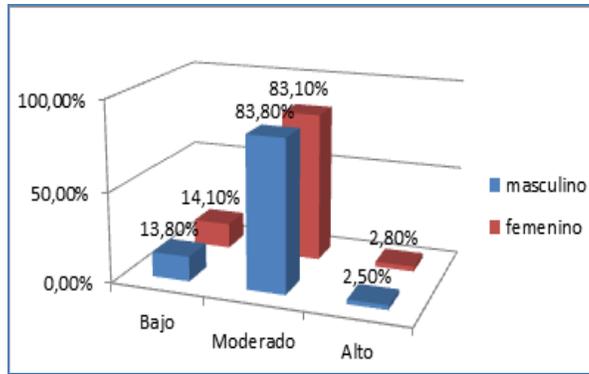


Figura 11. Hábitos de conductas de consumo según Sexo.

En cuanto al nivel educacional, a través de la *prueba de ANOVA* ($p < 0,05$) se pudo determinar que a mayor nivel educacional, mayor es la tendencia a un estilo de conducta de consumo de tipo impulsivo. En la siguiente figura 12 se expresa lo señalado anteriormente:

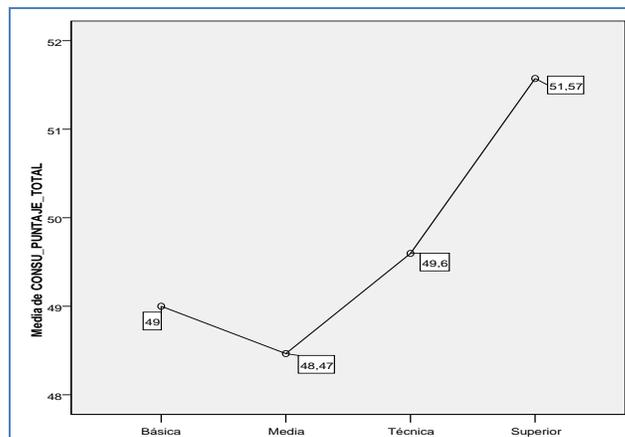


Figura 12: Hábitos de conducta de consumo según Nivel Educativo.

Luego de aplicar la *prueba de ANOVA* para establecer la relación entre hábitos de conducta de consumo y situación laboral, con un nivel de significancia de 0,92, se puede inferir que no existe significancia estadística entre dichas variables. Sin embargo, las personas que refieren ser dueñas de casa muestran mayores niveles de consumo acercándose a un tipo de consumo impulsivo en comparación con las personas en situación de cesantía. La distribución de la muestra en relación de estas variables se representa gráficamente a continuación:

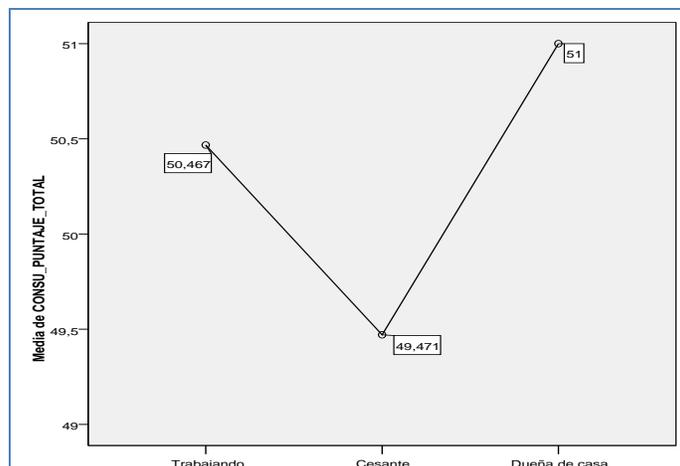


Figura 13: Hábitos de Conducta de Consumo según Situación Laboral.

En relación al estado civil, según la *prueba de ANOVA* se obtuvo una significancia del 0,04 ($p < 0,05$). Los individuos casados, separados y solteros presentan en relación a la media un nivel *moderado* de consumo. A continuación se presenta la figura 14 que muestra la distribución de la muestra según los niveles de consumo:

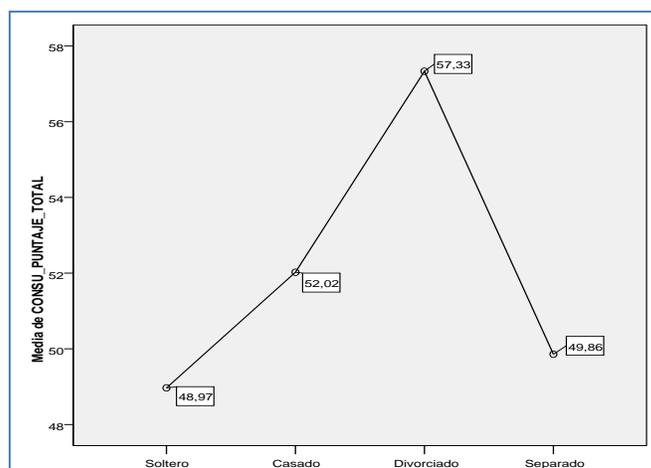


Figura 14: Hábitos de Conducta de Consumo y Estado Civil.

Por último, la distribución con las variables ingreso per cápita relacionada con consumo se ubica en los niveles *moderados* de consumo con un ingreso per cápita menor a los \$400.000 pesos chilenos (584 US). Luego de aplicar la *prueba de ANOVA*, se obtiene un nivel de significancia de 0,28, lo que indica que no existe relación entre las variables.

CONCLUSIÓN

Las personas más materialistas se caracterizaron por presentar mayores niveles de soledad. Así es como, a medida que una persona dedique esfuerzos y energías a la adquisición de dinero y posesiones, dicha persona disminuye sus posibilidades de dirigir sus esfuerzos y energías hacia el establecimiento de relaciones interpersonales significativas (Solberg, Diener y Robinson 2004; Kasser, 2002;); disminuyendo además su posibilidad de acceder a las gratificaciones que las experiencias ligadas a la interacción afectiva con otros pudieran proporcionarle. En consecuencia, incrementa su sentimiento de soledad.

Del mismo modo, Belk (1984) sostiene que las personas que presentan mayores niveles de materialismo le otorgan un nivel de importancia mayor en sus vidas a los objetos y creen que éstos proveen las fuentes más importantes de satisfacción. Cabe reocrdar que Richins y Dawson (1992) señalan que las personas materialistas tienden a desarrollar este valor como un medio para alcanzar la felicidad. Por otra parte, las personas que han desarrollado este valor tienden a caracterizarse en mayor medida que las personas menos materialistas por aislarse socialmente, pensar que los otros tienen intensiones perjudiciales, ser muy dependientes o muy evitativos y mostrar un estilo de relación pasivo-agresivo hacia los demás (Melipillán, 2007).

Los resultados señalan que no existe relación significativa entre soledad y sexo. De acuerdo a esto, hombres y mujeres presentan un sentimiento de soledad semejante, lo que comprueba los resultados obtenidos por Pinquart y Sörensen (2001), quienes demostraron que la diferencia entre soledad y sexo solo es notoria en las personas casadas, pero no en personas solteras, viudas o divorciadas. En el caso de la presente investigación, se percibe una tendencia de estos últimos a alcanzar mayores niveles de sentimientos de soledad, que deben ser objeto de preocupación y atención por parte de la psicología. Esto avala aspectos referenciados por Rokach, Moya, Orzeck y Expósito (2001), quienes aseguraron que el estar casado es la condición civil que mayor capacidad poseía para reducir el riesgo de experimentar soledad; datos que de igual forma se corroboran con estudios de Luanaigh y Lawlorz (2008), quienes indican que el matrimonio protege a aquellas personas casadas de experimentar con más frecuencia soledad en sus vidas.

Por otro lado, Pinquart y Sörensen (2001) concluyeron que aquellas personas que tenían un menor nivel socioeconómico reportaban mayores niveles de soledad. Es decir, un mayor nivel de ingresos y una mejor educación se tienden a asociar con un menor nivel de soledad. Dicho resultado se explica por el nivel de ingresos, ya que influye en el acceso a mejores oportunidades sociales, comerciales y al uso de servicios pagados. Las personas con un alto nivel financiero pueden acceder a una gran variedad de actividades que reducen la soledad. Resultados que son corroborados por el presente estudio, ya que se encontró una relación significativa entre soledad e ingreso per cápita y nivel educacional.

Con respecto al consumo, no es posible vincularlo con soledad y materialismo, ya que no se arrojaron asociaciones importantes en esta investigación. Este hecho puede ser explicado en parte, ya que dicha escala no sea la más apropiada para medir el fenómeno al estar compuesta solamente por dos factores para comprenderlo (reflexividad e impulsividad), dejando de lado elementos que de igual manera influyen en los hábitos de consumo, como el nivel de endeudamiento en las personas, la capacidad de crédito y también el ingreso familiar. Al respecto, Ortega y Rodríguez (2004) proponen un modelo compuesto por tres dimensiones: calidad del producto, planificación de la compra y uso responsable del crédito, contradiciendo lo propuesto por Denegri (2006). Ellos además aclaran que no es posible concluir que la escala de hábitos y conducta de consumo sea un instrumento fiable y válido.

El materialismo, por su parte, es un aspecto del consumo que cobra vigencia en la medida en que el consumo se constituye en el fin trascendental de la vida de las personas, esto es, cuando el “yo” pasa a definirse casi exclusivamente en términos de las posesiones que se tienen (Moulian, 1998; Belk, 1988). En relación con el materialismo, solo se encontró relación significativa con la variable sociodemográfica asociadas al nivel educacional y al ingreso per cápita. Ryan y Dziurawiec (2001), en base a una muestra de adultos, reiteran que no hay diferencias significativas en los puntajes de materialismo al comparar tres grupos de participantes con distintos niveles de ingreso. Los resultados de este estudio, sin embargo, demuestran que a mayor nivel educacional menor es el materialismo presentado en las personas. Kasser (2002), por su parte, encontró que aquellos adolescentes que le asignaban una mayor importancia al éxito económico en comparación con las metas de afiliación y sentimientos comunitarios, se caracterizaban por pertenecer a

familias de menores ingresos, con padres con menores niveles educacionales, hogares localizados en vecindarios más pobres y con mayores tasas de delitos.

REFERENCIAS DOCUMENTALES

- ALARCÓN, M. & GUTIÉRREZ, P. 2007. **Materialismo y su Relación con Valores pro Sociales en Estudiantes de Educación Superior de la Comuna de Concepción.** Tesis Para Optar al Grado de Psicólogo. Universidad del Desarrollo: Concepción.
- AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. 1987. **Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, DSM-III-R, Third edition revised.** American Psychiatric Association. Washington, DC (EEUU).
- BARBENZA, Mónica & MONTROYA, Paula. 1991. “El Sentimiento de Soledad. Su Relación con los Factores de Personalidad de Eysenck”. **Revista Latinoamericana de Psicología.** Vol. 23, No. 1: 101-112.
- BELK, Russel. 1988. “Possessions and the extended self”. **Journal of consumer research.** Vol. 15, No. 2: 139-168
- BELK, Russel. 1984. “Three scales to measure constructs related to materialism: Reliability, validity, and relationships to measures of happiness”. **ACR North American Advances.**
- CACIOPPO, Jonh. T. & PATRICK, William. 2008. **Loneliness: Human nature and the need for social connection.** WW Norton & Company.
- CARVAJAL, Gloria & CARO, Clara. (2009). “Soledad en la Adolescencia: Análisis del Concepto”. **Aquichan.** Vol. 9, No. 3: 281-296.
- DENEGRI, Marianela, PALAVECINOS, Mireya, RIPOLL, Miguel y YÁÑEZ, Vladimir. (1999). Caracterización Psicológica del Consumidor de la IX Región. En M. Denegri, F. Fernández, R. Iturra, M. Palavecinos y M. Ripio (eds.), *Consumir para Vivir y no Vivir para Consumir* (pp. 7-31). Temuco: Ediciones Universidad de la Frontera.
- DÍAZ, Rodrigo, et al. 2001. “Psicología social: Soledad”. **Apsique.** Disponible en: <http://www.apsique.cl/wiki/SociSoledad> Consultado el 11.07.2019.
- FABER, Ronald & O'GUINN, Thomas. 1992. “A clinical screener for compulsive buying”. **Journal of consumer Research.** Vol. 19, No. 3: 459-469.
- KASSER, Tim. 2002. **The high price of materialism.** Cambridge: The MIT Press.

- LUANAIGH, Conor & LAWLORZ, Brian. (2008). "Loneliness and the health of older people". **International Journal Of Geriatric Psychiatry**. Vol. 23, No. 2: 1213-1221.
- MAGDALENO-HERNÁNDEZ, Tania. 2013. **La soledad en adultos jóvenes. Vincularidad e identidades**. Tesis, maestría en psicoterapia. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Tlaquepaque: Jalisco.
- MELIPILLÁN, Roberto. 2007. **Materialismo y su Relación con el Bienestar Subjetivo y Valores Pro Sociales en Trabajadores de la Región del Bio Bio**. Tesis de Magíster en Intervención Social y Desarrollo, Universidad de Concepción: Concepción.
- MELIPILLÁN, Roberto & COVA, Felix 2010. "Materialismo y su Relación con Soledad y Maquiavelismo". **Revista Colombiana de Psicología**, Vol.: 61-70.
- MIJUSKOVIC, Ben. 1986. "Loneliness: counseling adolescents". **Adolescence**, Vol. 21, No. 84: 941.
- MONTERO-LÓPEZ, María & SÁNCHEZ-SOSA, Juan. 2001. "La Soledad Como Fenómeno Psicológico: Un Análisis Conceptual". **Salud Mental**, Vol. 24, No. 1: 19-27.
- MOULIAN, Tomás. 1998. **El consumo me consume**. Santiago: LOM.
- MUCHINIK, Eva & SEIDMANN, Susan. (2004). **Aislamiento y Soledad**. Argentina: Eudeba.
- O'GUINN, Thomas. & FABER, Ronald. 1989. "Compulsive buying: A phenomenological exploration". **Journal of consumer research**, Vol. 16, No. 2: 147-157.
- ORTEGA, Virgilio & RODRÍGUEZ-VARGAS, Juan. 2004. "Escala de Hábitos y Conductas de Consumo: Evidencias Sobre Dimensionalidad." **International Journal of Clinical and Health Psychology**, Vol. 4, No. 1: 121-136.
- PERLMAN, Daniel & COZBY, Chris. 1988. **Psicología Social**. México: Interamericana.
- PINQUART, Martin & SÖRENSEN, Silvia. 2001. "Influences on loneliness in older adults: a meta-analysis". **Basic and Applied Social Psychology**, Vol. 23, No. 4: 245-266.
- RICHINS, Marsha., & DAWSON, Scott. (1992). "A consumer values orientation for materialism and its Measurement". **Journal of Consumer Research**, Vol. 19, No. 3: 303-316.

- RODRÍGUEZ, Rubén. 2005. "El hombre como ser social y la conceptualización de la salud mental positiva". **Investigación en Salud**, Vol. 7, No. 2: 105-111.
- ROKACH, Ami, MOYA, Miguel, ORZECK, Tricia & EXPÓSITO, Francisca. 2001. "Loneliness in North America and Spain". **Social Behavior and Personality**, Vol. 29, No. 5: 477-489.
- RUBIO, Ramona. 2004. **La soledad en las personas mayores españolas**. Madrid: Portal.
- RUSSELL, Daniel. 1996. "UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, validity, and factor Structure". **Journal Of Personality Assessment**, Vol. 66, No. 1: 20-40.
- RYAN, Lisa & DZIURAWIEC, Suzzane. 2001. "Materialism and its relationship to life satisfaction". **Social Indicators Research**, Vol. 55, No. 2: 185-197.
- SOLBERG, Emily, DIENER, Edward & ROBINSON, Michael. 2004. "Why are materialists less satisfied?" En: Kasser, Tim; Kanner, Allen D. (Eds). **Psychology and consumer culture: The struggle for a good life in a materialistic world** (pp. 29-48). Washington, DC, US: American Psychological Association.
- WEISS, Robert S. 1973. **Loneliness: The experience of emotional and social isolation**. Cambridge: The MIT Press.