



**Estudo Exploratório das Relações entre a  
Vaidade, a Auto-Estima Contextual, a Satisfação  
com a Vida, as Atitudes Monetárias e o  
Materialismo numa Amostra Portuguesa**

Carina Maria Rocha Coutinho

Dissertação de mestrado em Psicologia

Especialização em Psicologia Social e das Organizações

Trabalho efectuado sob a orientação do Professor Doutor Jean-Christophe Giger

# Estudo Exploratório das Relações entre a Vaidade, a Auto-Estima Contextual, a Satisfação com a Vida, as Atitudes Monetárias e o Materialismo numa Amostra Portuguesa

## “Declaração de autoria do trabalho”

Declaro ser a autora deste trabalho, que é original e inédito. Autores e trabalhos consultados estão devidamente citados no texto e constam da listagem de referências incluídas.

Carina Maria Rocha Coutinho

Copyright © aluna da Universidade do Algarve

“A Universidade do Algarve tem o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicitar este trabalho através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, de o divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objectivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor”.

## Agradecimentos

*Assumir integralmente a responsabilidade por este estudo não seria justo, tendo em conta o número de pessoas que se envolveram e contribuíram para mais uma das minhas realizações pessoais.*

*O espaço limitado desta secção de agradecimentos, não me permite agradecer, como devia, a todas as pessoas, que, ao longo deste percurso me ajudaram directamente ou indirectamente, a cumprir os meus objectivos.*

*Desta forma, deixo apenas algumas palavras, poucas, mas com um sentimento profundo de agradecimento.*

*Ao Professor Doutor Jean-Christophe Giger, pelas orientações preciosas que me proporcionou ao longo desta investigação, pelo apoio e pelas respostas a todas as questões que foram surgindo aquando da realização da mesma.*

*Uma dedicação especial à minha mãe por seres sempre a melhor mãe do Mundo, pelas oportunidades que me ofereceste, pela tua dedicação todos os dias e pelo nosso amor incondicional. És a minha maior estrela!*

*À minha avó Eva, com quem aprendi a gostar genuinamente das pessoas e a abraçar a vida com alegria.*

*À minha tia Clara, por todos os valores que sempre me transmitiu desde criança.*

*Ao meu mano, por toda a nossa cumplicidade. Serás sempre o meu herói.*

*Ao namorado, um agradecimento especial pelo apoio e carinhos diários, pelas palavras e pela força, em todo os momentos. És grande!*

*Às minhas colegas de curso e amigas, Liliana e Samantha, pelos nossos momentos bons (e menos bons) de companheirismo e ajuda. Obrigado pela vossa amizade!*

*À minha Alex pelo apoio incondicional que sempre me deu todos os dias, pela dedicação à nossa amizade, pela compreensão e por tudo aquilo que nos completa.*

*À minha afilhada, Camila, pelas brincadeiras, pela sua alegria contagiante e por todos os momentos que partilhamos juntas desde o dia em que te vi pela primeira vez.*

*“Bom mesmo é ir à luta com determinação, abraçar  
a vida com paixão, perder  
com classe e vencer com ousadia  
pois o triunfo pertence a quem se atreve...  
A vida é muita para ser insignificante.”*

**Charles Chaplin**

## Resumo

**Objectivos** – O presente estudo consubstancia-se no estudo exploratório das relações entre a vaidade, a auto-estima contextual, a satisfação com a vida, as atitudes monetárias e o materialismo numa amostra portuguesa. Neste sentido, os objectivos principais do estudo são: verificar se há uma relação entre as atitudes monetárias, o materialismo e a satisfação com a vida; verificar se há uma relação entre auto-estima contextual, vaidade, atitudes monetárias e materialismo.

**Metodologia** – A amostra deste estudo é constituída por 100 sujeitos com idades compreendidas entre os 18 e os 74 anos. A recolha de dados foi feita pela administração de um questionário com duas versões, tratando-se os resultados recorrendo à análise estatística e ao programa *IBM SPSS Statistics 18*.

**Resultados** – Os principais resultados indicam que: i) a satisfação com a vida está associada com o orçamento, a alegria e o materialismo geral; ii) a auto-estima contextual está associada com o orçamento, a realização, o materialismo geral e o sucesso; iii) a vaidade intelectual está associada com a realização.

**Relevância** – O estudo comprova a existência de uma relação entre auto-estima contextual, vaidade, materialismo e atitudes monetárias o que é uma mais-valia para estudos futuros na medida em que, ainda não existem estudos que apresentem tais resultados na população portuguesa. Sugere-se a realização de novas investigações neste âmbito.

**Palavras-chave:** Satisfação com a vida, Auto-Estima Contextual, Dinheiro, Materialismo, Atitudes Monetárias.

## Abstract

**Purpose:** This research is embodied in the analysis of the vanity, the contextual self-esteem, the satisfaction with life, the attitudes toward Money and the materialism on a Portuguese sample. The main objectives of this study are to realize if there is a relation between the attitudes toward money, the materialism and the satisfaction with life; to check if there is a relation between the contextual self-esteem, the vanity, the attitudes toward money and the materialism.

**Methodology:** The sample of this study consists of 100 people aged between 18 and 74 years old. Data collection was performed by administering a two version questionnaire, and subsequently were treated using statistical analysis and IBM SPSS Statistics version 18 software.

**Findings:** The results showed that: i) the satisfaction with life is linked to the budget, the joy and the materialism; ii) the contextual self-esteem is associated with the budget, the personal fulfillment, the materialism and the success; iii) the intellectual vanity is associated with the personal fulfillment.

**Relevance:** This study showed that exist a relation between the contextual self-esteem, the vanity, the materialism, and the attitudes toward money, which is really useful for future researches. It is suggested to conduct further investigations in this area since there are none.

**Keywords:** Satisfaction with life, Contextual Self-Esteem, Money, Materialism, Attitudes toward money.

## Índice Geral

<b>Introdução.....</b>	<b>1</b>
------------------------	----------

### **Parte I – Enquadramento teórico**

#### **1. Materialismo, Atitudes Monetárias e Satisfação com a Vida**

1.1. Definição de Materialismo.....	4
1.2. Definição de Satisfação com a Vida.....	5
1.3. Relação entre Materialismo e Satisfação com a Vida.....	6
1.4. Definição de Atitudes Monetárias.....	7
1.5. Relação entre Atitudes Monetárias e Satisfação com a Vida.....	9

#### **2. Auto-estima Contextual, Vaidade, Materialismo e Atitudes Monetárias**

2.1. Definição de Auto-estima Contextual.....	10
2.2. Relação entre Auto-estima Contextual e Materialismo.....	12
2.3. Relação entre Auto-estima Contextual e Atitudes Monetárias .....	13
2.4. Definição de Vaidade.....	14
2.5. Relação entre Vaidade e Materialismo.....	16
2.6. Relação entre Vaidade e Atitudes Monetárias.....	17

### **Parte II – Estudo Empírico**

#### **3. Método**

3.1. Objectivos da Investigação.....	19
--------------------------------------	----

3.2. Caracterização da amostra do estudo.....	19
3.3. Procedimento de recolha de dados .....	20
3.4. Instrumentos... ..	20
4. Apresentação dos Resultados.....	22
5. Discussão dos resultados.....	32
6. Limitações e Estudos Futuros.....	36
7. Conclusão.....	37
<b>Referências Bibliográficas.....</b>	<b>39</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>42</b>

## Índice de Tabelas

<b>Tabela 4.1:</b> Caracterização das variáveis do estudo.....	23
<b>Tabela 4.2:</b> Correlação entre as variáveis.....	26
<b>Tabela 4.3:</b> Regressão linear da idade, género, materialismo e das atitudes monetárias como preditores da satisfação com a vida.....	27
<b>Tabela 4.4:</b> Regressão linear da idade, género, auto-estima contextual e da vaidade como preditores do materialismo.....	28
<b>Tabela 4.5:</b> Regressão linear da idade, género, auto-estima contextual e da vaidade como preditores das atitudes monetárias.....	30

## Índice de Anexos

<b>Anexo A:</b> Escala das Atitudes Monetárias.....	43
<b>Anexo B:</b> Escala do Materialismo .....	45
<b>Anexo C:</b> Escala da Vaidade.....	47
<b>Anexo D:</b> Escala da Satisfação com a Vida.....	49
<b>Anexo E:</b> Escala da Auto-estima Contextual.....	50
<b>Anexo F:</b> Questionário 1ª Versão.....	52
<b>Anexo G:</b> Questionário 2ª Versão.....	57

## **Introdução**

Este trabalho enquadra-se no mestrado em Psicologia, área de especialização em Psicologia Social e das Organizações. Trata-se de um estudo exploratório das relações entre a vaidade, a auto-estima contextual, a satisfação com a vida, as atitudes monetárias e o materialismo numa amostra portuguesa.

Sabendo que o dinheiro é um meio que facilita a obtenção de bens e facilidades, assume uma posição central e influencia cada vez mais aspectos da vida moderna. Desta forma, o dinheiro é um mecanismo que se interpõe entre o homem e os seus desejos, pois através dele, outras coisas tornam-se alcançáveis. Dito isso, o desejo do homem moderno de ser feliz alimenta-se do poder e do sucesso, que podem ser obtidos por meio do dinheiro (Simmel, 1998).

Para Rose e Orr (2007), são os significados que os indivíduos atribuem ao dinheiro que motivam os seus comportamentos. Portanto, as atitudes ao dinheiro afectam vários aspectos da vida dos indivíduos, não apenas os hábitos de gastar ou poupar mas, também, a satisfação, o desempenho no trabalho, a motivação, o poder de compra, a aquisição, entre outros.

A aquisição de bens materiais poderá ter a finalidade de facilitar e melhorar a qualidade de vida das pessoas, trazendo felicidade e proporcionando bem-estar. Assim, as compras e a posse de bens são uma forma de as pessoas perseguirem a felicidade e de promoverem a sua satisfação pessoal e social (Belk, 1985). Do mesmo modo, Ward e Wackman (1971) enfatizam que o materialismo é uma via para a felicidade e para o sucesso.

Os indivíduos materialistas julgam o seu próprio sucesso e o de outras pessoas pela quantidade e qualidade de bens acumulados. Os bens são utilizados como símbolo de sucesso e como forma de comunicação para transmitir aos outros uma imagem pessoal e marcar uma posição social.

## Os objectivos do estudo

Definido o âmbito de estudo deste trabalho “Estudo Exploratório das relações entre a Vaidade, a Auto-Estima Contextual, a Satisfação com a Vida, as Atitudes Monetárias e o Materialismo numa Amostra Portuguesa”, torna-se pertinente referir os objectivos do estudo:

- Verificar se há uma relação entre as atitudes monetárias, o materialismo e a satisfação com a vida;
- Verificar se há uma relação entre auto-estima contextual, vaidade, atitudes monetárias e materialismo.

Torna-se importante, no decorrer do trabalho, ter presente os objectivos que foram delineados, pois eles são um fio condutor à medida que avançamos na sua realização.

O trabalho, para além da introdução na qual descrevemos o âmbito do estudo e os objectivos, encontra-se estruturado em duas partes aos quais se seguem as referências consultadas e respectivos anexos.

*A primeira parte do trabalho* descreve a construção do referencial teórico através da consulta a fontes, nomeadamente livros e artigos publicados em revistas, conferências, internet etc. Divide-se em 2 capítulos, onde serão definidos os conceitos do estudo e as relações entre eles.

*A segunda parte do trabalho* refere-se ao estudo empírico proposto, descreve a fundamentação metodológica, nomeadamente o caminho que percorremos para responder às questões de investigação, os objectivos e questões de investigação, a caracterização da amostra estudada, o procedimento da recolha de dados, os instrumentos de recolha de dados, a análise dos resultados, as implicações, as limitações, a discussão dos resultados e por fim a conclusão do estudo. Serão comparados os resultados obtidos com os de outros estudos, ou com considerações de autores mencionados no referencial teórico. Nesta parte apresentamos também uma síntese global dos resultados tendo em conta os objectivos do estudo e sugerimos estudos futuros para o enriquecimento desta investigação.

# **PARTE I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO**

# 1. Materialismo, Atitudes Monetárias e Satisfação com a Vida

## 1.1. Definição do Materialismo

O materialismo é visto como um conceito ambíguo que representa a perspectiva individual sobre o valor que as posses desempenham na vida das pessoas (Richins, 1994).

As teorias sociais sustentam o conceito popular segundo o qual o materialismo assenta no valor atribuído aos bens materiais e no papel que desempenham na vida de cada pessoa, associados a sentimentos de posse, felicidade e de *status* social. Assim, as pessoas mais materialistas são aquelas que valorizam mais a aquisição e posse de bens, enquanto as pessoas que não sentem tanto essa necessidade, são consideradas não materialistas (Belk, 1985; Richins&Dawson, 1992).

O materialismo tem sido abordado a partir de três perspectivas: Inglehart (1971) associa o materialismo a experiências precoces de privação económica; Belk (1984), descreve o materialismo como traço de personalidade; e Richins&Dawson (1992) que definem o materialismo como um valor.

O materialismo será abordado segundo o modelo mais recente proposto por Richins&Dawson (1992). Os autores partem da concepção do materialismo como um sistema de valores pessoais, delineando então três dimensões dos valores materialistas: **Centralidade** – as pessoas materialistas consideram as posses um aspecto central nas suas vidas, isto é, tendem a direccionar os seus pensamentos e comportamentos em relação às posses sobre outras actividades (por ex.: enriquecimento intelectual); **Alegria** - as pessoas materialistas tendem a precisar de bens para serem felizes na vida. Existem, certamente, muitas fontes de felicidade disponíveis (por ex.: a

religião) e a pessoa materialista prefere buscar a felicidade através da aquisição de bens; **Sucesso** - as pessoas materialistas tendem a julgar o seu próprio sucesso e de outros à quantidade e qualidade de bens acumulados. (por ex.: as pessoas atribuem maior sucesso a uma pessoa que vive numa vivenda do que a outra que vive numa casa pequena).

Segundo Richins e Dawson (1992) os consumidores mais materialistas poderão obter prazer ao adquirirem ou mostrarem um bem, e não ao usá-lo. Os mais materialistas são mais autocentrados e preferem usar os seus recursos para si mesmos, ao invés de partilha-los com os outros.

## **1.2. Definição da Satisfação com a Vida**

A satisfação com a vida é uma das medidas do bem-estar subjectivo, que reflecte a avaliação pessoal do indivíduo sobre determinados domínios, como saúde, trabalho, relações sociais e outros; podendo também ser feita por meio de afecto quando o indivíduo vivencia emoções agradáveis ou desagradáveis e quando apresenta um estado de humor (Giacomoni, 2004). Enquanto subjectiva, a avaliação da satisfação com a vida espelha as expressões de cada pessoa quanto aos seus critérios de satisfação com a vida bem como, o modo como cada pessoa vive as suas experiências quotidianas de uma forma positiva.

A satisfação com a vida é considerada uma dimensão cognitiva que representa o balanço psicológico que cada indivíduo faz em relação à sua vida que depende da comparação entre as circunstâncias de vida e avaliação da vida de acordo com um padrão estabelecido, ou seja, é a avaliação que as pessoas fazem da vida como um todo, tendo em conta a discrepância percebida entre aspirações e realizações (Paul, 1992). Um aspecto essencial do bem-estar é a capacidade de acomodação às perdas e de assimilação de informações positivas sobre o *self*— um sistema composto por estruturas de conhecimento sobre si mesmo e um conjunto de funções cognitivas que integram activamente essas estruturas ao longo do tempo e ao longo de várias áreas do

funcionamento pessoal (Neri, 2001). É importante compreender que, em qualquer momento do ciclo vital e em qualquer sociedade, a satisfação com a vida é fenómeno de diversas faces, que considera valores individuais e sociais que dependem de cada indivíduo e da sua própria cultura. Existem diversos factores que influenciam a satisfação com a vida, destacando-se: relações sociais, personalidade e aspectos socioeconómicos (saúde, religião, género, emprego, idade, rendimento, estado civil, educação).

Na literatura emergem diversos conceitos associados fortemente à satisfação com a vida tais como, o bem-estar subjectivo e a qualidade de vida (Albuquerque & Troccóli, 2004). A satisfação com a vida é um indicador global da qualidade de vida e da saúde mental, sendo muitas vezes considerada um sinónimo de bem-estar subjectivo, qualidade de vida e felicidade. A qualidade de vida e o bem-estar subjectivo são constructos diferentes do de satisfação com a vida, contudo envolvem na sua avaliação a satisfação com a vida (Joia, Ruiz & Donalísio, 2007).

### **1.3. Relação entre Materialismo e Satisfação com a Vida**

O dinheiro e os bens materiais sempre estiveram presentes na vida das pessoas, representados por objectos atribuídos a um valor específico fazendo parte da cultura e da época, com várias definições e diversos significados e usos na vida económica e social (Furnham & Argyle, 2000; Moreira, 2002). Os recursos económicos são um dos componentes associados à satisfação com a vida e ao bem-estar subjectivo. (George, 2000).

Em relação à influência do materialismo no bem-estar subjectivo, a literatura cita dados aparentemente contraditórios: pessoas menos materialistas são mais felizes do que as pessoas materialistas; pessoas que têm menos apego ao dinheiro (que gastam mais) são mais felizes do que as que têm mais apego (retêm mais). A relação entre estas variáveis compreende também aspectos de personalidade, culturais e variáveis económicas. Os valores e os significados associados aos bens materiais variam ao longo do ciclo vital.

Num estudo realizado na Austrália com 162 adultos foi constatado que existe uma relação negativa entre materialismo e satisfação com a vida (Ryan&Dziurawiec, 2000). A essência destes resultados vem comprovar que os indivíduos mais materialistas são menos felizes e menos satisfeitos com a sua “vida como um todo”. Os autores concluíram que os indivíduos mais materialistas eram menos satisfeitos com aspectos particulares da sua vida como “*padrão de vida*” (satisfação com os bens materiais), “*vida familiar*” (satisfação com o cônjuge/filhos) e “*quantidade de diversão e gozo*” (satisfação com diversão e prazer na vida) do que os indivíduos menos materialistas.

Também Richins e Dawson (1992) e Burroughs e Rindfleisch (2002) demonstraram que há uma relação negativa entre o materialismo e o bem-estar. Os autores defendem que, o facto de um indivíduo ser excessivamente focado na aquisição de bens materiais está associado com a baixa auto-estima, com a insatisfação e com baixos níveis de bem-estar subjectivo.

O resultado dos estudos efectuados sobre esta temática permite-nos chegar à seguinte hipótese:

**H<sub>1</sub>:** O materialismo está associado com a satisfação com a vida.

#### **1.4. Definição das Atitudes Monetárias**

Devido ao aumento do dinheiro na vida actual das pessoas tornou-se pertinente compreender a atitude das pessoas face ao dinheiro.

O dinheiro apesar do facto de não ter valor intrínseco é uma característica proeminente e um motivador poderoso do comportamento na sociedade ocidental (Opsahl&Dunnette, 1966). Talvez devido a isso é que o dinheiro pode significar “coisas diferentes para pessoas diferentes” (Wemimont&Fitzpatrick, 1972). Algumas pessoas encaram o dinheiro como algo de bom, importante, valioso e atractivo. Enquanto outras o vêem como algo vergonhoso, desonesto e desnecessário. Diferentes pessoas encaram, valorizam e tratam o dinheiro de diferentes formas, de acordo com factores contextuais

e ambientais. Tem um significado multidimensional, instrumental e simbólico. Possui uma dimensão de bem visual, de poder e prestígio e uma dimensão de orçamento e poupança (Mitchell & Mikel, 1999).

Para entender melhor os diferentes significados do dinheiro e o que este vale para pessoas diferentes, as pesquisas empíricas tiveram como foco principal o desenvolvimento de escalas para avaliar tais diferenças (por exemplo, Fumham, 1984; Tang, 1992; Yamauchi & Templer, 1982). As pesquisas demonstraram que o significado que as pessoas atribuem ao dinheiro são realmente diferentes.

Thomas Tang desenvolveu a escala *Money Ethic Scale* (MES, 1992) constituída por 6 factores que pretendia avaliar o comportamento das pessoas em relação ao significado do dinheiro. Através de uma análise factorial mediu os factores mais importantes com relação ao comportamento das pessoas sobre dinheiro. Os Factores são: Factor 1 – *Good* (o dinheiro é bom) mede as atitudes positivas que estão associadas ao dinheiro; Factor 2 – *Evil* (o dinheiro é mau) avalia as atitudes negativas que estão associadas ao dinheiro; Factor 3 – *Achievement* (realização) mede a realização e o sucesso que o indivíduo adquire através do dinheiro; Factor 4 – *Respect/ Self-esteem* (Respeito/Auto-estima) avalia a forma como o dinheiro ajuda o indivíduo a exprimir as suas competências e habilidades permitindo ganhar auto-estima e respeito dos outros; Factor 5 – *Budget* (orçamento) mede a capacidade que o indivíduo tem para gerir o seu orçamento em função da sua capacidade/esforço de poupança; Factor 6 – *Freedom/ Power* (Liberdade/Poder) mede a influência que o dinheiro tem no ganho de autonomia, liberdade, segurança e poder na vida dos indivíduos. Esta escala foi construída com o objectivo de mensurar as atitudes monetárias em ambientes organizacionais bem como, averiguar a relação das atitudes monetárias com variáveis relacionadas com o trabalho.

Posteriormente, Tang (1995) construiu uma versão mais reduzida da escala, designada de Escala Ética do Dinheiro Reduzida. Esta escala é construída apenas por 3 factores, sendo eles; Factor 2 – *Evil* (o dinheiro é mau), Factor 3 – *Achievement* (realização) e o Factor 5 – *Budget* (orçamento). Esta escala foi construída com o intuito de reduzir o tamanho da escala original e com vista a tornar a pesquisa mais prática.

## **1.5. Relação entre Atitudes Monetárias e Satisfação com a Vida**

O dinheiro sendo um meio que facilita a obtenção de bens, assume uma posição central na vida das pessoas e influencia vários aspectos da vida, como a satisfação. Com o objectivo de compreender a relação que existe entre as atitudes monetárias e a satisfação com a vida, vários pesquisadores (Tang, 2004; Arocas, 2004; Diener, 2005; Pereira dos Santos, 2008) têm investigado as atitudes das pessoas relacionadas ao dinheiro.

Diener (1995) avaliou a relação entre o rendimento e a satisfação em 55 países descobrindo correlações elevadas. O aumento do rendimento não significa uma subida proporcional na satisfação com a vida, no entanto uma diminuição no salário pode levar ao sentimento de frustração e à diminuição da satisfação com a vida. Os efeitos da subida da satisfação são a curto prazo, pois as pessoas habituem-se a um nível de vida e passam a encará-lo como normal.

Tang e Arocas (2004) realizaram um estudo com professores universitários e verificaram que os professores que pontuavam mais nos factores de sucesso e orçamento, tinham maior satisfação profissional e com a vida; os que pontuavam mais no sucesso e menos no orçamento apresentavam menor satisfação salarial e com a vida.

Também num estudo realizado em Portugal com mulheres e homens idosos (Pereira dos Santos, 2008), com intuito de compreender como a satisfação com a vida se relaciona com comportamentos monetários verificou-se que, a satisfação com a vida não se associa aos comportamentos e ética monetária, o que está em consonância com a literatura (Diener, 1993, 1995). Para os idosos os comportamentos monetários relacionam-se principalmente com a poupança, sugerindo que se preocupam com o futuro (Gharpade, 2006) devido ao grau de incerteza (Carreira & Freire, 2007) e ao valor reduzido das reformas e pensões. Relativamente aos factores de comportamentos monetários constaram que, a satisfação com a vida aumenta quando se assumem comportamentos de poupança (Pereira dos Santos, 2008), apontando para a preocupação

das pessoas idosas em relação ao futuro e pela sua necessidade de manter a sua integridade (Erickson, 1950).

De acordo com os resultados obtidos acerca das atitudes monetárias e da satisfação com a vida podemos formular a seguinte hipótese:

**H<sub>2</sub>:** As atitudes monetárias estão associadas com a satisfação com a vida.

## **2. Auto-estima contextual, Vaidade, Materialismo e Atitudes Monetárias**

### **2.1. Definição da Auto-estima Contextual**

*“ A auto-estima é um conjunto de crenças que cada um possui sobre a sua natureza, as suas qualidades próprias e os seus comportamentos característicos”, (Rogers, 1951, 1961, 1980, in Weyne, 2002).*

De forma a contextualizar e melhor compreender o conceito de auto-estima contextual, faremos uma primeira abordagem ao conceito de auto-estima global.

O componente afectivo do auto-conceito é a auto-estima, porque está ligada à avaliação que o indivíduo faz da sua auto-imagem, capacidades e acções e também às emoções que daí provêm (Bruges, 2006; Faria, 2003; Vaz Serra, 1988).

Um dos primeiros autores a definir o conceito de auto-estima foi James (1890 citado por Mruk, 1998), o qual defendia que a auto-estima é determinada por um ratio das nossas qualidades e presumíveis potencialidades. Indo de encontro à definição de James (1890), Hoyle, Kernis, Leary e Baldwin (1999) defendem que a auto-estima é o ratio dos sucessos de um indivíduo e das suas aspirações, ou seja, é uma auto-avaliação do desempenho de um indivíduo nas áreas que ele quer realizar bem. Nesta sequência, pode-se afirmar que a auto-estima tem um lado mutável que varia consoante as nossas aspirações ao longo da vida e também porque o nosso desempenho pode variar. Assim, a auto-estima é um fenómeno dinâmico, dado que o indivíduo pode alterar as suas

aspirações e pode ter diferentes desempenhos com êxitos variados. Por outro lado, estes autores defendem que a auto-estima terá também um lado mais estável, que diz respeito aos sentimentos que temos de nós próprios, sobre o nosso valor, aceitação e amor-próprio.

Também Rosenberg (1965), um dos principais estudiosos da auto-estima define-a como uma avaliação que um indivíduo faz e mantém em relação a si mesmo, o que implica um sentimento de valor, englobando uma componente sobretudo afectiva, a qual se expressa numa atitude de aprovação/desaprovação de si próprio (Mruk, 1998; Romano, Negreiros & Martins, 2007).

Faria (2003) defende que a influência dos outros, principalmente das pessoas significativas, é importante na construção do conceito. O peso do olhar do outro sobre a auto-estima interfere mais na auto-estima elevada do que na baixa, pois a exigência e as expectativas nos casos de uma auto-estima alta obedecem a critérios mais elevados sendo que, atingido determinado nível e estatuto perante os outros a margem de aprovação torna-se reduzida.

Durante algum tempo, alguns autores acreditaram que a auto-estima fosse estável, que embora dependesse de reforços do meio, e que as pessoas por vezes pudessem apresentar uma auto-estima alta e uma auto-estima baixa, esta mantinha-se estável (Blascovich&Tomaka, 1991).

Contudo, estudos mais recentes apontam para o facto de, a auto-estima ser instável e constituir um somatório de várias auto-estimas e que, para várias áreas da nossa vida temos uma auto-estima que trabalha de forma mais ou menos independente. No entanto, um êxito ou um fracasso numa determinada área também pode condicionar outra área. A auto-estima não sendo estática necessita de ser alimentada regularmente e os estímulos do meio poderão afectar a auto-estima. Por exemplo, pessoas com uma elevada auto-estima mas estável sofrem uma grande pressão social quando querem atingir padrões sociais difíceis de manter devido à sua auto-estima instável (Kernis, 2003). Quando a auto-estima de um indivíduo é contextual no que toca a aparência ou estatuto, esta necessita do elogio e de ser avaliada positivamente em relação aos demais indivíduos para não se tornar frágil. As dúvidas que um indivíduo tem sobre si e sobre as suas capacidades tornam-se dependentes da opinião e julgamento dos outros. Este

desejo de aprovação e reconhecimento dos outros pode fazer com que a sua atitude ao que ele pensa dependa do que os outros esperam dele e não do que ele quer.

A auto-estima contextual baseia-se em padrões ou expectativas relacionadas com a aprovação social, performance, aparência, ou outros critérios (Crocker&Wolfe, 2001; Deci&Ryan, 1995; Kernis, 2003).

Segundo Kasser (2002), a auto-estima contextual “ocorre quando a noção do que vale a pena para um indivíduo depende do encontro com padrões externos particulares expressos através de uma atitude de aprovação/desaprovação em relação aos outros indivíduos”.

Os psicólogos Deci e Ryan (1998) defendem que as pessoas com auto-estima contextual concentram-se a maior parte do tempo na maneira como os seus sucessos e fracassos se reflectem na sua imagem.

## **2.2. Relação Auto-estima Contextual e Materialismo**

Não existem estudos que comprovam a existência de uma relação entre auto-estima contextual e materialismo. Contudo, existem estudos acerca da auto-estima geral que nos levam a pensar que possa existir uma relação entre os conceitos.

Kasser (2001) analisou os sonhos em indivíduos com elevado nível de materialismo e indivíduos com baixo nível de materialismo e, concluiu que os sonhos com mais impacto para os indivíduos com elevado grau de materialismo estão relacionados com insegurança e ansiedade e dizem respeito à sua auto-estima. Estes estudos sugerem que, não apenas os sentimentos negativos mas também uma profunda insegurança ou preocupação com próprio indivíduo estão relacionados com o materialismo (Kasser, 2001). Estes resultados vão de encontro à ideia defendida por Micken e Roberts (1999). Os autores defendem que os indivíduos materialistas estão à procura de segurança e sentem necessidade de afastar sentimentos de dúvida e incerteza. Desta forma, as pessoas mais materialistas poderiam estar mais focadas na aquisição de

bens não, apenas como sinal de *status* mas, também pela tentativa de fixarem a sua identidade pessoal.

Um estudo publicado na *British Journal of Social Psychology* com o objectivo de examinar o impacto que as mensagens publicitárias e os valores materialistas têm sobre os sentimentos das mulheres e o seu corpo demonstrou que as mulheres sentem-se insatisfeitas com o seu corpo depois de observarem imagens de modelos idealizados, que normalmente são representados nos media. Actualmente, os media promovem mais do que apenas o ideal de beleza perfeita, mas também bens de consumo, e ambos são representados em conjunto, salientando os benefícios da beleza e os benefícios de possuir bens materiais para o sucesso pessoal (Ashikali, 2011).

Também Rose e Dejesus (2007) defendem que o consumo de bens pode ser usado como um meio que irá aumentar o sentimento de “pertença” e aqueles que possuem essa necessidade podem ter predisposição para o materialismo.

Assim sendo e de acordo com os resultados obtidos nos diversos estudos sobre auto-estima contextual e materialismo podemos chegar à seguinte hipótese:

**H<sub>3</sub>:** A auto-estima contextual está associada com o materialismo.

### **2.3. Relação entre Auto-estima Contextual e Atitudes Monetárias**

Não existem estudos que demonstrem a existência de uma relação entre auto-estima contextual e atitudes monetárias, no entanto, existem estudos sobre a auto-estima e os valores monetários.

Para os materialistas, as posses materiais são utilizadas para caracterizar os seus valores e pode influenciar a sua auto-estima. Os indivíduos que apresentam uma auto-estima alta valorizam o dinheiro como um meio de realização social e pensam na obtenção de bens como um meio para impressionar os outros com o seu estatuto social. Este tipo de auto-estima está interligado com um comportamento consumista que é tido

mediante referências de alto estatuto social e varia consoante as possibilidades de consumo de cada um. Sugere-se então que o dinheiro será a peça mais importante neste tipo de padrão em que a aparência face aos demais será a principal motivação (Richins, 2004).

Zhou, Vohs e Baumeister (2009) explicam que a ideia de possuir dinheiro contribui para uma elevada auto-estima o que vai fazer com que não exista rejeição social.

Numa outra perspectiva, Zhang afirmou que o dinheiro pode melhorar a auto-estima e, referiu o caso de um trabalhador que auferiu um bom vencimento. Este alto vencimento vai contribuir para a elevação da auto-estima uma vez que prova a competência do trabalhador. Neste caso a auto-estima não se prende com a obtenção de aprovação por parte dos outros nem com a obtenção de bens materiais mas sim com a auto-valorização.

Podemos concluir que auto estima contextual depende directamente do consumo, das posses materiais e da imagem construída com o propósito de obter aprovação social e, assim sendo, podemos formular a seguinte hipótese:

**H4:** A auto-estima contextual está associada com as atitudes monetárias.

## **2.4. Definição da Vaidade**

A vaidade faz parte da cultura da humanidade e vem sendo estudada e abordada ao longo dos anos e segundo diferentes perspectivas (Netemeyer et al., 1995). É um tema universal, presente do mito de Narciso e passando pelos pecados capitais da igreja católica. Normalmente é compreendida como uma visão exagerada de si próprio, uma afirmação de poder e beleza.

Uma área que contribuiu para o entendimento do conceito de vaidade, é a psicologia, onde a vaidade apareceu como uma manifestação do narcisismo. Segundo o DSM-IV (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*), a personalidade

narcisista é definida como uma desordem que se encontra em torno de um padrão de grandiosidade e necessidade de admiração. Muitas vezes, os indivíduos sentem-se demasiadamente importantes e têm por hábito exagerar nas suas realizações e aceitar, ou mesmo exigir, admiração e vanglorias pelos seus feitos. Acreditam que só podem ser compreendidos por outros que são como eles, superiores em algum aspecto da vida.

O primeiro esforço para estudar o conceito de vaidade no âmbito do comportamento do consumidor, foi desenvolvido em 1995 por Netemeyer, Burton & Lichtenstein. Segundo o modelo proposto por Netemeyer, Burton e Lichtenstein (1995), a vaidade pode ser dividida em duas dimensões: vaidade **física** e vaidade **intelectual**.

A **vaidade física** é definida como uma preocupação excessiva e/ou uma visão positiva da aparência física de um indivíduo (Netemeyer, Burton e Lichtenstein, 1995). Um exemplo de vaidade física pode ser dado por alguém que não se mostra em público sem estar com a aparência que considera a melhor possível.

A **vaidade Intelectual** diz respeito à preocupação excessiva e/ou uma visão positiva das próprias realizações pessoais de um indivíduo (Netemeyer, Burton e Lichtenstein, 1995). Está relacionada tanto com aspectos positivos como negativos de realização pessoal bem como, a preocupação do indivíduo com a percepção dos outros.

Diversos estudos relacionam consumo e identidade, ou *self*, partindo do pressuposto que, em algum nível, somos aquilo que consumimos. Assim, segundo esta perspectiva, os produtos que adquirimos tornam-se extensões do nosso *eu*, ou daquilo que desejamos transmitir socialmente, moldando e se moldando à nossa personalidade (Belk, 1988). Esta dimensão encontra-se intimamente ligada com diversos conceitos de comportamento do consumidor, como consumo simbólico e conspícuo, *self* estendido e materialismo.

Segundo Kahlil (2000), a vaidade não nasce somente a partir da percepção dos outros sobre as qualidades de alguém, mas também da comparação do próprio desempenho com o dos outros. O autor afirma ainda que os bens de prestígio tornam-se bens de vaidade quando são utilizados para ostentar a auto-admiração de alguma habilidade/competência, enquanto há consciência de que o outro não a possui.

## 2.5. Relação entre Vaidade e Materialismo

Existem estudos que comprovam que existe uma relação entre vaidade física e materialismo, por exemplo, os autores Richins e Dawson (1992) defendem que existe uma relação entre vaidade física e materialismo. Segundo os autores, as pessoas mais vaidosas têm mais tendência para comportamentos consumistas porque querem estar sempre na vanguarda da moda e do consumo e acreditam que a posse de bens lhe trará satisfação e beleza. No entanto, apesar de as pessoas altamente materialistas e vaidosas se sentirem mais felizes com a aquisição de bens, estas estão mais propensas a sofrer de ansiedade, frustração e sentimentos de culpa. Para as pessoas materialistas, a aquisição simboliza a felicidade, daí a constante necessidade de realizarem actividades de compra a longo prazo.

Também num estudo realizado no Brasil sobre a Vaidade Física (2008) e o Consumo em que os participantes eram apenas mulheres, com idades entre os 20 e 30 anos foi reconhecida a relação positiva existente entre vaidade física e comportamentos de consumo. A relação pode ser compreendida analisando o ciclo de consumo originado pela vaidade. Quanto mais vaidosa for uma mulher, mais ela se preocupa com a sua aparência, quanto mais ela se preocupa, mais ela tem desejo de consumo. No contexto de vaidade o consumo de moda é o que predomina. Seguir qualquer tipo de moda implica, obrigatoriamente, em consumir. A mulher ao valorizar a impressão social que causa e ao observar a moda actual sente um desejo imenso de adquiri-la tornando-se insatisfeita com aquilo que tem. É exactamente essa insatisfação um dos factores que impulsiona o consumo nas mulheres vaidosas. Ao sentir-se insatisfeita, vê no consumo de moda, uma forma de recuperar a auto-estima, de obter bem-estar e de ser admirada (Abdala, 2008).

Os resultados dos estudos acerca desta temática permitem-nos chegar à seguinte hipótese:

**H<sub>5</sub>:** A vaidade está associada com o materialismo.

## 2.6. Relação entre Vaidade e Atitudes Monetárias

A vaidade pode ser facilmente vista como meio para os consumidores demonstrarem a sua realização pessoal e atraírem a admiração de outras pessoas.

Segundo Dholakia e Levy (1987) existe uma relação entre realização e vaidade que podem ser facilmente vistas com o uso do consumo de bens para demonstrar um estatuto social, sucesso ou mesmo a forma ilustre e distinta de consumir. Através da posse de bens os consumidores podem exhibir a sua realização pessoal. Também nesta linha de pensamento, Belk & Salomon (1985, 1992), revelam que os consumidores mostram o seu sucesso e consumo de produtos e serviços de forma bem visível quando são vaidosos “*Tanto como trabalhador e como consumidor, o indivíduo aprende não apenas para medir-se contra os outros, mas para ver-se através dos olhos dos outros* “. Os autores sugerem ainda que este tipo de consumidor exhibe o seu *statuse* sucesso através de um consumo brutal de produtos (Belk & Salomon, 1985, 1992).

Estudos recentes sobre atitudes monetárias reconhecem a ligação entre atitudes monetárias e a excessiva preocupação do consumidor com a sua realização e consequente vaidade. As pessoas que estão mais preocupadas sobre como o dinheiro pode ser usado para obtenção de poder e prestígio de forma a impressionar os outros e a projectar o seu sucesso estão predispostas a encarar o dinheiro como um instrumento para atingir estes fins (Tang 1993).

De acordo com os resultados acima mencionados acerca da vaidade e das atitudes monetárias podemos formular a seguinte hipótese:

**H<sub>6</sub>:** A vaidade está associada com as atitudes monetárias.

## **PARTE II – ENQUADRAMENTO EMPÍRICO**

## 3. Método

### 3.1. Objectivos da Investigação

Assim e tendo em conta a revisão da literatura efectuada estabelecemos como objectivos da nossa investigação os seguintes:

- Verificar se há uma relação entre atitudes monetárias, o materialismo e a satisfação com a vida;
- Verificar se há uma relação entre auto-estima contextual, vaidade, atitudes monetárias e materialismo.

### 3.2. Caracterização da Amostra do Estudo

A amostra final contou com a participação de 100 sujeitos com idades compreendidas entre os 18 e os 74 anos ( $M_{idade}=31,6$  e  $DP_{idade}=9,91$ ), sendo 71 do sexo feminino ( $M_{idade}=32,9$  e  $DP_{idade}=10,70$ ), e 29 do sexo masculino ( $M_{idade}=28,9$  e  $DP_{idade}=6,99$ ). A maior parte da amostra é constituída por sujeitos da região de Lagos e Portimão.

Relativamente ao nível de escolaridade, é no secundário (12ºano) e no 3º ciclo (9ºano) que estão concentradas a maior parte da amostra, representando 44,3 % e 20,8% respectivamente.

Quanto à profissão a amostra é constituída por Trabalhadores dos serviços pessoais, de protecção, segurança e vendedores representando 36,50%; Pessoal administrativo representando 17,70%; Especialistas das actividades intelectuais e científicas representando 14,30%; Trabalhadores não qualificados representando

11,10%; Desempregados representando 7,20%; Trabalhadores qualificados da indústria, construção e artífices representando 5,50%; Técnicos e profissões de nível intermédio representando 5,50% e por Representantes do poder legislativo e de órgãos executivos, dirigentes, directores e gestores executivos representando 2,20%.

### **3.3. Procedimento de Recolha de Dados**

O estudo foi aplicado através de um questionário em formato *papel* com duas versões, em que foi modificado apenas a ordem da apresentação das escalas.

Todos os participantes tinham conhecimento do objectivo do questionário e foram informados da confidencialidade dos dados recolhidos.

### **3.4. Instrumentos**

Na presente investigação foram utilizados os seguintes instrumentos para estudar as variáveis do estudo:

**Vaidade**– Para avaliar a Vaidade foi utilizada a versão portuguesa (Almeida, Moura, Giger, Ramos, Gonçalves, 2012a) da escala da Vaidade de Lebel (2003). A escala é constituída por 22 itens e examina dois domínios da vaidade: a vaidade física (11 itens) e a vaidade intelectual (11 itens). Os participantes tiveram de responder através de uma escala de Likert de 7 pontos que varia entre 1 (*Discordo Totalmente*) e 7 (*Concordo Totalmente*) a itens como “*As pessoas reparam na minha boa aparência*” (vaidade intelectual) e “*Quando experimento coisas novas, faço-as bem*” (vaidade física). A escala geral da Vaidade ( $\alpha = .86$ ) bem como, as subescalas de vaidade intelectual ( $\alpha = .80$ ) e de vaidade física ( $\alpha = .77$ ) apresentam uma boa coerência interna.

**Auto-estima contextual** - Para avaliar a Auto-estima Contextual foi utilizada a versão portuguesa (Almeida, Moura, Giger, Ramos, Gonçalves, 2012b) da escala da Auto-estima Contextual de Paradise e Kernis, (1999). Esta escala mede o nível em que a auto-estima depende dos reforços exteriores. A escala é constituída por 15 itens que, foram medidos através de uma escala de Likert de 7 pontos que varia entre 1 (*Discordo Totalmente*) e 7 (*Concordo Totalmente*). Exemplo de um item da escala: “ *Quando as pessoas me tratam mal, a minha auto-estima permanece inalterada* ”. A escala da auto-estima contextual apresenta uma boa coerência interna ( $\alpha = .70$ )

**Satisfação com a vida**– Para avaliar a Satisfação com a vida foi utilizada versão portuguesa (ver no Website <http://s.psych.uiuc.edu/~ediener/SWLS.html>) da escala da Satisfação com a Vida Diener (1985). A escala mede a satisfação com a vida é constituída por 5 itens que foram medidos através de uma escala de Likert de 7 pontos que varia entre 1 (*Discordo Totalmente*) e 7 (*Concordo Totalmente*). Exemplo de um item da escala: “ *Estou satisfeito com a minha vida* ” A escala de satisfação com a vida ( $\alpha = .79$ ) apresenta uma boa coerência interna.

**Atitudes Monetárias** – Para avaliar as Atitudes Monetárias foi utilizada a versão portuguesa (Giger & Santos, em curso) da Escala de Ética Monetária Reduzida de Tang (1992). A escala avalia 3 factores (subescalas) e é constituída por 6 itens que foram medidos através de uma escala de Likert de 7 pontos que varia entre 1 (*Discordo Totalmente*) e 7 (*Concordo Totalmente*). A subescala do dinheiro como associado ao mal (*Evil*) revela as atitudes negativas em relação ao dinheiro. Esta subescala é composta por 2 itens. Exemplo de um item: “ *O dinheiro é vergonhoso* ”. A subescala da realização (*Achievement*) mede a realização, a conquista e o sucesso que se adquire através do dinheiro. Esta subescala é composta por 2 itens. Exemplo de um item: “ *O dinheiro é um símbolo de sucesso* ”. A subescala do orçamento (*Budget*) revela a noção de orçamento, o dinheiro está relacionado com a noção de retenção e capacidade de esforço. Esta subescala é composta por 2 itens. Exemplo de um item: “ *Eu uso o meu*

*dinheiro com muito cuidado*”.As subescalas de dinheiro mau ( $\alpha =.82$ ), realização ( $\alpha =.66$ ) e orçamento ( $\alpha =.87$ ) apresentam uma boa coerência interna.

**Materialismo** - Para avaliar os valores materialistas foi utilizada a versão portuguesa (Santos &Giger, em curso) da escala de Materialismo de RichinseDawson, (1992).A escala avalia três componentes do materialismo: Centralidade, Alegria e Sucesso.Esta escala é constituída por 18 itens que foram medidos através de uma escala de Likert de 7 pontos que varia entre 1 (*Discordo Totalmente*) e 7 (*Concordo Totalmente*). Exemplo de um item da subescala da Centralidade: “*Habitualmente só compro aquilo de que necessito*”.A subescala de alegria mede o nível de satisfação pessoal face às aquisições adquiridas.Exemplo de um item da subescala da Alegria: “*A minha vida seria melhor se pudesse ter mais bens materiais*”.Exemplo de um item da subescala do Sucesso: “*Admiro as pessoas que têm carros, casas e roupas cara*”. A escala geral do materialismo ( $\alpha =.83$ ) e as subescalas de centralidade ( $\alpha =.70$ ), alegria ( $\alpha =.70$ ) e sucesso ( $\alpha =.70$ ) apresentam uma boa coerência interna.

## 4. Apresentação dos Resultados

Na análise dos dados foi utilizado o programa SPSS 18.0 (*StatisticalPackage for the Social Sciences*).

### 1. Caracterização das Variáveis do Estudo

Ao analisarmos os resultados da **Tabela 4.1**, foi possível verificar que todas as variáveis do estudo têm uma distribuição normal e apresentam características que mostram ser adequadas para o tratamento dos dados.

Os dados (**Tabela 4.1**) indicam que à exceção da variável “**Realização**” ( $\alpha = .66$ ), todas as variáveis, apresentam bons índices de consistência interna ( $\alpha \geq .70$ ).

Relativamente ao Ponto médio da escala, a Centralidade, o Materialismo Geral e a Auto-estima Contextual estão acima do ponto, enquanto, a Alegria e o Sucesso estão abaixo desse ponto.

**Tabela 4.1** Caracterização das Variáveis do Estudo

	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	Assimetria	Curtose	Alpha deCronbach
Satisfação com a vida	104	1.20	6.80	4.09*	1.08	.257	.021	.79
Vaidade	104	2.50	6.05	4.16*	.711	.322	.185	.86
Vaidade Intelectual	104	2.42	5.92	4.04*	.785	.381	-.325	.80
Vaidade Física	104	2.60	6.90	4.31*	.838	.393	.369	.77
Auto-estima Contextual	104	1.80	6.00	3.88	.759	-.249	.299	.70
Materialismo	104	1.83	6.33	3.50	.856	.531	.583	.83
Sucesso	104	1.00	7.00	3.21*	1.19	.330	-.045	.70
Centralidade	104	1.00	7.00	3.29	1.09	.261	.512	.70
Alegria	104	1.00	7.00	3.89*	1.24	.090	-.190	.70
Dinheiro Mau	104	1.00	7.00	4.07*	1.69	-.134	-.626	.82
Orçamento	104	1.00	7.00	4.85*	1.50	-.572	-.025	.87
Realização	104	1.00	7.00	4.15*	1.48	-.252	-.215	.66

**Nota:** as médias com estrelas (\*) são diferentes significativamente do ponto médio da escala (i.e. 3,5).

## 2. Análise das Correlações entre as Variáveis do Estudo

Na **Tabela 4.2** podemos observar as correlações existentes entre as variáveis do estudo.

### 1. Correlações entre materialismo, atitudes monetárias e satisfação com a vida

Verificou-se que a **variável satisfação com a vida** está correlacionada com a **variável orçamento** ( $r = .293$ ). Estes resultados revelam que os participantes que apresentam uma atitude positiva face à poupança estão mais satisfeitos com a vida.

Observando a **Tabela 4.2** verifica-se também que a **variável satisfação com a vida** está correlacionada com a **variável materialismo geral** ( $r = -.201$ ) e com a **variável alegria** ( $r = -.379$ ), isto quer dizer que, os participantes que são mais materialistas no geral e mais alegres tendem a estar menos satisfeitos com a vida.

### 2. Correlações entre a auto-estima contextual, vaidade, materialismo e atitudes monetárias

De acordo com a **Tabela 4.2**, a **variável auto-estima contextual** está correlacionada com a **variável orçamento** ( $r = -.292$ ) e com a **variável realização** ( $r = .260$ ). Isto significa que, quanto mais os participantes apresentam uma auto-estima que depende do contexto, menos consideram o dinheiro como um meio de poupança, mas mais como um meio de realização social.

Os resultados revelados através da **Tabela 4.2** evidenciam também que, a **variável auto-estima contextual** está correlacionada com a **variável materialismo geral** ( $r = .316$ ) e com a **variável sucesso** ( $r = .303$ ), isto demonstra que, quanto mais os participantes apresentam uma auto-estima contextual, mais tendem a ser materialistas no geral e a ver o sucesso como um meio de materialismo.

Em relação à **variável vaidade (vaidade intelectual)** constatou-se que está correlacionada com a **variável realização** ( $r=.244$ ), ou seja, quanto mais os participantes tendem a ser vaidosos ao nível intelectual, mais consideram o dinheiro como uma forma de realização social.

### 3. Correlações de outras variáveis do estudo

Através da **Tabela 4.2** verifica-se que a variável vaidade está correlacionada com a variável satisfação com a vida ( $r=.382$ ), ou seja, quanto mais os participantes são vaidosos no geral, mais estão satisfeitos com a vida.

A variável sucesso está correlacionada com a variável orçamento ( $r= -.410$ ), a variável realização ( $r=.403$ ), a variável auto-estima contextual ( $r=.303$ ) e com a variável materialismo ( $r=.832$ ). Isto explica que, quanto mais os participantes consideram o sucesso com um meio de materialismo, menos percebem o dinheiro como uma forma de poupança, mas mais, como um meio de realização social. Por outro lado, os participantes que procuram mais alcançar o sucesso tendem a ser mais materialistas.

A variável alegria está correlacionada com a variável orçamento ( $r= -.354$ ) e com a variável realização ( $r=.327$ ), o que evidencia que, quanto mais os participantes são alegres menos percebem o dinheiro como um meio de poupança (i.e, orçamento) e mais, como um meio de realização social.

A variável centralidade está correlacionada com a variável orçamento ( $r= -.470$ ), a variável materialismo ( $r=.840$ ), e a variável sucesso ( $r=.586$ ). Os resultados evidenciam que, quanto mais os participantes consideram a centralidade como um meio

de materialismo, mais são materialistas e também percebem mais o sucesso como um meio de materialismo.

**Tabela 4.2** Correlações entre as variáveis

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Satisfação com a Vida	-											
2. Dinheiro Mau	-.009	-										
3. Orçamento	<b>.293**</b>	.003	-									
4. Realização	-.003	.000	-.127	-								
5. Vaidade	<b>.382**</b>	-.004	.024	.170	-							
6. Vaidade Intelectual	<b>.291**</b>	.117	.000	<b>.244*</b>	<b>.890**</b>	-						
7. Vaidade Física	<b>.382*</b>	-.136	.042	.047	<b>.862*</b>	<b>.538*</b>	-					
8. Auto-estima contextual	*	-.173	.018	<b>-.292**</b>	<b>.260**</b>	-.056	.007	-.111	-			
9. Materialismo	<b>-.201*</b>	-.104	<b>-.510**</b>	<b>.361**</b>	.035	.031	.036	<b>.316**</b>	-			
10. Sucesso	-.076	-.145	<b>-.410**</b>	<b>.403**</b>	.029	.034	.021	<b>.303**</b>	<b>.832**</b>	-		
11. Centralidade	-.047	-.119	<b>-.470**</b>	.167	.053	-.002	.105	.232*	<b>.840**</b>	<b>.586**</b>	-	
12. Alegria	<b>-.379**</b>	.016	<b>-.354**</b>	<b>.327**</b>	-.055	.002	-.097	.207*	<b>.755**</b>	<b>.471**</b>	<b>.454**</b>	-

### 3. Análise das Regressões entre as Variáveis do Estudo

A análise de regressão linear hierárquica (**Tabela 4.3**) mostrou que, apenas a alegria, a centralidade e o orçamento são preditores significativos da satisfação com a

vida. Isto quer dizer que, quanto mais os participantes percebem o dinheiro como um meio que proporciona alegria, menos estão satisfeitos com a vida ( $\beta = -.401$ ), por outro lado, quanto mais os participantes consideram o materialismo como uma forma de centralidade, mais estão satisfeitos com a vida ( $\beta = .254$ ).

Constatou-se também que, quanto mais os participantes têm uma atitude positiva face à poupança (i.e, orçamento), mais estão satisfeitos com a vida ( $\beta = .254$ ).

**Tabela 4.3** Regressão linear da idade, género, materialismo e das atitudes monetárias como preditores da satisfação com a vida.

	B	Std. Error	Beta	T
<b>Satisfação com a vida</b>				
Modelo 1				
Constante	3.85	.53		7.15***
Idade	.001	.011	.005	.052
Género	.16	.249	.067	.646
Modelo 2				
Constante	3.061	.898		3.40**
Idade	-0.012	.011	-.104	-1.02
Género	.255	.114	.105	1.09
Sucesso	.065	.114	.071	.56
Centralidade	.254	.123	.255	<b>2.05*</b>
Alegria	-.401	.097	-.459	<b>-4.11***</b>
Mau	.006	.061	.010	.105
Orçamento	.254	.083	.348	<b>3.06*</b>
Realização	.078	.078	.102	.99
Notas: * $p < .05$ ; ** $p < .01$ ; *** $p < .001$ . N = 100. Modelo 1: $F(2,97) = 0.21$ , $p = .81$ , $R = .06$ , $R^2 = .004$ Modelo 2: $F(8,91) = 4.18$ , $p < .001$ , $R = .51$ , $R^2 = .27$ .				

Ao analisarmos os resultados da **Tabela 4.4**, verificamos que, os participantes que apresentam uma auto-estima contextual, mais tendem a ser materialistas no geral ( $\beta = .300$ ) e também a considerar o dinheiro com um meio de sucesso ( $\beta = .436$ ).

Em relação à variável Centralidade, os resultados evidenciam que, os participantes mais velhos vêem menos o materialismo como central ( $\beta = -.030$ ).

No que diz respeito à variável Alegria, o modelo estatístico não é significativo sugerindo que, os factores não contribuem para a predição da Alegria.

**Tabela 4.4** Regressão linear da idade, género, auto-estima contextual e da vaidade como preditores do materialismo.

	B	Std. Error	Beta	T
<b>Materialismogeral</b>				
Modelo 1				
Constante	4.46	.410		10.88
Idade	-.025	.009	-.284	-2.86
Género	-.128	.189	-.067	-.674
Modelo 2				
Constante	2.85	.894		3.19
Idade	-.018	.009	-.205	-1.98*
Género	-.044	.194	-.023	-.225
Auto-estima contextual	.300	.115	.267	<b>2.61*</b>
Vaidade Intelectual	-.051	.127	-.046	-.399
Vaidade Física	.072	.119	.070	.610
<b>Sucesso</b>				
Modelo 1				
Constante	3.89	.580		6.71
Idade	-.024	.012	-.197	-1.94
Género	.072	.268	.027	.270
Modelo 2				
Constante	1.81	1.26		1.43
Idade	-.015	.013	-.119	-1.13
Género	.217	.273	.082	.794
Auto-estima contextual	.436	.162	.279	<b>2.69**</b>

Vaidade Intelectual	-.074	.179	-.048	-.412
Vaidade física	.045	.168	.031	.267
<b>Centralidade</b>				
Modelo 1				
Constante	4.77	.514		9.30
Idade	-.036	.011	-.319	-3.25
Género	-.277	.237	-.114	-1.16
Modelo 2				
Constante	3.166	1.13		2.80**
Idade	-.030	.011	-.266	<b>-2.58*</b>
Género	-.228	.244	-.094	-932
Auto-estima contextual	.253	.145	.177	1.74
Vaidade Intelectual	-.182	.160	-.130	-1.14
Vaidade física	.257	.150	.196	1.71
<b>Alegria</b>				
Modelo 1				
Constante	4.63	.611		7.58
Idade	-.021	.013	-.165	-1.62
Género	-.050	.282	-.018	-1.77
Modelo 2				
Constante	3.68	1.35		2.72**
Idade	-.015	.014	-.121	-1.12
Género	.075	.292	.027	.258
Auto-estima contextual	.279	.173	.171	1.61
Vaidade Intelectual	.072	.191	.045	.378
Vaidade física	-.177	.179	-.118	-.989
Notas: * $p < .05$ ; ** $p < .01$ ; *** $p < .001$ . N = 100. <b>Materialismo geral:</b> Modelo 1 $F(2,97) = 4.11, p = .019, R = .28, R^2 = .07$ Modelo 2 $F(5,94) = 3.10, p = .012, R = .37, R^2 = .14$ <b>Sucesso:</b> Modelo 1 $F(2,97) = 2.09, p = .12, R = .20, R^2 = .33$ Modelo 2 $F(5,94) = 2.36, p = .04, R = .33, R^2 = .11$ <b>Centralidade</b> Modelo 1 $F(2,97) = 5.46, p = .00, R = .31, R^2 = .38$ Modelo 2 $F(5,94) = 3.31, p < .001, R = .38, R^2 = .15$ <b>Alegria:</b> Modelo 1 $F(2,97) = 1.32, p = .27, R = .19, R^2 = .02$ Modelo 2 $F(5,94) = 1.36, p = .24, R = .26, R^2 = .02$				

Através da **Tabela 4.5** verifica-se que, os participantes que são mais vaidosos ao nível intelectual, mais percebem o dinheiro como mau ( $\beta = .513$ ) e também consideram mais o dinheiro como um meio de realização ( $\beta = .419$ ), por outro lado, os participantes que são mais vaidosos fisicamente, menos percebem o dinheiro como mau ( $\beta = -.588$ ).

Observa-se também que, participantes que têm uma auto-estima mais dependente do contexto, menos consideram o dinheiro como uma forma de poupança ( $\beta = -.398$ ) e mais consideram o dinheiro como realização ( $\beta = .464$ ).

**Tabela 4.5** Regressão linear da idade, género, auto-estima contextual e da vaidade como preditores das atitudes monetárias.

	B	Std. Error	Beta	T
<b>Dinheiro Mau</b>				
Modelo 1				
Constante	3.09	.820		3.78
Idade	.003	.017	.017	.168
Género	.649	.378	.175	1.71
Modelo 2				
Constante	3.32	1.78		1.86
Idade	.005	.018	.027	.258
Género	.689	.387	.185	1.78
Auto-estima contextual	.032	.229	.015	.141
Vaidade Intelectual	.513	.253	.239	<b>2.02*</b>
Vaidade física	-.588	.237	-.291	<b>-2.47*</b>
<b>Orçamento</b>				
Modelo 1				
Constante	3.28	.667		4.91
Idade	.062	.014	.407	4.37
Género	-.332	.308	-.100	-1.07
Modelo 2				
Constante	3.97	1.44		2.74

Idade	.057	.015	.372	3.85***
Género	-.572	.314	-.173	-1.82
Auto-estima contextual	-.398	.186	-.203	<b>-2.14*</b>
Vaidade Intelectual	.185	.205	.097	.900
Vaidade física	.134	.192	.075	.697
<b>Realização</b>				
Modelo 1				
Constante	4.28	.694		6.17
Idade	-.019	.015	-.127	-1.25
Género	.411	.320	.130	1.28
Modelo 2				
Constante	1.12	1.48		.759
Idade	-.004	.015	-.030	-288
Género	.475	.322	.150	1.47
Auto-estima contextual	.464	.191	.248	<b>2.43*</b>
Vaidade Intelectual	.419	.211	.229	<b>1.98*</b>
Vaidade física	-.204	.198	-.119	-1.03
Notas: * $p < .05$ ; ** $p < .01$ ; *** $p < .001$ . N = 100. <b>Dinheiro Mau:</b> Modelo 1 $F(2,97) = 1.48$ , $p = .23$ , $R = .17$ , $R^2 = .03$ Modelo 2 $F(5,94) = 2.06$ , $p = .07$ , $R = .31$ , $R^2 = .09$ <b>Orçamento:</b> Modelo 1 $F(2,97) = 11.41$ , $p = .00$ , $R = .43$ , $R^2 = .19$ Modelo 2 $F(5,94) = 6.35$ , $p = .00$ , $R = .43$ , $R^2 = .19$ <b>Realização:</b> Modelo 1 $F(2,97) = 4.02$ , $p = .02$ , $R = .19$ , $R^2 = .03$ Modelo 2 $F(5,94) = 2.96$ , $p = .01$ , $R = .36$ , $R^2 = .03$				

## 5. Discussão dos Resultados

A presente investigação teve como objectivo primordial o estudo exploratório das relações entre a vaidade, a auto-estima contextual, a satisfação com a vida, as atitudes monetárias e o materialismo numa amostra portuguesa.

De seguida discutiremos os resultados obtidos de acordo com os objectivos propostos, de modo a confrontar os resultados por nós obtidos com os resultados de estudos semelhantes, considerando também o enquadramento teórico efectuado na primeira parte deste trabalho.

Da análise dos dados obtidos podemos constatar que todas as variáveis do estudo apresentam bons índices de consistência interna ( $\alpha \geq .70$ ), à excepção da variável “realização”.

### *Relação entre atitudes monetárias e satisfação com a vida*

Relativamente á correlação entre as variáveis atitudes monetárias e satisfação com a vida verificou-se que a variável satisfação com a vida está correlacionada com a variável orçamento ( $r = .293$ ). A variável orçamento é o único preditor da satisfação com a vida. Isto quer dizer que, os indivíduos que apresentam uma atitude positiva relativamente à poupança são aqueles que estão mais satisfeitos com a vida. No mesmo sentido, o estudo de Tang e Arocas (2004), indicou que os indivíduos que apresentavam maior satisfação profissional e com a vida eram os que pontuavam mais nos factores de orçamento e sucesso. Também num estudo realizado em Portugal com a população idosa constataram que a satisfação com a vida aumenta quando as pessoas assumem comportamentos de poupança, sugerindo que se preocupam com o futuro (Pereira dos Santos, 2008).

### *Relação entre materialismo e satisfação com a vida*

Observamos ainda que, a variável satisfação com a vida correlaciona-se com a variável materialismo geral ( $r = -.201$ ) e também com a variável alegria ( $r = -.379$ ), o que indica que, os indivíduos mais materialistas no geral e os que pensam que obter bens proporciona alegria, são os que menos estão satisfeitos com a vida. A variável centralidade e a variável alegria são únicos preditores significativos da satisfação com a vida. Também Ryan eDziurawiec (2000) comprovaram num estudo australiano que existia uma relação negativa entre satisfação com a vida e materialismo. Os indivíduos mais materialistas eram menos felizes e menos satisfeitos com a sua “vida como um todo”. Estes resultados comprovam que, embora estejamos perante duas culturas diferentes (Portugal e Austrália), as pessoas apresentam comportamentos semelhantes e formas de encarar a vidas muito similares.

#### ***Relação entre auto-estima contextual e atitudes monetárias***

No que diz respeito às correlações entre as variáveis auto-estima contextual e atitudes monetárias verificou-se que, a variável auto-estima contextual está correlacionada com a variável orçamento ( $r = -.292$ ) e com a variável realização ( $r=.260$ ). A variável orçamento e a variável alegria são os únicos preditores significativos da auto-estima contextual. Os resultados revelam que os indivíduos que têm uma auto-estima que depende do contexto, ou seja, que sofrem a influência de reforços externos quer sendo positivos ou negativos, não vêem o dinheiro como um meio de poupança mas, sim como uma meio de realização social. Este padrão de resultados vai de encontro à ideia defendida por Richins&Dawson (1994), segundo a qual as pessoas materialistas buscam a felicidade através da aquisição de bens, podendo assim, exibirem as suas posses e a suas realizações, contribuindo para a sua satisfação (ainda que temporária) com a vida. Se as necessidades materiais não forem supridas, a satisfação e a auto-estima emergem.

#### ***Relação entre auto-estima contextual e materialismo***

É ainda de referir que a variável auto-estima contextual está correlacionada com o materialismo geral ( $r = .316$ ) e com o sucesso ( $r = .303$ ), isto quer dizer que, segundo os resultados obtidos, as pessoas que apresentam uma auto-estima contextual são mais materialistas e vêem o sucesso como um meio para impressionar os outros e alcançaram os seus desejos. A variável materialismo geral e a variável sucesso são os únicos preditores significativos da auto-estima contextual. De forma não surpreendente, estes resultados vão de encontro às conclusões do estudo de Belk (1988), cujos resultados demonstraram que os consumidores que estão mais propensos a usar o dinheiro como uma ferramenta de poder social são susceptíveis a adquirir bens para demonstrar aos outros e também como reflexo do seu sucesso na vida. Além disso, os indivíduos mais materialistas tendem a estar mais preocupados com as suas imagens sociais e com a forma como elas são projectadas perante os outros. Também Kasser (2002) observou que os indivíduos mais materialistas poderiam apresentar sentimentos de insatisfação e de ansiedade que, poderiam ser melhorados com a compra de bens de consumo, melhorando a sua auto-estima.

### ***Relação entre vaidade e atitudes monetárias***

Relativamente à variável vaidade (vaidade intelectual) verificou-se que apenas se correlaciona com a variável realização, isto demonstra que, as pessoas que tendem a ser mais vaidosas intelectualmente são aquelas que consideram o dinheiro como um meio de realização social. A variável dinheiro mau e a variável realização são os únicos preditores da vaidade (vaidade intelectual). Estes resultados comprovam que as pessoas que vêem as suas realizações pessoais de uma forma positiva também se preocupam mais com a percepção dos outros e com a imagem que transmitem aos demais, ou seja, com a realização social. Os resultados mostram também que as pessoas mais vaidosas intelectualmente são aquelas que vêem o dinheiro como algo de mau, sendo apenas um instrumento para ganhar estatuto social. De forma não surpreendente, este resultado vai ao encontro do estudo de Tang (1992), no qual o autor afirma que existe um vínculo entre as atitudes e a preocupação dos consumidores com o excesso de realização (vaidade intelectual). As pessoas que se preocupam com o dinheiro como um meio de poder e prestígio para impressionar os outros estão predispostos a ver o dinheiro como

um instrumento para os seus fins. Desta forma, as pessoas mais vaidosas ao nível intelectual, tendem a reconhecer o papel utilitarista que o dinheiro pode ter em satisfazer as suas necessidades de vaidade.

### ***Relação entre atitudes monetárias e materialismo***

Os resultados apresentados demonstram que a variável sucesso está correlacionada com as variáveis orçamento, realização e materialismo. Desta forma, as pessoas que valorizam as posses como um sinal de sucesso, menos pensam no dinheiro como um meio de poupança e mais como um meio para alcançar a realização social. Por outro lado, as pessoas que procuram o sucesso tendem a ser mais materialistas. No mesmo sentido, um estudo publicado no China Daily (2006) com fabricantes de marcas de automóveis de luxo, indicou que os consumidores tornaram-se mais materialistas como forma de demonstrar o seu sucesso, levando ao crescimento de vendas no ramo automóvel. Também Richins e Dawson (1992) observaram na cultura americana que o materialismo dos consumidores é utilizado como um símbolo de conquista e sucesso e que, as pessoas materialistas têm um sistema de crenças central e comportamentos que as distinguem das pessoas menos materialistas. Ao entrevistarem diferentes consumidores para descobrirem como eles viam os consumidores materialistas, os entrevistados caracterizaram os materialistas como indivíduos que querem possuir o que há de melhor, os bens mais caros e outras posses que confirmam *status*. Os consumidores mais materialistas são vistos pelos outros como gastadores e capazes de contrair empréstimos em diversas situações. Desta forma, embora os mais materialistas não se diferenciem dos menos materialistas na sua atitude face à poupança, eles diferenciam-se substancialmente na atitude de fazer empréstimos para comprar bens não necessários.

## **6. Limitações e Estudos Futuros**

Irão realçar-se algumas limitações que subjazem à investigação realizada apesar de todos os cuidados consagrados no decurso da sua execução.

Na construção do questionário aplicado à população ocorreu um lapso da nossa parte e não colocámos nos dados sobre os participantes uma alínea sobre o rendimento. Consideramos que seria importante recolher essa informação na medida em que, seria mais fácil perceber se o rendimento teria ou não influência na forma de pensar e nos comportamentos de consumo dos participantes.

É importante referir a escassez de estudos realizados em Portugal sobre a temática; de facto os estudos existentes referem-se às populações brasileiras e americanas. Não existem estudos portugueses que relacionem auto-estima contextual e atitudes monetárias ou materialismo, o que foi também difícil encontrar referências a nível teórico. Assim, torna-se necessário prosseguir com esta linha de investigação.

## 7. Conclusão

A pesquisa teve como propósito verificar se existia uma relação entre as atitudes monetárias, o materialismo e a satisfação com a vida e também de, verificar se existia uma relação entre auto-estima contextual, vaidade, atitudes monetárias e materialismo.

Esta investigação incidiu numa amostra de 100 sujeitos com idades compreendidas entre os 18 e os 74 anos. A amostra é constituída maioritariamente por indivíduos do sexo feminino.

Nesta parte do trabalho, pretende-se apresentar de forma sucinta as principais conclusões deste estudo. Assim, de acordo com os resultados obtidos considerámos as seguintes conclusões:

- a) A satisfação com a vida correlaciona-se significativa e positivamente com o orçamento. O materialismo geral e a alegria correlacionam-se negativamente indicando que os indivíduos mais materialistas no geral e os que pensam que a obtenção de bens traz alegria estão menos satisfeitos com a vida. Tais resultados sugerem que indivíduos que pensam mais em poupar são mais satisfeitos com a vida pois gozam de alguma sensação de segurança e conforto. Reforçando esta ideia, Tang (1995) aponta que as pessoas que têm a prática de fazer orçamentos são mais satisfeitas. Essa prática está relacionada com a habilidade que o indivíduo tem de usar prudentemente o dinheiro assim como conservá-lo.
- b) A auto-estima contextual correlaciona-se significativa e positivamente com a realização, materialismo geral e sucesso, e está correlacionada negativamente com o orçamento. As pessoas que apresentam uma auto-estima contextual alta consideram as posses materiais como um meio de aceitação social e ao atingirem um determinado *status* social sentem-se mais realizadas. A auto-estima contextual eleva-se através de acções consumistas e de posses materiais o que nos leva a pensar que o orçamento não é uma das principais preocupações nestes casos, pois as pessoas preocupam-se mais com a imagem que transmitem aos outros e com a quantidade de bens que conseguem obter ao longo da vida.

c) A vaidade intelectual está correlacionada significativa e positivamente com a realização. Podemos concluir que os indivíduos que são mais vaidosos intelectualmente também se sentem mais realizados ao nível social, porque a aceitação e admiração por parte dos outros indivíduos é maior face a um determinado nível de intelecto.

d) O sucesso está correlacionado com a realização, orçamento e materialismo. As pessoas que procuram o sucesso tendem a ser mais materialistas e a pensar menos no dinheiro como uma forma de poupança. Desta forma, pessoas materialistas buscam aceitação social através da ostentação de posses procurando assim o sucesso. Os valores atribuídos à posse e à aquisição de bens materiais são utilizados pelos indivíduos para demonstrar os seus valores à sociedade (Richins, 2004).

Fazendo uma síntese da revisão bibliográfica efectuada, pode-se concluir que a maioria das investigações realizadas sobre esta temática apresentam resultados semelhantes ao presente estudo comprovando também relações entre as variáveis. É de salientar que a maioria dos estudos encontrados não corresponde a amostras portuguesas mas, no entanto, os resultados são consistentes com os resultados obtidos nesta investigação.

## Referências Bibliográficas

- Almeida, L., & Freire, T. (2003). *Metodologia da Investigação Científica em Psicologia e Educação*. Braga: Ed. Psiquilíbrios.
- Almeida, N., Moura, D., Giger, J.C., Ramos, A., & Gonçalves, G. (2012a). LebelVanityScale: Contribuição para a adaptação na população portuguesa. *XI encontro de psicologia no Algarve, Universidade do Algarve* (16 e 17 de Maio).
- Avelar, C., Veiga, R. (2011). *Beleza não põe mesa? Entendendo a vaidade feminina utilizando a auto-estima e a personalidade*. XXXV Encontro da ANPAD. Rio de Janeiro.
- Cardoso de Menezes, M. (2008). *Satisfação Conjugal, Auto-estima e Imagem corporal em indivíduos ostomizados*. (Tese de Mestrado em Ciências da Educação). Lisboa: Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação.
- Carroll, S., Marek, P., Christopher, A. (2004) *Materialism and Attitudes Toward Money: An Exploratory Investigation*. Individual Differences Research Group.
- Choe, K., Chai Iau, T., Tan, L. (2011). Success, Rich, Motivator and Importance Establishing the Contributory Factors of Money Ethics Towards Business Ethics. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 37, pp.91-96.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). *The Satisfaction with Life Scale*. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71-75.
- Durvasula, S., Lysonski, S. (2010) *Money, Money, Money – How do Attitudes Toward Money Impact Vanity and Materialism? – the Case of Young Chinese Consumers*. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 27, No. 2.
- Egan, V., & McCorkindale, C. (2007). *Narcisism, Vanity, personality and mating effort*. ScienceDirect. *Personality and Individual Differences* 43 2105-2115.
- Giger, J-C, & Santos, J. (em curso). Validação da versão portuguesa da escala de Ética Monetária Reduzida de Tang (1992). Documento não publicado. Universidade do Algarve.
- Giger, J.C., & Gromkowska, M. (em curso): Ambivalent sexism, Contingent Self-Esteem and Vanity as predictors of Swedish Women's Sexual Self-Esteem.
- Grave, R. (2008). *Satisfação com a vida e materialismo: idosos e idosas pobres a viver sós*. (Dissertação de Mestrado). Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Gromkowska, M. (2010). Predicting Swedish Women's Sexual: Self-Esteem using Benevolent Sexism, Contingent Self-Esteem and Vanity. Defended at University of Warsaw, Psychology Studies in English, Warsaw, Poland.

- Juneman, Meinarno, E., Rahardjo, W. (2012). Symbolic meaning of Money, self-esteem, and identification with Pancasila values. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 65, pp.106-115.
- Moura, D., Almeida, N., Giger, J.C., Ramos, A., & Gonçalves, G. (2012b). Contribuição para a adaptação portuguesa da Contingent Self-Esteem Scale de Paradise & Kernis (1999). *XI encontro de psicologia no Algarve, Universidade do Algarve* (16 e 17 de Maio).
- Paradise, A. W., & Kernis, M. H. (1999). [Development of the Contingent Self-Esteem Scale]. Unpublished data, University of Georgia.
- Pereira dos Santos, G. (2008). *Impacto da Ética e dos Comportamentos monetários na Satisfação com a Vida: idosos sós*. (Dissertação para obtenção do grau de Mestre). Aveiro : Universidade de Aveiro.
- Radons, D., Battistella, L., Grohman, M. (2012) O consume de status e suas relações com o materialismo: análise de antecedentes. *Revista Brasileira de Marketing*, 3, pp. 03-26.
- Resende, M., Cunha, C., Silva, A. e Sousa, S. (2007). Rede de relações e satisfação com a vida em pessoas com amputação de membros. *Ciência e Cognição*, 10, 164-177.
- Richins, M., & Dawson, S. (1992). A Consumer Values Orientation for Materialism and its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of consumer research*. Vol.19.
- Santos, J., & Giger, J-C. (em curso). Validação da versão portuguesa da escala de Escala de Materialismo de Richins e Dawson (1992). Documento não publicado. Universidade do Algarve.
- Tang, T. (1992). The meaning of money revisited. Department of Psychology, Middle Tennessee State University, U.S.A. *Journal of organizational Behaviour*, Vol. 13, 197-202.
- Tatzel, M. (2002). "Money Worlds" and well-being: an integration of Money dispositions, materialism and price-related behavior. *Journal of Economic Psychology*, 23, pp. 103-126.
- Zilio Abdala, R. (2008) *Vaidade e Consumo: Como a vaidade física influencia o comportamento do consumidor*. (Dissertação de Mestrado). Porto Alegre: Universidade do Rio Grande do Sul.

*Sites consultados:*

<http://dowbor.org/2006/02/the-high-price-of-materialism-o-alto-preco-do-materialismo-2.html/>

<http://golfinho.com.br/artigo/sobre-a-motivacao-de-empregados.htm>

# Anexos

## Anexo A – Escala das Atitudes Monetárias

**MES**–The Money EthicScale (Tang,1992) - Adaptação Portuguesa (Santos, Giger, Gonçalves - em curso)

**Indique o grau em que concorda com as seguintes afirmações registando a sua resposta numa escala crescente de 1 (*Discordo muito*) a 7 (*Concordo muito*).**

Discordo totalmente	Discordo bastante	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo bastante	Concordo totalmente
1	2	3	4	5	6	7

1. O dinheiro é um factor importante na vida de todos nós.
2. Dinheiro é bom.
3. O dinheiro é importante.
4. Eu valorizo bastante o dinheiro.
- 5.O dinheiro é valioso.
- 6.O dinheiro não cresce nas árvores.
- 7.O dinheiro permite comprar luxos.
- 8.O dinheiro é atraente.
- 9.Considero muito importante poupar algum dinheiro.
- 10.O dinheiro é a raiz de todo mal.
- 11.O dinheiro é um mal.
12. O dinheiro gasto é dinheiro perdido.
13. O dinheiro é vergonhoso.
14. O dinheiro é inútil.
- 15.Un cêntimo economizado é um cêntimo ganho.
16. O dinheiro representa uma realização.
17. O dinheiro é a coisa mais importante na minha vida.

18. O dinheiro é um símbolo de sucesso.
19. O dinheiro pode comprar tudo.
20. O dinheiro faz com que as pessoas o respeitem na comunidade.
21. O dinheiro é honrado.
22. O dinheiro vai permitir-lhe mostrar as suas competências e habilidades.
23. O dinheiro pode trazer muitos amigos.
24. Eu uso o meu dinheiro com muito cuidado.
25. Eu sei gerir muito bem o meu orçamento.
26. Eu pago as minhas contas imediatamente, para evitar juros ou multas.
27. O dinheiro dá autonomia e liberdade.
28. O dinheiro no banco é um sinal de segurança.
29. O dinheiro pode dar-lhe a oportunidade de ser o que quer ser.
30. Dinheiro significa poder.

## Anexo B – Escala do Materialismo

MVS–TheMaterialismValueScale(Richins, 2004) - Adaptação Portuguesa (Santos, Giger, Gonçalves - em curso)

**Indique o grau em que concorda com as seguintes afirmações registrando a sua resposta numa escala crescente de 1 (*Discordo muito*) a 7 (*Concordo muito*).**

Discordo totalmente	Discordo bastante	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo bastante	Concordo totalmente
1	2	3	4	5	6	7

1. Admiro as pessoas que têm carros, casas e roupas caras.
2. Algumas das maiores realizações na vida incluem aquisições materiais.
3. Não dou muita importância à posse de bens materiais como sinal de sucesso.
4. Os bens materiais que possuo mostram o bem que estou na vida.
5. Gosto de possuir bens materiais que impressionem os outros.
6. Não dou muita importância aos bens materiais que os outros possuem.
7. Habitualmente só compro aquilo de que necessito.
8. Tento manter a minha vida simples, em termos materiais.
9. Das coisas que possuo nem todas são muito importantes para mim.
10. Gosto de gastar dinheiro em coisas que não são essenciais.
11. Comprar dá-me imenso prazer.
12. Gosto de muito luxo na minha vida.
13. Dou menos importância aos bens materiais do que a maioria das pessoas.
14. Tenho todas as coisas de que realmente necessito para aproveitar a

vida.

15. A minha vida seria melhor se pudesse ter melhores bens materiais.
16. Não ficaria mais feliz se pudesse adquirir melhores bens materiais.
17. A minha vida seria melhor se pudesse ter mais bens materiais
18. Às vezes incomoda-me não poder comprar as coisas de que gosto.

## Anexo C – Escala da Vaidade

VS – TheVanityScale (Lebel, 2003) - Adaptação Portuguesa (Giger, em curso)

**Indique o grau em que concorda com as seguintes afirmações registando a sua resposta numa escala crescente de 1 (*Discordo muito*) a 7 (*Concordo muito*).**

Discordo totalmente	Discordo bastante	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo bastante	Concordo totalmente
1	2	3	4	5	6	7

1. Quando experimento coisas novas, faço-as bem.
2. Eu raramente sou a pessoa mais atraente onde seja que me encontre.
3. Sou mais criativo(a) que a maioria das pessoas.
4. As pessoas reparam na minha boa aparência.
5. Eu não me impressiono em frente ao espelho.
6. Sou mais culto(a) que a maioria das pessoas.
7. Não me considero uma pessoa atraente.
8. Eu consigo realizar uma tarefa mais rapidamente que a maioria dos indivíduos.
9. Estou sempre satisfeito(a) com o que vejo no espelho.
10. As minhas ideias geralmente, não são tão boas como as dos outros.
11. Gosto de ter uma boa aparência.
12. Não tenho jeito para muita coisa.
13. Eu impressiono-me com as ideias que tenho.
14. A minha aparência é muito apelativa para os outros.
15. Sou menos interessante do que a maior parte das pessoas.
16. As pessoas reparam em mim quando eu entro num lugar.
17. Eu tenho um óptimo desempenho a nível académico (se não

frequenta a escola, recorra a informações do seu passado).

18. Eu não gosto de olhar para mim próprio(a).

19. Eu consigo ser bem-sucedido em tudo o que quero.

20. Os outros indivíduos gostavam de ser tão bem sucedidos quanto eu sou.

21. Eu não chamo a atenção de outras pessoas, quando passo na rua.

22. As pessoas têm inveja das minhas capacidades.

## Anexo D – Escala da Satisfação com a Vida

**SWLS** – The Satisfaction with Life Scale (Diener, 1985) - Adaptação Portuguesa (Santos, Giger, Gonçalves - em curso)

**Indique o grau em que concorda com as seguintes afirmações registando a sua resposta numa escala crescente de 1 (*Discordo muito*) a 7 (*Concordo muito*).**

Discordo totalmente	Discordo bastante	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo bastante	Concordo totalmente
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>

1. Em muitos aspectos, a minha vida aproxima-se dos meus ideais.
2. As minhas condições de vida são excelentes.
3. Estou satisfeito com a minha vida.
4. Até agora, consigo obter aquilo que era importante na vida.
5. Se pudesse viver a minha vida de novo, não alteraria praticamente nada.

## Anexo E – Escala da Auto-Estima Contextual

**CSS – TheContingent Self- esteemScale(Kernis, 2003; Paradise &Kernis, 1999) - Adaptação Portuguesa (Moura, D., Almeida, N., Giger, J.C., Ramos, A., & Gonçalves, G.)**

**Indique o grau em que concorda com as seguintes afirmações registando a sua resposta numa escala crescente de 1 (*Discordo muito*) a 7 (*Concordo muito*).**

Discordo totalmente	Discordo bastante	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo bastante	Concordo totalmente
1	2	3	4	5	6	7

1. Um meio eficiente de avaliar o meu valor é através da competência com que eu realizo as tarefas.
2. Mesmo face ao fracasso o meu sentimento de competência não é alterado.
3. Um grande determinante da minha auto-estima incide sobre a qualidade do meu desempenho, dentro dos padrões definidos por mim.
4. Em termos globais os sentimentos que nutro por mim próprio(a), são fortemente influenciados pela apreciação e aceitação das outras pessoas.
- 5.Em geral, sinto-me melhor comigo próprio(a) se me der bem com alguém.
6. Uma forma importante de avaliar o meu valor é por meio da verificação do quão atractivo(a) eu sou.
7. A forma como me sinto em relação a mim próprio(a) é fortemente

influenciada pelo que eu penso que as pessoas dizem ou pensam sobre mim.

8. Geralmente se disserem que estou bonito(a), sinto-me melhor comigo próprio(a).

9. Quando as pessoas me tratam mal, a minha auto-estima permanece inalterada.

10. A percepção do meu valor é influenciada pela qualidade da execução de tarefas, de acordo com os padrões que me foram estabelecidos por outras pessoas.

11. Se eu tiver conhecimento que uma pessoa gosta de mim, não deixo que isso mude como me sinto relativamente a mim próprio(a).

12. Quando o meu comportamento não corresponde às minhas expectativas, faz-me sentir desiludido(a) comigo mesmo(a).

13. Mesmo num dia em que não esteja com a melhor aparência, a minha auto-estima permanece intacta.

14. Geralmente, o que sinto ou penso em relação a mim próprio(a) é fortemente influenciado pelo meu aspecto físico.

15. O meu sentimento de auto-estima permanece igual, mesmo face à rejeição.

## Anexo F - Questionário 1ª Versão

Este questionário insere-se num projecto de investigação, no âmbito do mestrado em Psicologia Social e das Organizações. Pretendemos com este estudo avaliar crenças associadas com o dinheiro e com os bens materiais. Não existem respostas certas ou erradas, pretendemos apenas saber a sua opinião. Deste modo, pedimos-lhe que seja sincero nas suas respostas. Salientamos ainda, que a sua colaboração deverá ser voluntária e que poderá interromper se assim o entender. Os dados obtidos neste questionário são **anónimos** e **confidenciais**, pelo que não terá de se identificar. No final do preenchimento estaremos disponíveis para qualquer esclarecimento sobre a investigação. Obrigado pela sua colaboração.

**Indique o grau em que concorda com as seguintes afirmações registando a sua resposta numa escala crescente de 1 (*Discordo muito*) a 7 (*Concordo muito*).**

		Discordo muito					Concordo muito
V1	Quando experimento coisas novas, faço-as bem.	1	2	3	4	5	6 7
v2	Raramente sou a pessoa mais atraente onde seja que me encontre.	1	2	3	4	5	6 7
V3	Sou mais criativo(a) que a maioria das pessoas.	1	2	3	4	5	6 7
V4	As pessoas reparam na minha boa aparência.	1	2	3	4	5	6 7
V5	Eu não me impressiono em frente ao espelho.	1	2	3	4	5	6 7
V6	Sou mais culto(a) que a maioria das pessoas.	1	2	3	4	5	6 7
V7	Não me considero uma pessoa atraente.	1	2	3	4	5	6 7
v8	Eu consigo realizar uma tarefa mais rapidamente que a maioria dos indivíduos.	1	2	3	4	5	6 7
V9	Estou sempre satisfeito(a) com o que vejo no espelho.	1	2	3	4	5	6 7
v10	As minhas ideias geralmente, não são tão boas como as dos outros.	1	2	3	4	5	6 7
V11	Gosto de ter uma boa aparência.	1	2	3	4	5	6 7
V12	Não tenho jeito para muita coisa.	1	2	3	4	5	6 7
V13	Eu impressiono-me com as ideias que tenho.	1	2	3	4	5	6 7
V14	A minha aparência é muito apelativa para os outros.	1	2	3	4	5	6 7
V15	Sou menos interessante do que a maior parte das pessoas.	1	2	3	4	5	6 7
V16	As pessoas reparam em mim quando eu entro num lugar.	1	2	3	4	5	6 7
v17	Eu tenho um óptimo desempenho a nível académico (se não frequenta a escola, recorra a informações do seu passado).	1	2	3	4	5	6 7

V18	Eu não gosto de olhar para mim próprio(a).	1	2	3	4	5	6	7
V19	Eu consigo ser bem sucedido, em tudo o que quero.	1	2	3	4	5	6	7
V20	Os outros indivíduos gostavam de ser tão bem sucedidos quanto eu sou.	1	2	3	4	5	6	7
V21	Eu não chamo a atenção de outras pessoas, quando passo na rua.	1	2	3	4	5	6	7
V22	As pessoas têm inveja das minhas capacidades.	1	2	3	4	5	6	7

**Indique o grau em que concorda com as seguintes afirmações registrando a sua resposta numa escala crescente de 1 (*Discordo muito*) a 7 (*Concordo muito*).**

		Discordo muito			Concordo muito			
M1	Admiro as pessoas que têm carros, casas e roupas caras.	1	2	3	4	5	6	7
M2	Algumas das maiores realizações na vida incluem aquisições materiais.	1	2	3	4	5	6	7
M3	Não dou muita importância à posse de bens materiais como sinal de sucesso.	1	2	3	4	5	6	7
M4	Os bens materiais que possuo mostram o bem que estou na vida.	1	2	3	4	5	6	7
M5	Gosto de possuir bens materiais que impressionem os outros.	1	2	3	4	5	6	7
M6	Não dou muita importância aos bens materiais que os outros possuem.	1	2	3	4	5	6	7
M7	Habitualmente só compro aquilo de que necessito.	1	2	3	4	5	6	7
M8	Tento manter a minha vida simples, em termos materiais.	1	2	3	4	5	6	7
M9	Das coisas que possuo nem todas são muito importantes para mim.	1	2	3	4	5	6	7
M10	Gosto de gastar dinheiro em coisas que não são essenciais.	1	2	3	4	5	6	7
M11	Comprar dá-me imenso prazer.	1	2	3	4	5	6	7
M12	Gosto de muito luxo na minha vida.	1	2	3	4	5	6	7
M13	Dou menos importância aos bens materiais do que a maioria das pessoas.	1	2	3	4	5	6	7
M14	Tenho todas as coisas de que realmente necessito para aproveitar a vida.	1	2	3	4	5	6	7
M15	A minha vida seria melhor se pudesse ter melhores bens materiais.	1	2	3	4	5	6	7
M16	Não ficaria mais feliz se pudesse adquirir melhores bens materiais.	1	2	3	4	5	6	7
M17	A minha vida seria melhor se pudesse ter mais bens materiais.	1	2	3	4	5	6	7
M18	Às vezes incomoda-me não poder comprar as coisas de que gosto.	1	2	3	4	5	6	7

**Indique o grau em que concorda com as seguintes afirmações registrando a sua resposta**

numa escala crescente de 1 (*Discordo muito*) a 7 (*Concordo muito*).

		Discordo muito			Concordo muito			
AD1	O dinheiro é um factor importante na vida de todos nós.	1	2	3	4	5	6	7
AD2	Dinheiro é bom.	1	2	3	4	5	6	7
AD3	O dinheiro é importante.	1	2	3	4	5	6	7
AD4	Eu valorizo bastante o dinheiro.	1	2	3	4	5	6	7
AD5	O dinheiro é valioso.	1	2	3	4	5	6	7
AD6	O dinheiro não cresce nas árvores.	1	2	3	4	5	6	7
AD7	O dinheiro permite comprar luxos.	1	2	3	4	5	6	7
AD8	O dinheiro é atraente.	1	2	3	4	5	6	7
AD9	Considero muito importante poupar algum dinheiro.	1	2	3	4	5	6	7
AD10	O dinheiro é a raiz de todo mal.	1	2	3	4	5	6	7
AD11	O dinheiro é um mal.	1	2	3	4	5	6	7
AD12	O dinheiro gasto é dinheiro perdido.	1	2	3	4	5	6	7
AD13	O dinheiro é vergonhoso.	1	2	3	4	5	6	7
AD14	O dinheiro é inútil.	1	2	3	4	5	6	7
AD15	Um cêntimo economizado é um cêntimo ganho.	1	2	3	4	5	6	7
AD16	O dinheiro representa uma realização.	1	2	3	4	5	6	7
AD17	O dinheiro é a coisa mais importante na minha vida.	1	2	3	4	5	6	7
AD18	O dinheiro é um símbolo de sucesso.	1	2	3	4	5	6	7
AD19	O dinheiro pode comprar tudo.	1	2	3	4	5	6	7
AD20	O dinheiro faz com que as pessoas o respeitem na comunidade.	1	2	3	4	5	6	7
AD21	O dinheiro é honrado.	1	2	3	4	5	6	7
AD22	O dinheiro vai permitir-lhe mostrar as suas competências e habilidades.	1	2	3	4	5	6	7
AD23	O dinheiro pode trazer muitos amigos.	1	2	3	4	5	6	7
AD24	Eu uso o meu dinheiro com muito cuidado.	1	2	3	4	5	6	7
AD25	Eu sei gerir muito bem o meu orçamento.	1	2	3	4	5	6	7
AD26	Eu pago as minhas contas imediatamente, para evitar juros ou multas.	1	2	3	4	5	6	7
AD27	O dinheiro dá autonomia e liberdade.	1	2	3	4	5	6	7
AD28	O dinheiro no banco é um sinal de segurança.	1	2	3	4	5	6	7
AD29	O dinheiro pode dar-lhe a oportunidade de ser o que quer ser.	1	2	3	4	5	6	7
AD30	Dinheiro significa poder.	1	2	3	4	5	6	7

**Indique o grau em que concorda com as seguintes afirmações registando a sua resposta numa escala crescente de 1 (*Discordo muito*) a 7 (*Concordo muito*).**

		Discordo muito			Concordo muito			
S1	Em muitos aspectos, a minha vida aproxima-se dos meus ideais.	1	2	3	4	5	6	7
S2	As minhas condições de vida são excelentes.	1	2	3	4	5	6	7
S3	Estou satisfeito com a minha vida.	1	2	3	4	5	6	7
S4	Até agora, consigo obter aquilo que era importante na vida.	1	2	3	4	5	6	7
S5	Se pudesse viver a minha vida de novo, não alteraria praticamente nada.	1	2	3	4	5	6	7

**Indique o grau em que concorda com as seguintes afirmações registando a sua resposta numa escala crescente de 1 (*Discordo muito*) a 7 (*Concordo muito*).**

		Discordo muito			Concordo muito			
AC1	Um meio eficiente de avaliar o meu valor é através da competência com que eu realizo as tarefas.	1	2	3	4	5	6	7
AC2	Mesmo face ao fracasso, o meu sentimento de competência não é afectado.	1	2	3	4	5	6	7
AC3	Um grande determinante da minha auto-estima incide sobre a qualidade do meu desempenho, dentro dos padrões definidos por mim.	1	2	3	4	5	6	7
AC4	Em termos globais os sentimentos que tenho por mim próprio (a) são fortemente influenciados pela apreciação e aceitação das outras pessoas.	1	2	3	4	5	6	7
AC5	Em geral, sinto-me melhor comigo próprio (a) se me der bem com alguém.	1	2	3	4	5	6	7
AC6	Uma forma importante de avaliar o meu valor é por meio da verificação do quão atractivo (a) eu sou.	1	2	3	4	5	6	7
AC7	A forma como me sinto em relação a mim próprio é fortemente influenciada pelo que penso que as pessoas dizem ou pensam sobre mim.	1	2	3	4	5	6	7
AC8	Geralmente se disserem que estou bonito (a) , sinto-me melhor comigo próprio (a).	1	2	3	4	5	6	7
AC9	Quando as pessoas me tratam mal, a minha auto-estima permanece inalterada.	1	2	3	4	5	6	7
AC10	A percepção do meu valor é influenciada pela quantidade da execução de tarefas, de acordo com os padrões que me foram estabelecidos por outras pessoas.	1	2	3	4	5	6	7
AC11	Se eu tiver conhecimento que uma pessoa gosta de mim, não deixo que isso mude a forma como me sinto relativamente a mim próprio (a).	1	2	3	4	5	6	7
AC12	Quando o meu comportamento não corresponde às minhas expectativas, faz-me sentir desiludido (a) comigo mesmo (a).	1	2	3	4	5	6	7
AC13	Mesmo num dia em que não esteja com a melhor aparência, a minha auto-estima permanece intacta.	1	2	3	4	5	6	7
AC14	Geralmente, o que eu sinto ou penso em relação a mim próprio (a) é fortemente influenciado pelo meu aspecto físico.	1	2	3	4	5	6	7
AC15	O meu sentimento de auto-estima permanece igual mesmo face à rejeição.	1	2	3	4	5	6	7

	Nada religioso							Totalmente religioso
Em que medida se considera religioso?	1	2	3	4	5	6	7	

Indique a sua religião: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_ anos

Género:

Feminino

Masculino

Estado Civil

Solteiro(a)

Casado(a):

União de Facto

Viúvo(a)

Outro

Habilitações Literárias \_\_\_\_\_

Área de Formação: \_\_\_\_\_

Profissão: \_\_\_\_\_

Naturalidade: \_\_\_\_\_

Língua materna:  Português  Outra:

*Obrigado pela sua colaboração!*

## Anexo G - Questionário 2ª Versão

Este questionário insere-se num projecto de investigação, no âmbito do mestrado em Psicologia Social e das Organizações. Pretendemos com este estudo avaliar crenças associadas com o dinheiro e com os bens materiais. Não existem respostas certas ou erradas, pretendemos apenas saber a sua opinião. Deste modo, pedimos-lhe que seja sincero nas suas respostas. Salientamos ainda, que a sua colaboração deverá ser voluntária e que poderá interromper se assim o entender. Os dados obtidos neste questionário são **anónimos e confidenciais**, pelo que não terá de se identificar. No final do preenchimento estaremos disponíveis para qualquer esclarecimento sobre a investigação. Obrigado pela sua colaboração.

**Indique o grau em que concorda com as seguintes afirmações registando a sua resposta numa escala crescente de 1 (*Discordo muito*) a 7 (*Concordo muito*).**

		Discordo muito				Concordo muito		
		1	2	3	4	5	6	7
M1	Admiro as pessoas que têm carros, casas e roupas caras.	1	2	3	4	5	6	7
M2	Algumas das maiores realizações na vida incluem aquisições materiais.	1	2	3	4	5	6	7
M3	Não dou muita importância à posse de bens materiais como sinal de sucesso.	1	2	3	4	5	6	7
M4	Os bens materiais que possuo mostram o bem que estou na vida.	1	2	3	4	5	6	7
M5	Gosto de possuir bens materiais que impressionem os outros.	1	2	3	4	5	6	7
M6	Não dou muita importância aos bens materiais que os outros possuem.	1	2	3	4	5	6	7
M7	Habitualmente só compro aquilo de que necessito.	1	2	3	4	5	6	7
M8	Tento manter a minha vida simples, em termos materiais.	1	2	3	4	5	6	7
M9	Das coisas que possuo nem todas são muito importantes para mim.	1	2	3	4	5	6	7
M10	Gosto de gastar dinheiro em coisas que não são essenciais.	1	2	3	4	5	6	7
M11	Comprar dá-me imenso prazer.	1	2	3	4	5	6	7
M12	Gosto de muito luxo na minha vida.	1	2	3	4	5	6	7
M13	Dou menos importância aos bens materiais do que a maioria das pessoas.	1	2	3	4	5	6	7
M14	Tenho todas as coisas de que realmente necessito para aproveitar a vida.	1	2	3	4	5	6	7
M15	A minha vida seria melhor se pudesse ter melhores bens materiais.	1	2	3	4	5	6	7
M16	Não ficaria mais feliz se pudesse adquirir melhores bens	1	2	3	4	5	6	7

	materiais.						
M17	A minha vida seria melhor se pudesse ter mais bens materiais.	1	2	3	4	5	6 7
M18	Às vezes incomoda-me não poder comprar as coisas de que gosto.	1	2	3	4	5	6 7

**Indique o grau em que concorda com as seguintes afirmações registando a sua resposta numa escala crescente de 1 (*Discordo muito*) a 7 (*Concordo muito*).**

		Discordo muito			Concordo muito		
AD1	O dinheiro é um factor importante na vida de todos nós.	1	2	3	4	5	6 7
AD2	Dinheiro é bom.	1	2	3	4	5	6 7
AD3	O dinheiro é importante.	1	2	3	4	5	6 7
AD4	Eu valorizo bastante o dinheiro.	1	2	3	4	5	6 7
AD5	O dinheiro é valioso.	1	2	3	4	5	6 7
AD6	O dinheiro não cresce nas árvores.	1	2	3	4	5	6 7
AD7	O dinheiro permite comprar luxos.	1	2	3	4	5	6 7
AD8	O dinheiro é atraente.	1	2	3	4	5	6 7
AD9	Considero muito importante poupar algum dinheiro.	1	2	3	4	5	6 7
AD10	O dinheiro é a raiz de todo mal.	1	2	3	4	5	6 7
AD11	O dinheiro é um mal.	1	2	3	4	5	6 7
AD12	O dinheiro gasto é dinheiro perdido.	1	2	3	4	5	6 7
AD13	O dinheiro é vergonhoso.	1	2	3	4	5	6 7
AD14	O dinheiro é inútil.	1	2	3	4	5	6 7
AD15	Um cêntimo economizado é um cêntimo ganho.	1	2	3	4	5	6 7
AD16	O dinheiro representa uma realização.	1	2	3	4	5	6 7
AD17	O dinheiro é a coisa mais importante na minha vida.	1	2	3	4	5	6 7
AD18	O dinheiro é um símbolo de sucesso.	1	2	3	4	5	6 7
AD19	O dinheiro pode comprar tudo.	1	2	3	4	5	6 7
AD20	O dinheiro faz com que as pessoas o respeitem na comunidade.	1	2	3	4	5	6 7
AD21	O dinheiro é honrado.	1	2	3	4	5	6 7
AD22	O dinheiro vai permitir-lhe mostrar as suas competências e habilidades.	1	2	3	4	5	6 7
AD23	O dinheiro pode trazer muitos amigos.	1	2	3	4	5	6 7

AD24	Eu uso o meu dinheiro com muito cuidado.	1	2	3	4	5	6	7
AD25	Eu sei gerir muito bem o meu orçamento.	1	2	3	4	5	6	7
AD26	Eu pago as minhas contas imediatamente, para evitar juros ou multas.	1	2	3	4	5	6	7
AD27	O dinheiro dá autonomia e liberdade.	1	2	3	4	5	6	7
AD28	O dinheiro no banco é um sinal de segurança.	1	2	3	4	5	6	7
AD29	O dinheiro pode dar-lhe a oportunidade de ser o que quer ser.	1	2	3	4	5	6	7
AD30	Dinheiro significa poder.	1	2	3	4	5	6	7

**Indique o grau em que concorda com as seguintes afirmações registando a sua resposta numa escala crescente de 1 (*Discordo muito*) a 7 (*Concordo muito*).**

		Discordo muito			Concordo muito			
AC1	Um meio eficiente de avaliar o meu valor é através da competência com que eu realizo as tarefas.	1	2	3	4	5	6	7
AC2	Mesmo face ao fracasso, o meu sentimento de competência não é afectado.	1	2	3	4	5	6	7
AC3	Um grande determinante da minha auto-estima incide sobre a qualidade do meu desempenho, dentro dos padrões definidos por mim.	1	2	3	4	5	6	7
AC4	Em termos globais os sentimentos que tenho por mim próprio (a) são fortemente influenciados pela apreciação e aceitação das outras pessoas.	1	2	3	4	5	6	7
AC5	Em geral, sinto-me melhor comigo próprio (a) se me der bem com alguém.	1	2	3	4	5	6	7
AC6	Uma forma importante de avaliar o meu valor é por meio da verificação do quão atractivo (a) eu sou.	1	2	3	4	5	6	7
AC7	A forma como me sinto em relação a mim próprio é fortemente influenciada pelo que penso que as pessoas dizem ou pensam sobre mim.	1	2	3	4	5	6	7
AC8	Geralmente se disserem que estou bonito (a) , sinto-me melhor comigo próprio (a).	1	2	3	4	5	6	7
AC9	Quando as pessoas me tratam mal, a minha auto-estima permanece inalterada.	1	2	3	4	5	6	7
AC10	A percepção do meu valor é influenciada pela quantidade da execução de tarefas, de acordo com os padrões que me foram estabelecidos por outras pessoas.	1	2	3	4	5	6	7
AC11	Se eu tiver conhecimento que uma pessoa gosta de mim, não deixo que isso mude a forma como me sinto relativamente a mim próprio (a).	1	2	3	4	5	6	7
AC12	Quando o meu comportamento não corresponde às minhas expectativas, faz-me sentir desiludido (a) comigo mesmo (a).	1	2	3	4	5	6	7
AC13	Mesmo num dia em que não esteja com a melhor aparência, a minha auto-estima permanece intacta.	1	2	3	4	5	6	7
AC14	Geralmente, o que eu sinto ou penso em relação a mim próprio (a) é fortemente influenciado pelo meu aspecto físico.	1	2	3	4	5	6	7
AC15	O meu sentimento de auto-estima permanece igual mesmo face à rejeição.	1	2	3	4	5	6	7

**Indique o grau em que concorda com as seguintes afirmações registando a sua resposta numa escala crescente de 1 (*Discordo muito*) a 7 (*Concordo muito*).**

		Discordo muito				Concordo muito		
V1	Quando experimento coisas novas, faço-as bem.	1	2	3	4	5	6	7
v2	Raramente sou a pessoa mais atraente onde seja que me encontre.	1	2	3	4	5	6	7
V3	Sou mais criativo(a) que a maioria das pessoas.	1	2	3	4	5	6	7
V4	As pessoas reparam na minha boa aparência.	1	2	3	4	5	6	7
V5	Eu não me impressiono em frente ao espelho.	1	2	3	4	5	6	7
V6	Sou mais culto (a) que a maioria das pessoas.	1	2	3	4	5	6	7
V7	Não me considero uma pessoa atraente.	1	2	3	4	5	6	7
v8	Eu consigo realizar uma tarefa mais rapidamente que a maioria dos indivíduos.	1	2	3	4	5	6	7
V9	Estou sempre satisfeito(a) com o que vejo no espelho.	1	2	3	4	5	6	7
v10	As minhas ideias geralmente, não são tão boas como as dos outros.	1	2	3	4	5	6	7
V11	Gosto de ter uma boa aparência.	1	2	3	4	5	6	7
V12	Não tenho jeito para muita coisa.	1	2	3	4	5	6	7
V13	Eu impressiono-me com as ideias que tenho.	1	2	3	4	5	6	7
V14	A minha aparência é muito apelativa para os outros.	1	2	3	4	5	6	7
V15	Sou menos interessante do que a maior parte das pessoas.	1	2	3	4	5	6	7
V16	As pessoas reparam em mim quando eu entro num lugar.	1	2	3	4	5	6	7
v17	Eu tenho um óptimo desempenho a nível académico (se não frequenta a escola, recorra a informações do seu passado).	1	2	3	4	5	6	7
V18	Eu não gosto de olhar para mim próprio(a).	1	2	3	4	5	6	7
V19	Eu consigo ser bem sucedido, em tudo o que quero.	1	2	3	4	5	6	7
v20	Os outros indivíduos gostavam de ser tão bem sucedidos quanto eu sou.	1	2	3	4	5	6	7
v21	Eu não chamo a atenção de outras pessoas, quando passo na rua.	1	2	3	4	5	6	7
V22	As pessoas têm inveja das minhas capacidades.	1	2	3	4	5	6	7

**Indique o grau em que concorda com as seguintes afirmações registando a sua resposta numa escala crescente de 1 (*Discordo muito*) a 7 (*Concordo muito*).**

		Discordo muito				Concordo muito		
S1	Em muitos aspectos, a minha vida aproxima-se dos meus ideais.	1	2	3	4	5	6	7

S2	As minhas condições de vida são excelentes.	1	2	3	4	5	6	7
S3	Estou satisfeito com a minha vida.	1	2	3	4	5	6	7
S4	Até agora, consigo obter aquilo que era importante na vida.	1	2	3	4	5	6	7
S5	Se pudesse viver a minha vida de novo, não alteraria praticamente nada.	1	2	3	4	5	6	7

Em que medida se considera religioso? Nada religioso Totalmente religioso

1      2      3      4      5      6      7

Indique a sua religião: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_ anos

Género:  Feminino  Masculino

Estado Civil  Solteiro(a)  Casado(a):  União de Facto  Viúvo(a)  Outro

Habilitações Literárias \_\_\_\_\_ Área de Formação: \_\_\_\_\_

Profissão: \_\_\_\_\_ Naturalidade: \_\_\_\_\_

Língua materna:  Português  Outra:

*Obrigado pela sua colaboração!*