

La desigualdad económica aumenta la preferencia por el consumo ostentoso

29/03/2022

LA



ESTUDIO 1

252 participantes, 61% mujeres.
(Medad = 34.20, SD = 9.77)

Diseño experimental 2 (alta vs. baja
desigualdad) \times 2 (ilegítima vs. legítima) entre
participantes

ESTUDIO 2

301 participantes, 206 mujeres.
(Medad = 24, 19 SD = 6.75)

Diseño experimental: dos condiciones
entre participantes. Alta/Baja desigualdad
Paradigma Bimboola

DESIGUALDAD ECONÓMICA AUMENTA LA PREFERENCIA POR EL CONSUMO OSTENTOSO

07/02/2022

Investigaciones anteriores han demostrado la relación entre la desigualdad económica objetiva y la búsqueda de bienes posicionales. También se ha investigado la relación entre la clase social y los bajos ingresos con el consumo ostentoso. Sin embargo, la relación causal entre la desigualdad económica (la diferencia de riqueza entre individuos y grupos que viven en un contexto compartido y el comportamiento de consumo) ha sido menos explorada. Además, también hay pocos estudios que busquen los mecanismos psicológicos que subyacen a estos efectos.

Andrea Velandia Morales, Rosa Rodríguez y Rocío Martínez, miembros del CIMCYC y del Laboratorio de Psicología Social de la Desigualdad, se han atrevido a investigar sobre distintos aspectos que no se habían hecho antes. El objetivo principal de la presente investigación fue analizar las consecuencias de la desigualdad económica percibida (PEI) sobre el consumo conspicuo y estatutario y los posibles mecanismos psicológicos que podrían explicar sus efectos. Además, la presente investigación pretende examinar si existe una relación causal entre la PEI y las preferencias de materialismo y las actitudes hacia el endeudamiento.

Este trabajo incluye dos estudios experimentales preregistrados. En el Estudio 1, se manipuló la desigualdad económica y su legitimidad a través de un experimento 2 (alta vs. baja desigualdad) \times 2 (ilegítima vs. legítima) entre participantes. Los resultados mostraron un efecto principal de la PEI sobre el consumo de estatus, la búsqueda de estatus, la ansiedad de estatus, el materialismo y la actitud hacia el endeudamiento. No se encontró ningún efecto de interacción entre la legitimidad y la desigualdad.

En el Estudio 2, se manipuló la PEI a través del Paradigma Bimboola. En este se reprodujo el efecto del PEI sobre el consumo de estatus, la búsqueda de estatus y el materialismo y se descubrió que la búsqueda de estatus mediaba la relación entre el PEI y el consumo estatutario y conspicuo. Así, se pudo detectar que la desigualdad económica afecta al comportamiento del consumidor y favorece las preferencias de consumo de productos que proporcionan valores simbólicos deseables asociados al estatus. Estos resultados podrían tener importantes implicaciones en los procesos interpersonales e intergrupales, incluidos los relacionados con el consumo y la compra.

Referencias completas:

Velandia-Morales A, Rodríguez-Bailón R, Martínez R. Economic Inequality Increases the Preference for Status Consumption. *Front Psychol.* 2022 Jan 7;12:809101. doi: 10.3389/fpsyg.2021.809101. PMID: 35069397; PMCID: PMC8777289.

Contacto:

- Andrea Velandia Morales: avelandia@ugr.es
- Rosa María Rodríguez Bailón: rrbailon@ugr.es
- Rocío Martínez Gutiérrez: mrocio@ugr.es