

VAIDOSOS E MATERIALISTAS? OS JOVENS BRASILEIROS DE CLASSE C E SUA RELAÇÃO COM O DINHEIRO.

Autor: LEANDRO DE ARAÚJO HERCULANO

Banca examinadora: Pres. Orientadora: Prof^a Dr^a Cecília Lima de Queirós Mattoso, Prof. Dr. Marco Aurélio Carino Bouzada, Prof. Dr. José Geraldo Pereira Barbosa, Prof. Dr. Luis Fernando Hor-Meyll Alvares (PUC-RJ)

RESUMO

O Brasil está passando um momento de mudança social intensa. A classe C começa a representar um papel de maior relevância na economia do país, e por consequência, seus jovens, com maior poder de compra, iniciam novas experiências como consumidores. Neste contexto, o dinheiro assume um papel cada vez mais presente na vida desses jovens brasileiros de classe C. O objetivo desta pesquisa foi compreender as atitudes em relação ao dinheiro desse segmento da população e como essas atitudes afetam elementos do comportamento consumidor, tal como o materialismo e a vaidade. O estudo utilizou a pesquisa descritiva, de abordagem quantitativa do tipo *Survey*, com aplicação da escala de atitudes para o dinheiro, junto a uma amostra de 274 jovens consumidores brasileiros de Classe C, comparando-os com jovens consumidores chineses. Os resultados estatísticos indicaram que o materialismo se relaciona apenas com a desconfiança, não se relacionando com as atitudes de poder e prestígio, nem de ansiedade, e a vaidade, por sua vez, se relaciona com o poder e prestígio, indicando profundas diferenças com relação aos jovens chineses (onde o materialismo se relacionou com as atitudes de poder e prestígio e ansiedade, não se relacionando com desconfiança).

Estes resultados oferecem uma visão sobre a mentalidade dos jovens brasileiros de classe C e suas crenças, considerando o fato de que para eles o dinheiro não representa uma fonte de poder e prestígio, assim como não os tornam mais ansiosos ou os deixa mais desconfiados em suas decisões de compra, mas apresenta que os mesmos podem ser considerados materialistas, apesar de não ser possível considerá-los vaidosos.

Palavras-chave: Jovem, Classe C, Dinheiro, Materialismo, Vaidade, Conquista, poder e prestígio, desconfiança, ansiedade e consumo.