



# Consumismo

Nas teias do desejo de comprar...



[www.inventandohistoria.com](http://www.inventandohistoria.com)

Prof. Alan Carlos Ghedini



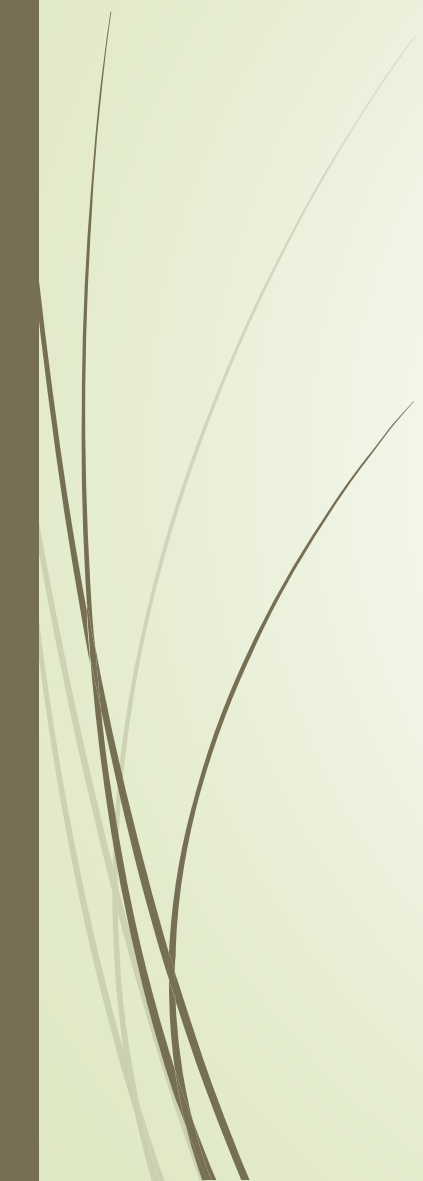
# Consumismo hoje



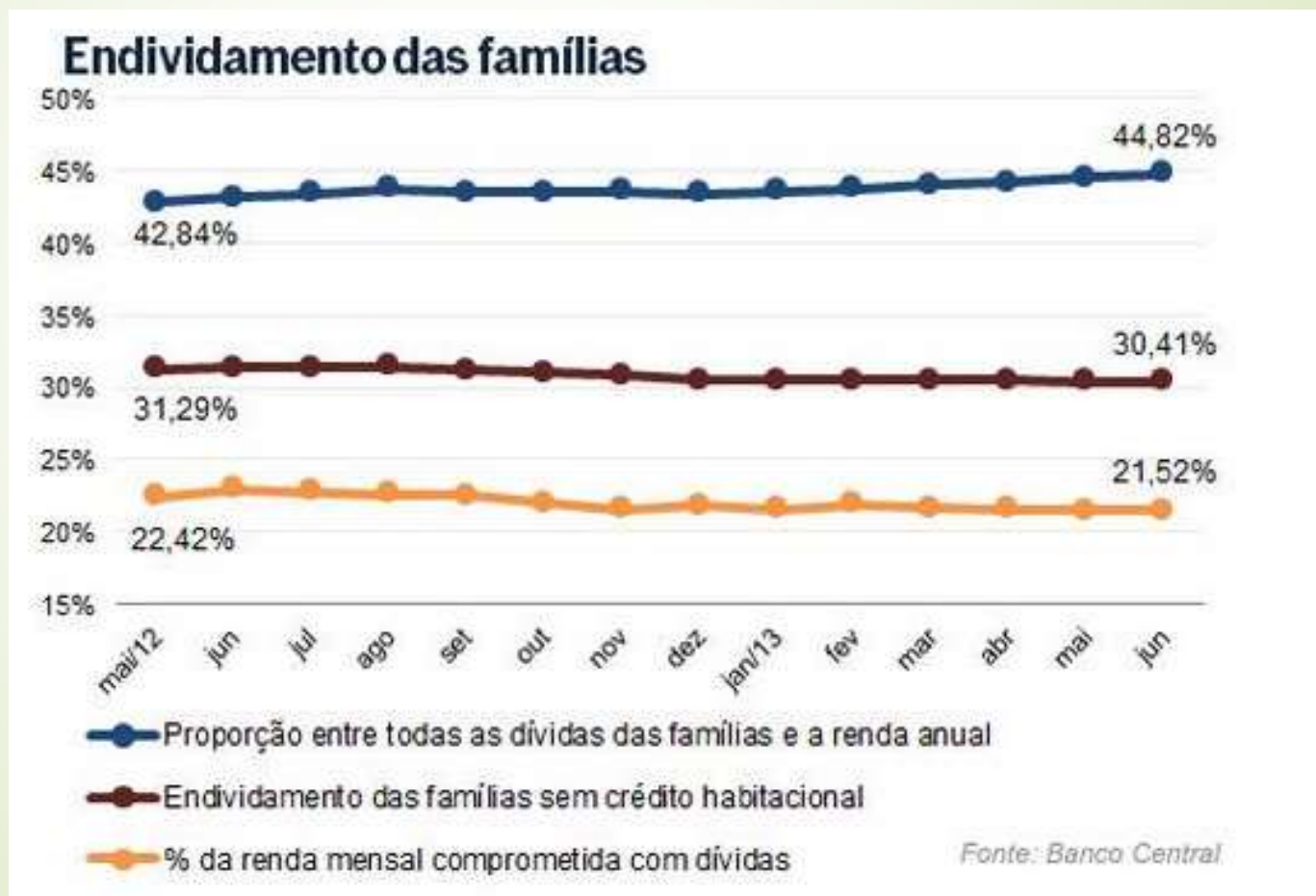
- ▶ Com o crescimento do poder de compra, verificado a partir do Real, criado em 1994 no governo Itamar, cresce o consumo das famílias.
- ▶ A estabilidade do primeiro Governo FHC e o crescimento durante o Governo Lula, seguem estimulando o mercado interno.
- ▶ Diferentes medidas de estímulo ao consumo interno, como a redução do IPI sobre carros e linha branca, aumentam o índice de compras.



# Consumismo: doença?

- Atualmente, especialistas trabalham o consumismo como um tipo de doença.
  - Muitas pessoas compram pelo simples impulso ou compulsão de consumo.
  - Isso acarreta, claro, no endividamento dessas pessoas que, não raro, assistem sua renda desaparecer em dívidas.
- 

# O endividamento das famílias



# Evolução do endividamento

## Mais endividado

Evolução do nível de endividamento e do comprometimento de renda – em %\*



**11,4%**  
das operações com cheque especial,  
**5,5%**  
das de crédito pessoal,  
**5%**  
dos financiamentos de veículos e  
**14%**  
de vendas a prazo de outros bens  
estavam atrasados a mais de  
90 dias em dez/11

Fonte: Banco Central. \* Endividamento leva em conta massa salarial ampliada disponível, que inclui benefícios previdenciários e programas de transferência de renda, excluindo gasto com Imposto de Renda e contribuições previdenciárias.



As marcas que consumimos

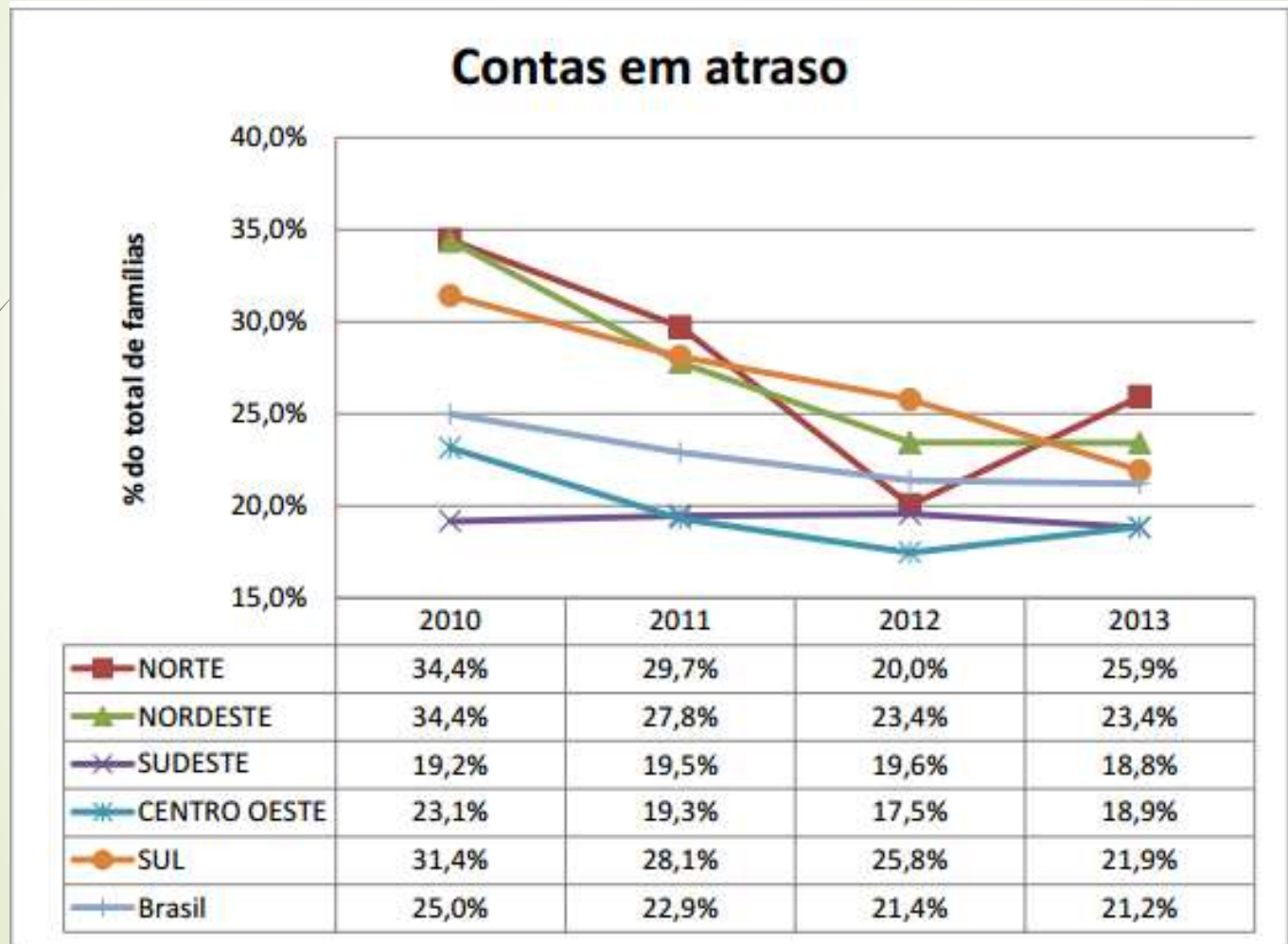
# E no fim do túnel, o “crediário”

## Bens e Serviços

### Compras a prazo



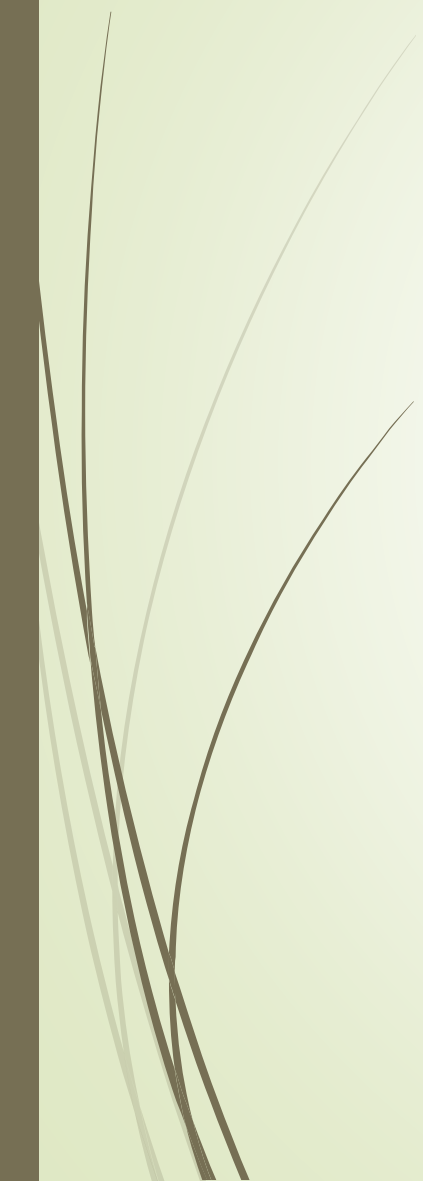
# Contas atrasadas?







# O apelo consumista

- O consumo traz consigo um mercado dentro do mercado: *a propaganda*
  - O Brasil é um dos países de maior destaque no campo da propaganda
  - Nesse sentido, um comercial de 30s, por exemplo, tem um apelo avassalador sobre o consumidor.
- 

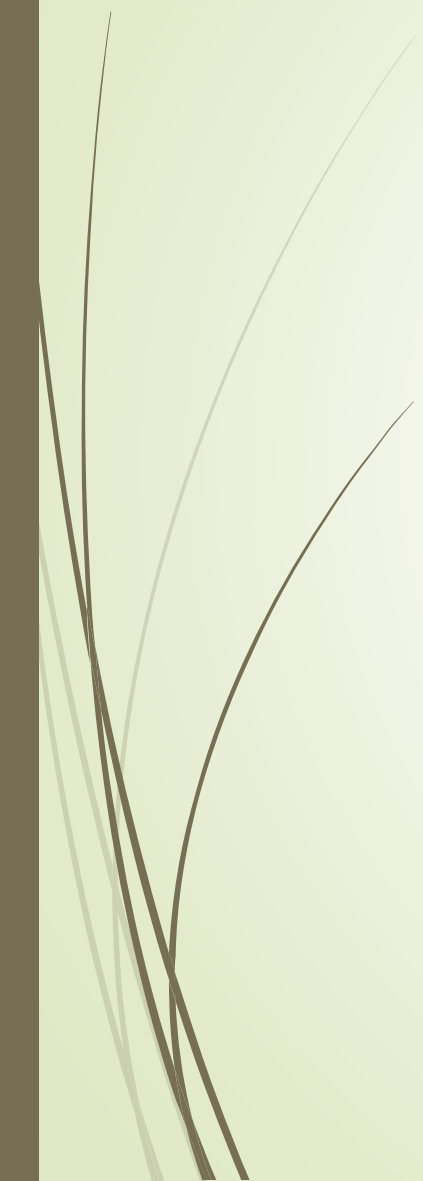
# “O desejo de consumir te aterroriza”

- O consumismo cumpre, ainda, uma relação de pertencer à sociedade.
- Participar das redes de consumo, oferece um tipo de participação e reconhecimento social.
- O “ter”, não raro, tem suplantado o “ser”.





# Consumo como ideia

- O consumo não é apenas uma ação, mas uma ideia veiculada e comercializada.
  - O ato de consumir, em si, toma contornos de verdadeiro fetiche social.
  - O espaço de consumo, como lojas e shoppings se transforma no lugar do “ver e ser visto”, na exposição de uma pretensa ascensão social.
- 



# Formando o consumidor...

- ▶ As teias de consumo e a formação de novos mercados consumidores começam muito cedo.
- ▶ As crianças, ainda imaturas, são alvo fácil para a publicidade comercial.
- ▶ Muito do que se consome, dentro de uma família, se dá por influência das crianças.

# “Criança: a alma do negócio”

## Consumismo infantil

A maioria dos produtos consumidos por uma família são escolhidos pelas crianças



**83%** são influenciados pela publicidade

**72%** por produtos associados a personagens famosos

**42%** por influência dos amigos

**38%** por produtos que oferecem brindes e jogos

**35%** por embalagens coloridas e atrativas

# E o planeta, como fica?

- ▶ O consumo desenfreado gera impactos significativos na saúde do planeta.
- ▶ O sistema de produção linear se mostra predatório e insustentável a médio e longo prazo.
- ▶ A substituição de produtos por novas versões, gera quantidades insondáveis de lixo.
- ▶ Na ânsia de alimentar os mais diversos equipamentos, cresce a demanda de energia, e os impactos decorrentes da geração dela.



# Devedores Ecológicos

Quantos países a mais seriam necessários?



Fonte: GFN-Global Footprint Network