

Do consumocentrismo aos seus impactos na sociedade de consumo

From consumocentrism to its impacts on consumer society

Renata Angelis Jamardo Fiorentin ¹

Adriéli de Jesus Casagrande ²

Jaime Dagostim Picolo ³

Palavras-chave: Consumocentrismo; impactos; sociedade capitalista; sociedade de consumo.

Keywords: *Consumerism; impacts; capitalist society; consumer society.*

O presente estudo tem como título “Do consumocentrismo aos seus impactos na sociedade de consumo”. Percebe-se que o consumismo, hiperconsumo e consumocentrismo, como melhor entender, leva o indivíduo a inúmeras consequências, sejam de ordem psicológicas, financeira e até socioambiental e ambiental, em que a pessoa busca no ato da compra um meio de ser feliz, de satisfazer seus objetivos, o que de fato acontece, mas instantaneamente, pois, na medida em que o tempo passa e os objetos adquiridos pelo indivíduo ficam antigos, é preferível substituí-los e adquirir outros novos. O descarte do produto é mero ato de buscar uma nova satisfação consumista, acarretando prejuízos socioambientais e ambientais. “O valor, em uma sociedade consumista, assim, perfectibiliza-se pela procura da felicidade, de maneira instantânea, que se desfaz (líquida) em um circuito vicioso, resumindo suas necessidades básicas no ato imediato de adquirir produtos” (Fiorentin, 2020, p. 118). Segundo Bauman (2008) o consumidor/consumidora que

¹ Doutoranda em Desenvolvimento Socioeconômico do PPGDS, Universidade do Extremo Sul Catarinense-UNESC. Av. Universitária, 1105, Bairro Universitário CEP 88806-000, Criciúma/SC. E-mail: renatajamardoadvogados@gmail.com.

² Mestranda em Desenvolvimento Socioeconômico do PPGDS, Universidade do Extremo Sul Catarinense-UNESC. Av. Universitária, 1105, Bairro Universitário CEP 88806-000, Criciúma/SC. E-mail: adrielijc@outlook.com.

³ Doutor em Ciências Contábeis e Administração pela Universidade Regional de Blumenau. Professor de Mestrado e Doutorado no Programa de Desenvolvimento Socioeconômico do PPGDS, Universidade do Extremo Sul Catarinense-UNESC. Av. Universitária, 1105 -Bairro Universitário CEP: 88806-000 - Criciúma-SC. E-mail: jaime@unesco.net.

não se equiparara às mercadorias vendáveis não faz parte da sociedade de consumidores/consumidoras, pois o ser humano, ao consumir, almeja, não apenas satisfazer seus desejos e vontades, mas também sua comodificação ou recomodificação. Viver a crédito e o consequente endividamento do consumidor não são somente requisitos da sociedade de consumidores/consumidoras, sendo também o principal elemento do superendividamento, o qual é a consequência do sistema capitalista nos dias atuais (Bauman, 2008). Como ensina Bauman (1999, p. 77) “[...] consumir é atividade inerente à humanidade, conduta atemporal e pré-requisito de subsistência humana [...]”. Já o termo “consumismo” consubstancia-se no consumo exagerado e sem necessidade, ou seja, uma compra supérflua, sendo que o consumidor/consumidora não necessita do produto em que adquire, mas o compra para satisfazer sua vontade (Oliveira, 2017). A aquisição de novas mercadorias norteia a conduta humana, ou seja, o ser humano adquire novos produtos a fim de encontrar sua felicidade e satisfação pessoal, sendo que o ser humano coloca em primeiro lugar de sua vida o consumismo, como se fosse uma filosofia de vida do homem moderno (Campbell, 2004). Já com relação ao termo “consumocentrismo”, no entendimento de Pereira e Calgaro (2016, p. 77):

O consumocentrismo não se reflete somente na existência pessoal, mas também na existência profissional das pessoas, onde esta se torna o palco do escambo da vida pelo objeto de desejo a ser consumido. Na atualidade, acumulam-se atividades, acumulam-se funções, cuida-se para não desperdiçar tempo e busca-se afastar das frustrações e dos fracassos. Almeja-se sempre a superação e o melhor e se atua na sociedade a partir de máscaras, onde a vida se teatraliza através de um roteiro que é criado pelo hiperconsumo, onde a competitividade por vezes é desleal e aterradora entre vencedores e vencidos num mundo em que não existe vencedores e vencidos, mas perdedores e manipuladores.

O consumocentrismo é quando o ser humano coloca o consumo em primeiro lugar em sua vida, deixando que as propagandas, *marketing*, inteligência artificial, uso recorrente do cartão de crédito o domine a ponto de causar um colapso financeiro no indivíduo como no meio ambiente. Além do mais, as pessoas não percebem a gravidade do consumo excessivo, que vem provocando uma crescente crise ecológica, colocando em risco a continuidade da vida no planeta, vez que são gerados vários impactos na sociedade até mesmo de ordem ambiental. A problemática do tema é verificar se mesmo diante da sociedade consumocentrista no sistema

capitalista de hoje é possível construir um comportamento de consumo consciente a ser exercido pelos consumidores. Esta pesquisa tem como objetivo geral analisar a sociedade consumocentrista no sistema capitalista atual, bem como seus impactos na sociedade de consumo. Já os objetivos específicos consubstanciam-se em estudar a sociedade de consumo na sociedade capitalista, identificar o consumismo ao consumocentrismo e examinar os impactos do consumismo/consumocentrismo na sociedade atual. O presente tema foi escolhido a fim de mostrar à sociedade de consumidor que o consumocentrismo leva o indivíduo à ruína, além de ocasionar vários impactos psicológicos, emocionais, financeiros na vida das pessoas, e ambientais no planeta. A metodologia utilizada neste trabalho é o método de abordagem dedutivo, partindo de argumentos gerais para argumentos particulares. O presente tema utiliza do método de procedimento monográfico, ao passo que se estuda o consumista/consumocentrista nas suas relações de consumismo. As técnicas de pesquisa são a bibliográfica e a documental, uma vez que abrange a bibliografia já pública em relação ao tema de estudo. Quanto ao objetivo do tema, utiliza-se a pesquisa exploratória, uma vez que se aproxima com o assunto estudado, sendo explorado por meio de levantamentos bibliográficos, visando conhecer o assunto em tela. Para coletar dados neste trabalho, serão realizadas leituras, a fim de fazer fichamentos, uma vez que o presente estudo utiliza tão somente a pesquisa bibliográfica. Para tanto, será utilizada a leitura analítica e a interpretativa. Os principais resultados alcançados na pesquisa consubstanciam-se em vários impactos que o consumocentrismo atinge, como impactos de ordem financeira, psicológica, emocional no ser humano, como de natureza ambiental que afeta negativamente nosso planeta, os quais poderão ser objetos de um artigo científico.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **A vida para o consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: as consequências humanas. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

CAMPBELL, Colin. **I shop therefore I know that I am: the methaphysical basis of modern consumerism**. In: EKSTROM, Karin M.; BREMBECK, Helene (org). Elusive Consumption. Nova York: Berg, 2004. p. 27-45. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/79291084/Ekstrom-Brembeck-Elusiveconsumption-2004>>. Acesso em: 11 jul. 2023.

FIORENTIN, Renata Angelis Jamardo. **Sociedade de Consumo e Superendividamento**: prevenção e tratamento jurídico do consumidor brasileiro superendividado na perspectiva da dignidade humana. Curitiba: CRV, 2020.

OLIVEIRA, Cleiton. **Consumo e Consumismo**: Saiba qual é a diferença e o que fazer para não cair nessa armadilha, 2017. Disponível em: <<http://www.resenhavirtual.com.br/blog/consumo-e-consumismo/>>. Acesso em: 10 jul. 2023.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide. A sociedade consumocentrista e seus reflexos socioambientais: a cooperação social e a democracia participativa para a preservação ambiental. **Revista de Direito, Economia e Desenvolvimento Sustentável**, v. 2, n. 2, p. 72-88, 2016, ISSN 2526-0057.