



## ALIENAÇÃO DO CONSUMO: IMPACTO QUE ATINGE A VIDA DAS PESSOAS

<sup>1</sup>Andre de Lima Gonçalves, <sup>2</sup>Bruna Ribeiro Viraqué, <sup>3</sup>Jhesyca Feijó Moura, <sup>4</sup>Júlia da Rosa Diogo

**RESUMO:** Muitas pessoas, talvez, não enxerguem o problema que as suas tão desejadas compras causam. A totalidade deste consumo exagerado em relação às suas roupas, aparelhos eletrônicos e até mesmo a embalagem de produtos mais bonita, gera acúmulo de lixo e produz um padrão de vida, que leva ao esgotamento dos recursos naturais da Terra. Este artigo tem como problemática o impacto do consumismo na vida das pessoas e abordará como este faz com que indivíduos se tornem mais felizes ou mais tristes. O capitalismo que produz a degradação da essência humana, também é o responsável por manipular as mídias e autopromover-se, ditando modas e manejando a população para que esta compre cada vez mais. Analisar como o consumismo atinge a vida das pessoas, através da relação e compreensão do padrão de vida capitalista e análise da ascensão capitalista através da exploração. A coleta de dados foi feita através de uma pesquisa na cidade de Bagé/RS. O questionário de pesquisa continha duas categorias: uma utilizada em bairros e centro da cidade a fim de interrogar adultos de diferentes rendas, idades e gêneros; a outra, utilizada com adolescentes do ensino médio, com faixa etária entre 15 e 19 anos. Fez-se uso de uma amostra de 100 pessoas, dividindo 50 questionários para cada categoria. O material utilizado com adultos abordou: escolaridade, renda, compra de produtos (celulares, roupas e utensílios de meio doméstico), período de troca desses produtos, porque de tais compras, descarte e opiniões relacionadas à sustentabilidade e consumismo. Em relação ao segundo questionário, utilizado com jovens, foram aplicadas cinco perguntas que já haviam sido usadas no questionário anterior. As questões versavam sobre o período de compra, porque da compra desses produtos (celulares e roupas) e se o jovem considerava-se consumista. Os questionários foram relacionados a fim de mostrar a faixa etária mais consumista e as questões foram comparadas umas com as outras. Percebeu-se que 88% dos jovens que compram pelo menos um dispositivo a cada 3 anos e apresenta o dado de 62% que não se consideram consumista, enquanto a análise feita com os adultos mostra que 48% desses compram pelo menos um dispositivo a cada 3 anos e apresenta o dado de 62,5% que não se consideram consumista. O ponto de não se considerarem consumista são praticamente iguais, porém o real consumo é muito diferente, visto que apresentam uma alta desproporção. Infere-se que jovens não se consideram consumista, em grande parte, mas não fazem a jus a tal resposta. Concluiu-se que os jovens prevalecem no consumo de roupas e dispositivos eletrônicos, mas

percebeu-se, também, que o consumo, apesar de pouco, é reduzido com um maior nível de estudo. Observou-se que a mocidade entrevistada, apesar de mais da metade não se considerar consumista, apresenta um demasiado consumo em relação às roupas e dispositivos eletrônicos. Tal fato pode ser explicado pela displicência familiar em relação aos filhos, a influência familiar é essencial para a construção dos cidadãos, principalmente cidadãos conscientes, sendo visto que o consumo tem um exorbitante impacto na sustentabilidade do planeta. Dever-se-ia construir uma sociedade na qual o acúmulo de riquezas e o arraso ambiental fosse apenas um devaneio dos demasiados ao dinheiro.

**PALAVRAS-CHAVE:** Consumismo; Sustentabilidade; Padrão de Vida.