

A SOCIEDADE REFÉM DO CONSUMO E CONSUMISMO: AS PESSOAS PASSAM ADQUIRIR PRODUTOS ALÉM DO ESSENCIAL PARA SOBREVIVÊNCIA

Alva Valéria Moro Labs¹
Tiago Escame Gimiliani²
Diogenes José Gusmão Coutinho³

RESUMO: O presente artigo busca fazer uma análise do consumo e consumismo dos indivíduos, caracterizada pelas marcas do capitalismo sendo responsável por direcionar a vida da sociedade, com precedentes causadas pelo excesso de consumo e produção de bens, consumindo e comprando produtos desnecessários para sobrevivência. Na sociedade contemporânea há um consumismo exacerbado de bens, produtos e serviços, Jean Baudrillard (2008) chama essa sociedade de “Sociedade de Consumo”, segundo o autor há um aumento significativo no surgimento de bens, produtos e serviços, a Sociedade de Consumo vive em uma sociedade que cultua e admira sempre o novo, favorecendo assim esse surgimento de novos objetos em uma velocidade impressionante, assim como vivemos numa Sociedade de Consumo vivemos também em uma “sociedade de desperdício”, evidenciando assim a frequente necessidade de obter algo novo: “Todas as sociedades desperdiçaram, dilapidaram, gastaram e consumiram sempre além da estriti necessário, pela simples razão de que é no consumo do excedente e do supérfluo que tanto o individuo como a sociedade, se sente não só existir, mas viver. (BAUDRILLARD, 2008, p.40) A melhor definição para pensar a sociedade atual é a de uma “Sociedade de Consumidores”, entretanto, não falamos do consumo natural e necessário para a sobrevivência, mas aquele consumo desnecessário, criado pela publicidade, indicado por símbolos e avalizado pela moda e pela padronização que o capitalismo propõe. A sociedade consumista se relaciona a um novo modelo de socialização, baseado na perda de valores essenciais para o ser humano real, ou seja, a valorização de sentimentos e ideais que sejam importantes para a vida em grupo, em família, enfim, em sociedade. Quando falamos de consumo e consumismo, que são sendo palavras usadas hodiernamente e que traduzem práticas do dia a dia dos indivíduos para satisfazer as suas necessidades. As necessidades humanas, desde os primórdios da humanidade, onde o indivíduo teve que se adaptar ao meio ambiente para, sobretudo satisfazer as necessidades básicas. No decorrer da história da humanidade vemos acontecimentos na busca da satisfação por suas necessidades.

1672

Palavras-chaves: Sociedade. Refém. Consumo e consumismo. Produtos. Sobrevivência.

¹Doutoranda em Ciências da Educação pela Christian Business School (2023), Flórida/ E.U.A.Mestre (Ms) em Educação pela Universidad Europea del Atlántico Especializado em Formação de Professores (2023).Cursou o Ensino de 2º Grau (1979); Concluiu o Curso Normal(2005), Licenciada em Pedagogia(2002); Geografia(2024), Letras (2023) Artes Visuais(2023) e Educação Especial (2023) Pós Graduada “Lato Sensu” em: Neuroaprendizagem (2016); Literatura Brasileira(2015); Planejamento, Implementação e Gestão da Educação a Distância(2014); Alfabetização e Linguagem(2014); Educação para as Relações Étnico-Raciais(2013); Gestão do Trabalho Pedagógico: Supervisão e Orientação Escolar(2012); Educação infantil(2012); Psicomotricidade(2008); Alfabetização e Educação Infantil Inclusiva(2006); Psicopedagogia Clínica e Institucional(2005); Interdisciplinaridade e Transversalidade em Educação: Um Projeto em Construção (2003); Altas Habilidades ou Superdotação (2019); Educação Especial e Inclusiva e Neuropsicopedagogia Institucional e Clínica(2022); Avaliação no Contexto Escolar (2022); Educação Ambiental(2022) e Literatura Infantil(2022). Extensão em Psicopedagogia Clínica e Institucional (2010).

²Doutorando em Ciências da Educação pela Christian Business School (2022), Flórida/ E.U.A.- possui graduação em Tecnologia (CRQ) pela Faculdade de Tecnologia Estudante Rafael Almeida Camarinha de Marília/ SP (2009), Licenciatura Plena em Pedagogia pelo Instituto Superior de Educação de São Paulo (2014), é formado em Letras 2º Licenciatura (2022), Mestre dupla titulação pela Universidad Europea del Atlántico da Espanha/ Santander - Uneatlantico e pela Unid/ SP (2022), Especialista em Educação Ambiental pela UNICID/ SP (2010), Especialista em Formação EAD do Ensino Fundamental ao Ensino Superior pela Universidade Paulista de Assis/ SP (2020), Especialista em Neuropsicopedagogia Institucional e Clínica e Educação Especial e Inclusiva (2021), Especialista em Gestão Escolar com ênfase em Administração, Coordenação Pedagógica, Supervisão e Inspeção Escolar pela Faceminas (2022), é especialista em Ludopedagogia e Literatura na Educação Infantil e Anos Iniciais do Ensino Fundamental (2021), atuou como Diretor Escolar e Vice Diretor nos anos de 2016 a 2019, foi coordenador pedagógico e formador de Professores de Alfabetização na cidade de Tarumã/SP nos anos de 2016 a 2021. Atuou como Professor de Educação Especial no Estado de São Paulo na cidade de Candido Mota, tem experiência na área de Educação há mais de 16 anos, foi coordenador pedagógico do SESI de Ourinhos/ SP, atualmente é Analista Técnico Pedagógico do SESI- SP (2022- 2024).

³Orientador: Doutor em biologia pela UFRPE. Mestre em biologia pela UFPE. Doutor em biologia pela UFPE. Atualmente é Professor Dr. na Christian Business School.

1. A SOCIEDADE DO CONSUMO: CRIAÇÃO DAS NECESSIDADES

Muitos empreendimentos comerciais do século XX são envoltos ao capitalismo onde se cria uma sociedade direcionada a consumir indiscriminadamente, sendo denominada de “Sociedade do Consumo” (BAUMAN, 2009).

É notório que o consumo vem crescendo freneticamente e o processo de produção e comercialização implica em consumo, e dessa forma o consumido torna-se também uma mercadoria, não sendo mais somente produtor, mas sim uma mercadoria que consome mercadorias, materiais e imateriais (SANTOS 2003).

Atualmente, vivemos um período denominado de “Criação das necessidades” quando envolto ao capitalismo temos cada vez mais produtos a ser consumido, nota-se que necessidades acabam de ser criadas ou mesmo modificadas de acordo com o interesse do capital.

Necessidade é conceito relativo. As necessidades não são constantes porque elas são categorias da consciência humana desde que a sociedade se transforma, a consciência da necessidade transforma-se também. O problema é definir exatamente em que a necessidade é relativa, e entender como as necessidades surgem. As necessidades por serem definidas a respeito de um número de diferentes categorias de atividade – permanecendo estas completamente constantes no tempo (alimento, habitação, cuidados médicos, educação, serviço social e ambiental, bens de consumo, oportunidades de lazer, amenidades de vizinhança, facilidades de transporte). (HARVEY, 1980, p. 87).

Padilha (2006) reflete a situação avaliando que na atualidade as relações humanas são sempre 1673 mediatizadas por coisas, onde os sentimentos devem ser materializados, para que haja realmente felicidade para os cidadãos. É um processo, de fato, em que marketing e a propaganda trabalham com o imaginário do ser humano criando e recriando conceitos e significados relacionados ao que deve ser necessário ao consumo. Pintaudi (1989, p. 06), compreende bem tal condição: “O psíquico do ser humano é muito bem trabalhado pela propaganda”.

1.1. A sociedade refém do consumismo

Desde os primórdios da humanidade, o ser humano teve que se adaptar ao meio ambiente no qual vivia para satisfazer suas necessidades básicas. Ao longo dos tempos foi, paulatinamente, desenvolvendo seus conhecimentos para ajustar as necessidades de sobrevivência. A história está repleta de acontecimentos que demonstram a evolução do ser humano na busca da satisfação de suas necessidades. Com a produção em massa advinda da revolução Industrial, temos nitidamente o aumento a bens e produtos associado ao capitalismo.

Atualmente vivemos uma sociedade refém do consumo e consumismo, as pessoas passam a adquirir produtos e serviços além do essencial para a sobrevivência. E essa produção em massa em grande escala tem agravado a situação do planeta graças a grande quantidade de lixo eletrônico

e a exploração indiscriminada dos recursos naturais, hoje estamos nos tornando refém das “ofertas” e das “novidades”.

Os indivíduos tem o direito ao atendimento necessário a sua sobrevivência para uma condição de vida digna, mas o capitalismo depende do consumo. Chiavenato (2004) destaca que a história está repleta de acontecimentos que demonstram a evolução do ser humano na busca da satisfação de suas necessidades. Chiavenato (2004, p.13), ao analisar as mudanças ocorridas a partir do século XIX, destaca que “[...] A partir do século XIX, quando a industrialização possibilitou mais conforto à sociedade, surgiu um choque, muitas vezes inconsciente causado pelo consumo de produtos que oferecia “prazer [...]”.

2. REVOLUÇÃO INDUSTRIAL/CAPITALISMO

O capitalismo industrial transformou a força de trabalho humano em mercadoria que caracterizou o processo de desenvolvimento econômico estadunidense desde o início do século XIX. A Revolução industrial provocou grandes transformações na sociedade, proporcionando opções para o consumo à aquisição de bens.

O êxodo rural proporcionou um inchaço nas cidades, com evidências claras de falta de estrutura, mudando notoriamente as necessidades das pessoas, que antes eram próprias da área rural. ¹⁶⁷⁴
O capitalismo para garantir suas riquezas defende a propriedade privada e a acumulação de bens é entendida como uma conquista daqueles que investiram no mercado, com forte valorização do individualismo e a riqueza é entendida como o mérito pela iniciativa de cada pessoa.

O capitalismo surgiu na transição econômica que se iniciou com o fim do feudalismo. A consolidação do capitalismo se estabeleceu durante a revolução Industrial, com um grande salto tecnológico e a indústria surgiu. É importante salientar que a Revolução Industrial foi um precedente para a passagem do capitalismo comercial para o capitalismo industrial. Essa evolução do capitalismo simbolizou o movimento caracterizado pela aceleração da História, algo que não ocorrera anteriormente ao longo da história, sendo decorrente do poderio econômico. Nesse sentido, o capitalismo possui um caráter revolucionário ao transformar o meio social e suas relações existentes (MARX; ENGELS, 1998).

A Revolução Industrial mudou a vida da humanidade, a vida nas cidades se tornou mais importante que a vida no campo e isso trouxeram muitas consequências; nas cidades os habitantes e trabalhadores moravam em condições precárias e conviviam diariamente com a falta de higiene, sem contar com o constante medo do desemprego e miséria, mas também a revolução estimulou os pesquisadores, engenheiros e inventores a aperfeiçoar a indústria. Isso fez com que surgissem

novas tecnologias como as locomotivas a vapor, barcos a vapor, telégrafo e a fotografia. O conceito da própria palavra “revolução” é a mesma é comumente vista como uma transformação drástica de alguma estrutura política, social, cultural, econômica ou tecnológica, sendo assim, de cunho humano (FERNANDES, 2022).

Na sociedade atual a Revolução Industrial teve relevância principalmente para o surgimento da revolução tecnológica. Toda essa tecnologia, produção em massa e outros avanços trouxeram grandes problemas e com isso surgiu o capitalismo e o lucro, sem muitas vezes o respeito às vidas humanas.

Dessa relação entre produção industrial e consumo, Baudrillard (2010, p. 82), percebe a transformação de foco nas produções fabris, que passa a ver no Homem da Sociedade de Consumo uma demanda maior do que a da produção fabril, fazendo do homem objeto da ciência do consumo, pois percebe, na necessidade do agente consumista, uma abertura para a exploração do desejo de compra já existente em todos os agentes “líquido – modernos”.

Portanto, o consumismo evolui de acordo com a evolução da própria sociedade, do acesso da sociedade à aquisição de novos produtos. Hoje, a internet contribui muito para o consumo, tornando mais fácil comprar com o cartão de crédito ou o PIX, sendo fácil praticar o ato de consumo, nos deixando levar pelo consumismo, que é um ato vazio de necessidade, onde as publicidades nos ajuda ¹⁶⁷⁵ a sermos persuadidos a consumir. Enfim, recebemos publicidades personalizadas e temos uma publicidade direcionada e com isso temos a tendência de consumir sem refletir e sua influência é observada como estímulos e padrões de comportamento do ser humano.

A formação e a expansão do modo de produção capitalista no mundo, no decorrer dos séculos, teve um aumento dos meios de acumulação primitiva, de maneira a permitir uma caracterização do sistema capitalista em diferentes períodos sobre diferentes modelos. A sociedade atual vive cada vez mais encaixada aos interesses do capital e da globalização, promovendo um conflito entre o “ser” cidadão e o “ser” capitalista, dentro de cada um, modificando a vida da sociedade, como resume Carlos (2005, p. 173)

A economia capitalista moderna é um imenso cosmos que veio para dominar a vida econômica, para educar e selecionar os sujeitos de quem precisa, mediante um processo de sobrevivência dos mais aptos. O espírito do capitalismo teve de lutar por sua supremacia contra um mundo inteiro de forças hostis (WEBER, 1967).

A economia capitalista moderna veio dominar a vida econômica para selecionar os sujeitos que precisa. Temos também, o capitalismo contemporâneo como uma reprodução do mundo, centrado, nos movimentos do capital financeiro que visa somente na unidade de produção “a

produção de subjetividade, os processos vitais ricos em relações intelectuais e valores afetivos, passam a ocupar um lugar cada vez mais central do processo produtivo”(PELBART, 2003, p. 36).

O capitalismo contemporâneo inscreve-se no tecido social de forma a domesticar o homem através da linguagem e das relações cognitivas. E essa expressão “contemporânea” aplica-se a toda uma época, com mudanças econômicas, socioculturais e política. Este sistema encontra na produção materialista daquilo que são consideradas comuns e naturais às maneiras de confundir o sujeito e levá-lo a consumir sob o signo do novo sendo ele um sistema econômico, para obtenção de lucros, ele é um sistema econômico com acumulação de capital, com à obtenção do lucro. Sua origem está atrelada à decadência do feudalismo e o surgimento desse sistema econômico ocorreu na Europa Ocidental, que vislumbrou, por meio da queda do feudalismo, e crescimento de indústrias e comércios.

Na concepção de Hardt e Negri (HARDT & NEGRI, 2000), as grandes potências industriais e financeiras produzem não apenas mercadoria, mas também subjetividades, ou seja, produzem um universo de linguagem que encerram por construir o simbólico e o imaginário. A subjetividade é encarada como produção social. Ela é essencialmente fabricada e modelada no registro social e assumida por indivíduos em suas existências particulares. (GUATTARI & ROLNIK, 1986).

1676

O Capitalismo, como sistema mundial, existe para criar riqueza. A eterna insatisfação da humanidade com seu modo de vida fez a história das transformações da sociedade até os nossos dias. Marx e Engels (1848) chamavam a atenção para o fato de que, se em outros períodos da história mudanças mais profundas na vida material só se realizavam através da transformação das relações de produção, no capitalismo a situação se modificou, pois são as próprias relações de produção burguesas que incessantemente revolucionam sua base técnica e o modo de vida das pessoas.

3. A GERAÇÃO DE RESÍDUOS NO CONTEXTO DA SOCIEDADE DE CONSUMO

Vivemos na sociedade de consumo, com repercussões negativas sobre o meio ambiente e nesse cenário, uma das alternativas é a mudança de mentalidade pela quebra do paradigma civilizatório, onde cada sociedade ou indivíduo pode fazer, além de promover a educação ambiental é a da melhoria da gestão e da fiscalização por todos produzida ou mecanismo de publicidade. No Brasil, em 2010, o Congresso Nacional, depois de duas décadas de tramitação, editou a Lei de Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei nº 12.305), que visa, dentre outros objetivos, regular e estabelecer diretrizes de políticas públicas de disposição adequada dos resíduos

sólidos de suas fontes mais diversas como a urbana, a industrial, a mineral, e a sanitária. Dessa forma, estabelece seu artigo 1º: Esta Lei institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos, dispondo sobre seus princípios, objetivos e instrumentos, bem como sobre as diretrizes relativas à gestão integrada e ao gerenciamento de resíduos sólidos, incluídos os perigosos, às responsabilidades dos geradores e do Poder Público e aos instrumentos econômicos aplicáveis. (BRASIL, 2010)

Sabe-se que a instituição escolar e todas as disciplinas devem trabalhar a conscientização do consumo com os alunos, mas a disciplina da Geografia trabalha na realidade vivida do aluno. A disciplina de geografia no contexto escolar é extremamente importante em todo contexto social vivido pelo aluno, pois faz o indivíduo refletir sobre a realidade vivida e acima de tudo torná-lo um cidadão crítico e falar sobre o consumo se faz necessário, onde ele é cada vez mais incentivado por meio de marketing/propaganda, associando o consumo com a felicidade, isto porque o sucesso pessoal, a sociedade avalia pela felicidade de seus membros de acordo com o seu nível de consumo. Visto que segundo BAUMAN, (2008, p. 60) [...] A sociedade de consumidores talvez seja a única na história humana a prometer felicidade na vida terrena, aqui e agora e a cada ‘agora’ sucessivo. Em suma, uma felicidade instantânea e perpétua.

Deve-se entender que é de suma importância visar e aproveitar o conhecimento prévio e a ¹⁶⁷⁷ realidade que o aluno já possui, Paraná (2008, p.75) coloca que “[...] o ensino de Geografia, deve considerar o conhecimento espacial prévio dos alunos para relacioná-lo ao conhecimento científico no sentido de superar o senso comum”.

4. PROCESSO DE ALIENAÇÃO SOCIAL

A alienação social incapacita o pensamento independente do indivíduo e ele passa a aceitar tudo como algo natural. A palavra alienação possui vários sentidos. Tal palavra possui um sentido jurídico, um sentido filosófico, um sentido psiquiátrico, entre outros. O termo alienação acabou entrando para o vocabulário das pessoas não familiarizadas com o trabalho intelectual profissional, no mundo das representações cotidianas, e é utilizada no cotidiano como se fosse sinônimo de “estar fora da realidade”.

E exemplifico essa alienação ao capitalismo contemporâneo que vem de forma a domesticar o homem através das linguagens e relações sociais e se encontra na produção materialista daquilo que são consideradas comuns e naturais as maneiras de confundir o indivíduo a leva-lo a consumir sem fazer uma reflexão se é mesmo necessário

Quando falamos a cultura do consumo, nos reportamos a varias possibilidade em que não

os bens, mas a imagem desses bens se torna acessível a todos na sociedade, sendo um conjunto de imagens e símbolos que vão sendo criados e recriados, associados a esses bens e o crescente crescimento das empresas, a burocratização, o desenvolvimento do crédito, da publicidade, do marketing são importantes para o desenvolvimento de uma sociedade de produção e consumo de massa. Santos (2007, p. 49) afirma de forma categórica “[...] vivemos cercados, por todos os lados, por esse sistema ideológico tecido ao redor do consumo e da informação ideologizados.”

CONCLUSÃO

Neste trabalho foi analisado o sujeito refém do consumo e consumismo que passam adquirir produtos além do essencial para sobrevivência, ou os pós-modernidade e sua relação com o excesso de consumo. Foram apresentados e abordados alguns questionamentos sobre a influência das propagandas e os aspectos socioculturais consumo e consumismo, como o capitalismo. Birman (2003) destacou a sociedade atual marcada pelo apelo incessante ao consumismo, sujeito pós-moderno como sendo idealizado, narcísico, do autocentramento do sujeito e do individualismo. Santos (2007, p. 49) afirma de forma categórica “[...] vivemos cercados, por todos os lados, por esse sistema ideológico tecido ao redor do consumo e da informação ideologizados.”

1678

Enfim, a sociedade contemporânea do consumo impõe muitas necessidades e gostos, e com isso somos bombardeados com propagandas, produtos que nos levam a pensar que precisamos dos produtos e algumas vezes nem precisamos, criando uma espécie de interdependência do produto a ser comprado e continuando essa cadeia de consumo e consumidor. E que o consumidor é também uma mercadoria, não sendo mais somente o produtor de mercadorias, mas sim uma mercadoria que consome mercadorias, materiais e imateriais. (SANTOS, 2003)

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, J. A sociedade de consumo. 3. ed. Lisboa: Arte e Comunicação, 2010, p.82.

_____, Jean. “A sociedade de consumo”. Edições 70. 2008. 2ª Edição. p.40.

_____, Jean. “A sociedade de consumo”. Edições 70. 2008. 2ª Edição.

BIRMAN, J. *Mal-estar na atualidade: a psicanálise e as novas formas de subjetivação*. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003

BAUMAN, Z. *Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. São Paulo, Editora Zahar, 2009.

- BRASIL. Legislação Federal. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br.htm>Acesso: 09 de fev.2024
- BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008, 60p.
- CARLOS, A.F.A. (Org.) Novos Caminhos da Geografia. São Paulo, Editora Contexto, 2005,p.173.
- CHIAVENATO, Júlio José. Ética globalizada & sociedade de consumo. 2 ed.reform. São Paulo: Editora Moderna Ltda., 2004, p.13.
- FERNANDES, Cláudio. "O que é Revolução?"; Brasil Escola, 2002.
- GUATTARI, F., ROLNIK, S. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis: Vozes, 1986.
- HARDT, M.; NEGRI, A. *Império*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2000.
- HARVEY, D. A Justiça Social e a Cidade. São Paulo. Ed. Hucitec, 1980, p.87.
- MARX, K. & ENGELS, F. (1848). Manifeste du parti communiste. Paris: Aubier-Montaigne, 1971.
- MARX, K.; ENGELS, F. Manifesto Comunista. Rio de Janeiro: Ed. Garamond, 1998.
- PARANÁ Secretaria de Estado da Educação Departamento de Educação Básica. Diretriz Curricular da Educação Básica—Geografia. Curitiba: SEED/DEB, 2008.p.75.
- PELBART, P. P. *Vida Capital: ensaios de biopolítica*. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- PINTAUDI, S. M. O Templo da Mercadoria. Estudo sobre os Shoppings Centers do Estado de São Paulo. Tese (Doutorado em Geografia). In: Instituto de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH). Universidade de São Paulo (USP). São Paulo, 1989, p.6.
- SANTOS, M. Por uma outra Globalização: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record. 2007. P.49.
- _____. Por uma outra Globalização: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record. 2007
- _____. O espaço do cidadão. São Paulo. São Paulo, Nobel, 1998.
- SANTOS, L.G. Politizar as novas tecnologias: o impacto sócio -técnico da informação digital e genética. São Paulo: Ed. 34, 2003
- WEBER, M. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Livraria Pioneira, 1967.
- WEBER, M. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Livraria Pioneira, 1967.