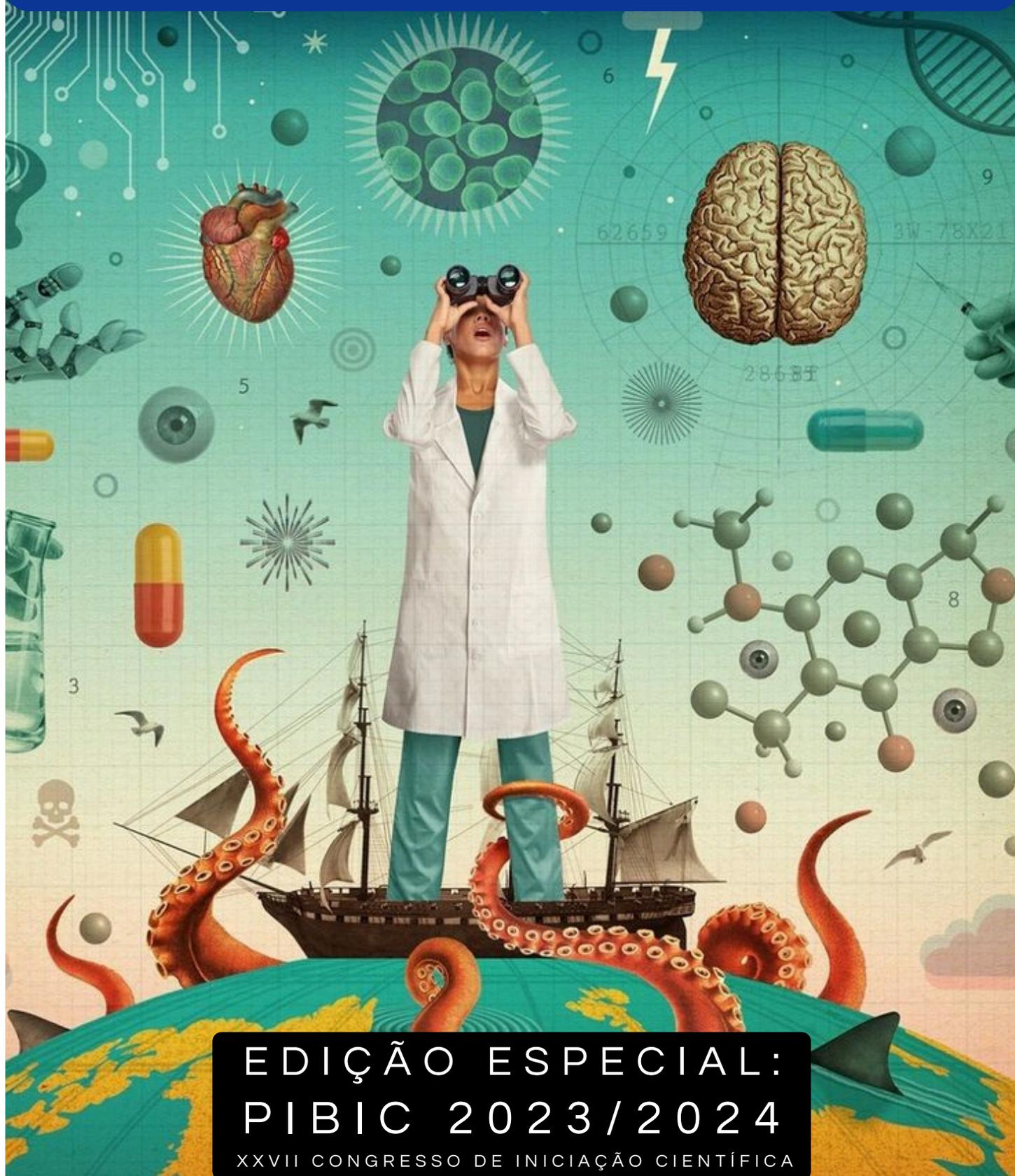


# REVISTA CIENTÍFICA UMC



EDIÇÃO ESPECIAL:  
PIBIC 2023/2024

XXVII CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

## Capa do Artigo

**Título em Português:** A desordem no consumismo e a distinção que estratifica e segrega na sociedade capitalista

**Título em Inglês:** Disorder in consumerism and the distinction that stratifies and segregates in capitalist society

**Título em Espanhol:** El desorden en el consumismo y la distinción que estratifica y segrega en la sociedad capitalista

## Autores

Nome	E-mail	ORCID
Camilly Rodrigues Caraça <sup>1*</sup>	11221103948@alunos.umc.br	<a href="https://orcid.org/0009-0002-1069-554X">https://orcid.org/0009-0002-1069-554X</a>
Rogério Tineu <sup>1</sup>	rogeriotineu@umc.br	

\* Autor Correspondente

## Instituições

1. Universidade de Mogi das Cruzes, Mogi das Cruzes, SP, Brasil.

## Informações

**Categoria da Publicação:** Resumo Expandido; PIBIC.

**Tipo da Publicação:** Pesquisa.

**Área do Conhecimento:** Economia do Consumidor

---

## Introdução

---

A sociedade contemporânea se caracteriza por um ritmo acelerado de consumo, impulsionado por estratégias de marketing agressivas, pela obsolescência programada de produtos e pela busca incessante por satisfação instantânea. Essa cultura consumista, embora tenha impulsionado o crescimento econômico em alguns momentos, gera diversos impactos negativos que ameaçam a sustentabilidade social do planeta, além de comprometer a estabilidade e o desenvolvimento das economias em diferentes níveis.

Para tanto, Zygmunt Bauman — proeminente pensador polonês, e famoso por suas teses a respeito do que ele chama de modernidade-líquida (2008), se debruça sobre os problemas do capitalismo, ou melhor, sobre a face mais perversa e doentia do capitalismo: a ideia de que somos aquilo que podemos comprar. Seguindo esse raciocínio, Pierre Bourdieu defende a concepção de que as representações sociais são influenciadas pelas ideias, valores, crenças e ideologias existentes anteriormente em uma sociedade que compõem o habitus (1972) de cada agente.

Não obstante, a rapidez com que as informações chegam a nós hoje é inacreditável, uma vez que há uma enxurrada de conteúdos chegando ininterruptamente a uma única pessoa em um só instante, causando nesta um acúmulo de dados não processados; claramente, a Infoxicção (Alfons Cornella, 1999) a qual as pessoas são submetidas, mediante a exposição excessiva a diversos conteúdos, simultaneamente, também é uma forma de consumo exagerado. Outrossim, a imersão nesse contexto supracitado é um exemplo de simulacro (Baudrillard, 1981) no qual a sociedade contemporânea e a cultura de massa têm influenciado significativamente o pensamento do novo campo social, a internet.

Ser moderno é fazer parte de um universo no qual, como disse Marx, “tudo que é sólido desmancha no ar” (Tudo que é Sólido Desmancha no Ar, 1982). Uma vez que na era digital, a enxurrada de informações e a constante necessidade de tomar decisões rápidas moldaram um novo tipo de sociedade: a sociedade da imediatez. Imersos em um mundo em constante mutação, os indivíduos buscam incessantemente por respostas instantâneas, soluções prontas e consumo veloz de conteúdo. As influências da atualidade, permeadas pela cultura do consumismo e da hiperconectividade, moldaram um perfil de consumidor ávido por novas informações e produtos.

## Objetivos

---

Evidenciar por meio da teoria de pensadores como Bauman, Lipovetsky e Bourdieu, um comportamento de consumo que não condiz com a realidade daqueles que o fazem, além disso, explicitar que o meio o qual nós estamos inseridos nos leva a agir de formas impensáveis e ter hábitos exagerados, causando consequências como o hiperconsumo e a glamourização na atualidade.

## Materiais e Métodos

---

O alcance dos objetivos desta pesquisa foi obtido, em demasia, por meio de exploração teórica dos principais pensadores sobre o consumo e consumismo, hiperconsumo, habitus e campo; além de pesquisa quantitativa e qualitativa a respeito dessa temática em nosso cotidiano para avaliar e correlacionar seus dados à temática abordada, solidificando as afirmações teóricas presentes nesta.

Para as análises feitas, houve a devida coleta de dados de índices econômicos, como: Taxa de juros básica, Inflação, e índice de endividamento das famílias em um período de 10 anos, para elaboração do gráfico e, assim, correlação dos resultados obtidos ao viés mencionado pelos autores selecionados e presentes nesta pesquisa, trazendo melhor entendimento da teoria e melhor apresentação visual das críticas quanto aos malefícios do consumo de bens e informações desenfreadamente na atualidade, levando em consideração a Era Digital de compartilhamentos e sua dissipação que ultrapassa barreiras.

## Resultados e Discussão

---

A modernidade-líquida (Zygmunt Bauman, 1999) passa a ter o consumismo como elemento central. Uma vez que este está relacionado aos desejos subjetivos e à compra pelo prazer de satisfazê-los, para garantir a perpetuação desse sistema é preciso que esses desejos nunca cessem. Não podemos parar de desejar. Sendo assim, temos que estar eternamente insatisfeitos, em busca de novas satisfações.

O consumismo exacerbado beneficia principalmente as grandes empresas e os setores mais ricos da população, que detêm o poder de compra e influenciam as tendências de consumo, utilizando de

métodos persuasivos e chamativos para instigar a compra e o consumo. Enquanto isso, a maioria dos consumidores, especialmente aqueles de baixa renda, enfrenta dificuldades para adquirir produtos básicos, aprofundando a disparidade social e excluindo grande parte da população do acesso a bens e serviços essenciais.

Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), em 2022, o índice de Gini no Brasil atingiu o maior valor da série histórica, 0,567, evidenciando a concentração de riqueza nas mãos de uma minoria da população, enquanto a maioria luta para sobreviver. Além disso, em 2023, o 1% mais rico da população brasileira detinha 26,9% da renda nacional, enquanto os 50% mais pobres detinham apenas 12,2%, segundo dados da Oxfam.

O estímulo ao consumo constante através de crédito e publicidade, muitas vezes direcionado a públicos de baixa renda, leva ao endividamento excessivo das famílias. Essa situação compromete a renda disponível, limita o potencial de investimento e gera instabilidade econômica, tanto para as famílias quanto para o país como um todo. Em 2023, o percentual de famílias brasileiras com dívidas atrasadas atingiu o recorde de 30,3%, segundo a Serasa Experian, demonstrando o alto nível de endividamento da população e os riscos que isso representa para a economia.

Apesar da lógica racional do consumo, que visa a atender necessidades básicas e desejos genuínos, observa-se a prevalência do consumismo conspícuo, caracterizado pela aquisição de bens e serviços com o objetivo principal de ostentar status social e impressionar os outros. Esse comportamento, muitas vezes impulsionado por estratégias de marketing e pela cultura do "ter para ser", leva indivíduos a adquirirem produtos que superam suas necessidades reais e possibilidades financeiras, gerando endividamento excessivo e comprometendo o bem-estar individual e familiar.

O Índice de Endividamento das Famílias (IEF) no Brasil apresentou um crescimento preocupante nos últimos dez anos, acompanhando as altas na taxa básica de juros (Selic) e no índice de inflação do país (IPCA).

Essa correlação evidencia (conforme tabela acima) os riscos do consumo desenfreado e da tomada de crédito irresponsável, especialmente em um contexto de instabilidade econômica. O acentuado crescimento do Índice de Endividamento das Famílias (IEF) no Brasil, concomitante à elevação das taxas de juros e da inflação, evidencia um cenário de fragilidade financeira das famílias. A dinâmica consumista, intensificada por estratégias de marketing que estimulam a aquisição de bens

e serviços, em conjunto com o fácil acesso ao crédito, tem impulsionado o endividamento. A busca por um padrão de consumo cada vez mais elevado, muitas vezes irreal, tem levado as famílias a comprometer uma parcela significativa de sua renda com o pagamento de dívidas, limitando o acesso a serviços essenciais e comprometendo sua qualidade de vida.

## Considerações Finais

---

Pode Mediante aos dados e informações encontrados com as pesquisas exploratórias e bibliográficas, foi possível identificar a relação que o meio exerce sobre o indivíduo, bem como havia sido abordado por Bourdieu (1972) na definição de habitus e campus.

A sociedade contemporânea está imersa em uma cultura de consumo desenfreado, impulsionada pela lógica capitalista e pela modernidade líquida, conforme descrito por Bauman (2000). Este cenário, denominado sociedade de consumo, apresenta contradições e impactos sociais, econômicos e ambientais significativos.

Na era do hiperconsumo, marcada pela obsolescência programada e pela busca incessante por novidades, a cultura do descartável prevalece, resultando em graves impactos ambientais e incentivando a produção excessiva de bens. Estratégias agressivas de marketing promovem a acumulação de bens supérfluos e a insatisfação crônica, criando um ciclo vicioso de consumo e frustração. Lipovetsky (2006) descreve isso como uma "felicidade paradoxal", na qual revela a busca por uma felicidade ilusória através do consumo, gerando um vazio existencial e uma sensação de inadequação. Essa busca incessante por bens materiais e experiências fugazes inibe problemas e frustrações mais profundas, impedindo o desenvolvimento de uma vida plena e autêntica, tais os sintomas e consequências do consumismo na era da ideologia tecnológica.

## Conflito de Interesses

---

Os autores declaram não haver conflitos de interesse. Eles são os únicos responsáveis pelo conteúdo e pela redação do artigo.

## Agradecimentos e Financiamentos

---

Não se aplica.

## Disponibilidade dos Dados

---

Não se aplica.

## Referências

1. Banco Central do Brasil. Série histórica de indicadores econômicos [Internet]. Brasília: Banco Central do Brasil; 2023 [citado em 27 de junho de 2024]. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estatisticas/indicadoresselecionados>.
2. BERMAN, Marshall. Tudo que é sólido desmancha no ar. Edição de bolso. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
3. BEZERRA, Juliana. Toda Matéria, Consumo [Internet.]. Toda Materia, 2023. [citado em 11 de outubro de 2024]. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/consumo/>.
4. BEZERRA, Juliana. Toda Matéria, Consumo [Internet.]. Toda Materia, 2023. [citado em 11 de outubro de 2024]. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/consumo/>.
5. BRANDÃO, Lucas. Comunidade, arte e cultura. A hipermodernidade de Gilles Lipovetsky [Internet.]. Comunidade, arte e cultura; 2020. [citado em 24 de março de 2023] .Disponível em <https://comunidadeculturaarte.com/a-hipermodernidade-de-gilles-lipovetsky/>.
6. CARNEIRO, Alfredo. Pensar contemporâneo. Zygmunt Bauman: somos aquilo que podemos comprar. [Internet.]. Pensar contemporâneo, 2019. [citado em Acesso em 20 de março de 2023]. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/zygmunt-bauman-somos-aquilo-que-podemos-comprar/>.
7. IBGE (BR). Síntese de Indicadores Sociais: 2022. [Internet.]. Rio de Janeiro: IBGE; 2023. [citado em 27 de junho de 2024]. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>.
8. LAKATOS, Eva Maria. Metodologia Do Trabalho Científico. 7ª edição. Editora Atlas, 2007.
9. SERASA Experian. Dívida do Consumidor: Indicador de Inadimplência do Serasa Experian - Maio de 2023. [Internet.]. São Paulo: Serasa Experian, 2024. [citado em 27 de junho de 2024]. Disponível em: <https://www.serasa.com.br/limpa-nome-online/blog/mapa-da-inadimplencia-e-renogociacao-de-dividas-no-brasil/>.

## Imagem – Quadro – Tabela

**TABELA 1.** Comparação do IEF com a Selic e o IPCA nos Últimos Dez Anos.

Ano	IEF (%)	Selic (%)	IPCA (%)
2013	26,5	8,65	5,96
2014	27,1	10,67	6,82
2015	28,3	13,25	10,71
2016	29,8	13,25	6,87
2017	30,5	7,25	2,95
2018	31,4	8,65	3,65
2019	32,6	5,25	4,31
2020	33,8	2	3,15
2021	34,9	7,25	10,74
2022	36,1	13,25	10,67

**Fonte:** IBGE, BC, e CVM, 2024