

FATORES QUE INFLUENCIAM O COMPORTAMENTO DE CONSUMO NA ADOLESCÊNCIA.

Filipe Arendt de Azevedo; Frank de Souza Oliveira¹; Paulo Nogueira Real; Tamires Mezalira Concentini; Thalyta Myrhiã dos Santos Santiago; Gláucia Valéria Pinheiro de Brida².

RESUMO: O objetivo desta pesquisa é analisar a relação existente entre fatores sociais, culturais, pessoais e psicológicos e o comportamento de consumo do adolescente. Trata-se de uma pesquisa qualitativa feita entre adolescentes de 15 a 17 anos, de classe média, num total de oito participantes, cinco adolescentes do sexo masculino e três do sexo feminino. A coleta de dados foi feita por meio de uma entrevista semi-estruturada elaborada pelos pesquisadores e aplicada em alunos de uma instituição privada de ensino. Os dados foram transcritos e em seguida analisados à partir dos referenciais teóricos utilizados na fundamentação teórica. De maneira geral foi constatado que o grupo do qual o adolescente faz parte é um dos fatores de maior influência do comportamento de consumo.

PALAVRAS-CHAVE: Adolescência, Consumo, Fatores.

INTRODUÇÃO

O consumo tem sido tema de diversos estudos nas áreas da economia, da sociologia, da antropologia e também da psicologia. O desenvolvimento do capitalismo tem gerado não apenas lucro, mas também uma infinidade de necessidades materiais que tem levado a sociedade a uma cultura de consumo. Esta cultura de consumo tem-se revelado uma característica marcante nos séculos XX e XXI, o capitalismo, com a criação de necessidades materiais, tem sustentado uma rede de consumidores ávidos por novos produtos que saciam estas necessidades. Em função disso há a elevação da valorização subjetiva dos bens para o sujeito.

Essa cultura de consumo permeia todas as faixas etárias da sociedade. Vai desde a criança até a terceira idade, cria um desejo de compra que resulta no aumento do consumo. Uma vez que este comportamento não é uma característica específica de uma faixa etária, por exemplo, entre adultos apenas, é importante a formulação da seguinte pergunta: de que maneira fatores culturais, sociais, psicológicos e pessoais tem influenciado o comportamento de consumo entre adolescentes na atualidade? O objetivo é analisar a relação existente entre fatores sociais, culturais, pessoais e psicológicos e o comportamento de consumo do adolescente.

¹ Acadêmico do Curso de Psicologia do Cesumar, Maringá-Pr.

² Docente do Curso de Psicologia do Cesumar, Maringá-Pr.

Segundo Mancebo (2008), a diferença entre o consumismo dos séculos anteriores e desta geração é que, antes se consumia para viver, hoje, vive-se para consumir. O consumo não é motivado por necessidades reais, mas pelo simples prazer e perspectiva da aceitação pelo grupo social. As circunstâncias históricas atuais revelam um comportamento de consumo diferente do que foi em séculos passados, como nos séculos XVII, XVIII e XIX. O que no passado era tido e mantido apenas como relação de troca, hoje como comportamento de consumo, configura-se como um elemento fortemente ligado à felicidade (CONTE, HENN, OLIVEIRA e WOLFF, 2007).

O comportamento de consumo do adolescente precisa ser observado dentro da contemporaneidade, que sem dúvida alguma, tem suas próprias peculiaridades que dão ao tema nuances específicas. Podemos observar que vivemos num tempo de mudanças rápidas e drásticas, como observa Outeiral (2001, p. 113): “O tempo das crianças e dos adolescentes é muito mais rápido do que o tempo dos adultos”. Para este autor, o enfoque são as mudanças subjetivas. Ele ainda afirma que essas mudanças trazem profundas rupturas de idéias e de valores. Outra característica desse tempo é a cultura do descartável,... “a modernidade busca a permanência e a pós-modernidade, o descartável” (Outeiral, p.113).

Estamos diante de uma cultura que processa mudanças rápidas e significativas. Vivemos numa cultura de bens e valores descartáveis e de uma estética que privilegia a beleza como instrumento de impressionismo. De forma geral, tal estética transmite uma realidade aparente distinta da interioridade. Por isso é compreensível detectar na contemporaneidade a prática de consumo sendo determinada, na vida dos adolescentes, pela busca da felicidade, por necessidades psicológicas, sociais, culturais e pessoais. Tudo se processa muito rápido, não há exercício do raciocínio lógico e filosófico e toda ênfase está focada na beleza externa com padrão absoluto para o alcance da felicidade.

Este sujeito produzido pela sociedade capitalista é identificado pelos produtos que consome: tipo de carro, marca de cigarro que usa, tipo de perfume etc. (Fabiano, ?). Estes apelos da mídia dão a este sujeito a idéia de reconhecimento social, mas isto não ocorre de fato. Este sujeito é altamente seduzido, pela mídia, com atrativos que o persuadem a auto-afirmação de seu ego fragilizado, que busca compensação de sua individualidade enfraquecida.

Ao consumir o adolescente apresenta-se com artigos de tal qualidade, elogiado, valorizado e comentado pelo grupo, sob a percepção, da estreita relação entre o objeto de consumo e sua maior penetração e influência entre seus iguais na busca não declarada e definida da felicidade. Com o advento das vitrines e as estratégias de venda, a visualização das mercadorias se expandiu, desencadeando sentimentos que expressavam elementos subjetivos da personalidade, revelando uma estreita ligação emocional do sujeito com o objeto a ser comprado (CONTE, et al., 2007).

Faria (2008) também observa que a necessidade de aceitação e a insegurança são as principais causas do comportamento consumista entre os jovens. Para este autor o consumidor pode ser definido como aquele que tem poder aquisitivo para comprar e escolher entre as diversas opções que se encaixam melhor

Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

