



17º Congresso Nacional de Iniciação Científica

TÍTULO: CONSUMISMO X MINIMALISMO E A RELAÇÃO COM O CONSUMO CONSCIENTE DOS ALUNOS DA FACULDADE DE TECNOLOGIA DA ZONA LESTE

CATEGORIA: EM ANDAMENTO

ÁREA: CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

SUBÁREA: ADMINISTRAÇÃO

INSTITUIÇÃO: FACULDADE DE TECNOLOGIA ZONA LESTE

AUTOR(ES): GIOVANA RAMOS DE FIGUEIREDO, PALOMA ALMEIDA DE MELO

ORIENTADOR(ES): JOSÉ ABEL DE ANDRADE BAPTISTA

Realização:



Apoio:



Resumo

Esse estudo tem como intuito apresentar e descrever o estilo de vida consumista e minimalista, realizando uma comparação entre os diferentes estilos de vida. Analisando como cada perfil dos alunos da Faculdade de Tecnologia da Zona Leste respondem aos estímulos do marketing nas decisões de compra, e o impacto que isso gera em suas vidas.

Introdução

As pessoas compram produtos/serviços mesmo não agregando valor algum em sua vida. Cada indivíduo é único e responde de maneira diferente a pressão da mídia, das publicidades e propagandas que nos cercam.

Segundo Kotler e Armstrong (2007) geralmente os próprios consumidores não sabem exatamente o que influencia suas compras, dessa forma, as empresas tentam estimular o máximo o consumo de diversos produtos e serviços, vendendo a ilusão de que necessitamos de tais coisas, para fazer parte de algum grupo de interesse, que o consumidor possui um relacionamento próximo ou ambiciona fazer parte.

Compreender como cada indivíduo precisa se autoanalisar de maneira a evitar o não-essencial para se concentrar no que é verdadeiramente importante, o que nos dá significado em nossas vidas, o que nos dá alegria e valor.

A problemática do artigo é: Como os alunos da Faculdade de Tecnologia da Zona Leste respondem aos estímulos do marketing na influência da decisão de compra?

Objetivos

O objetivo desse artigo é propor uma reflexão sobre o estilo de vida consumista e minimalista, e como o marketing se torna um grande estímulo na influência das decisões de compra dos alunos da Faculdade de Tecnologia da Zona Leste.

Metodologia

Para o desenvolvimento do artigo haverá uma pesquisa bibliográfica (livros, revistas, dissertações, teses e sites) e exploratória, pesquisa de campo com os universitários da Faculdade de Tecnologia da Zona Leste, utilizando a escala de likert.

Desenvolvimento

De acordo com Nunes (2016) consumo caracteriza em permitir-se em realizar a satisfação de determinada necessidade, através da utilização de determinado bem e/ou serviço.

(...) O consumo é uma condição, e um aspecto, permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos; um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com os outros organismos vivos (BAUMAN, 2008, p.37).

O consumismo está diretamente ligado as necessidades não-essenciais, que tem por objetivo suprir as necessidades criadas por nós mesmos. Nesse contexto, somos fortemente influenciados a comprar e adquirir produtos e serviços supérfluos, caso contrário à sociedade nos impulsiona ao sentimento de desenquadro, com a sensação de exclusão, fora do padrão dos grupos sociais

Consumir é preciso para viver, mas viver para consumir pode ser uma das maneiras mais eficazes de transformar a vida em uma morte existencial Silva (2014).

Nossos interesses são ditados de acordo com os interesses do capital e os padrões da sociedade, o ato do consumismo está ligado ao sentimento de suprir nossos desejos e prazeres, e suprir tais necessidades de consumir esses produtos nos definem, de acordo com cada grupo social que desejamos fazer parte.

Os cidadãos são transformados em simples consumidores, que são movidos de acordo com os interesses do capital, que imputam ao indivíduo o imediatismo, ou seja, o que transforma em prazer o ato de consumir, e promove o aparecimento de “novas necessidades” a todo instante (SALGUEIRO, 2006, p. 18).

Segundo Millburn e Nicodemus (2015) eles definem minimalismo como uma ferramenta para alcançar a realização na vida e a felicidade. É simplesmente sobre eliminar as coisas desnecessárias em sua vida para que você possa focar no que é importante, escolhendo livrar-se do desnecessário em favor do que é importante.

Os minimalistas procuram a felicidade não através das coisas, mas através da própria vida. Dessa forma, cabe a cada pessoa determinar o que é necessário e o que é supérfluo. Minimalismo é muito mais do que uma preferência estética. É uma ferramenta que pode ajudar a todos aqueles que estiverem dispostos a se livrar dos excessos em favor de se concentrarem no buscar da felicidade, da realização e da liberdade.

Ao contrário do consumismo, os benefícios de uma vida minimalista, são muitos, é menos dispendioso, menos dívidas, conseqüentemente menos estresse. O

minimalismo te incentiva a criar mais, e consumir menos, apreciar e se concentrar no essencial, se libertando dos excessos materiais, vivendo uma vida levemente.

Resultados preliminares

Atualmente a revisão bibliográfica está em desenvolvimento, e a próxima fase será a elaboração e aplicação do questionário aos universitários da Faculdade de Tecnologia da Zona Leste utilizando perguntas fechadas e a escala de likert.

Fontes consultadas

BAUMAN, Z. **Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 12.ed. São Paulo: Person Prentice, 2007.

MILLBURN, Joshua Fields; NICODEMUS, Ryan. **Essential: Essays by the minimalists**. 2. ed. Asymmetrical Press, 2015.

NUNES, Paulo. **Sociedade e consumo**. 2016. Disponível em: <http://knoow.net/cienceconempr/economia/sociedade-de-consumo/> Acessado em: 29/08/2017. Hora: 22 h 30 min.

SALGUEIRO, Teresa Barata. **Oportunidades e transformação na cidade centro**. Finisterra, XLI, N. 81, 2006.

SILVA, Ana Beatriz B. **Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras**. São Paulo: Globo, 2014.