



CONSUMO E CIDADANIA EM DEBATE

Aurenice da Mota Teixeira

Introdução:

Os estudos jurídicos e antropológicos mostram que o consumo sempre esteve presente na vida do ser humano. Os atos mais comuns como alimentar-se, vestir-se e reproduzir-se socialmente envolve comportamentos de consumo. No entanto, a contemporaneidade é marcada pela crescente atividade do consumo, caracterizando-a como sociedade de consumo, ao lado da sociedade da informação. Objetiva este trabalho abordar o tema cidadania e titularidade de direitos e a relação destas categorias com o consumo. Tendo em vista o crescente consumo das sociedades modernas questiona-se até que ponto este comportamento implica em reconhecimento da cidadania ou sugere o afastamento do indivíduo do debate público. Para tanto, estuda-se a importância do consumo nas sociedades, os movimentos sociais, e, por fim, analisa-se a categoria a cidadania e a sua relação com a figura do consumidor.

Materiais e Métodos:

Através do método dedutivo, pesquisa bibliográfica e documental pode-se chegar à análise do comportamento do consumidor e sua relação com os jovens participantes dos movimentos sociais por melhorias de políticas públicas ocorridas em junho de 2013. O trabalho foi realizado a partir de obras nacionais e internacionais sobre o consumo, as perspectivas do consumidor e seu viés político na contemporaneidade.

Discussão/Resultados:

Sendo o consumo uma categoria de análise que comporta diversas interpretações, sejam positivas ou negativas, verifica-se que a juventude atual está cada vez mais inserida nas práticas de consumo, sobretudo no consumo tecnológico. O consumidor, tido muitas vezes como fútil e alienado é o mesmo indivíduo que se informa através das redes sociais e sítios eletrônicos a cerca de temas cotidianos como a política e economia, como também é o indivíduo que engaja em movimentos sociais na conquista de novos direitos. Nas sociedades contemporâneas ocidentais o consumo pode ser visto como mecanismo de integração social, de pertencimento a determinada comunidade e reconhecimento. Neste sentido o consumo é relacionado ao código moral de trabalhador, de não marginal, e de poder. Ter a capacidade de consumo de determinados bens antes não acessíveis aproxima o consumo ao reconhecimento de dignidade e daí de cidadania.

Conclusão:

Sugere-se que a perceptiva negativa como se via a juventude e, especialmente a geração Y, no início dos anos 2000 caiu por terra com a ascensão dos movimentos sociais em todo o mundo como a Primavera Árabe (2010), Occupy All Street (2011), e no Brasil, com as manifestações por tarifa zero, gastos com a copa do Mundo 2014 iniciadas em



FEPEG

FÓRUM DE ENSINO,
PESQUISA, EXTENSÃO
E GESTÃO

TRABALHOS CIENTÍFICOS APRESENTAÇÕES ARTÍSTICAS E CULTURAIS DEBATES MINICURSOS E PALESTRAS

23 A 26 SETEMBRO DE 2015
Campus Universitário Professor Darcy Ribeiro

ISSN 1806-549X

A HUMANIZAÇÃO NA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO



junho de 2013. Ou seja, os membros da chamada sociedade do consumo e sociedade da informação, do conhecimento, do espetáculo, do capitalismo desorganizado, é a geração do ativismo pelo reconhecimento dos direitos humanos e desigualdades sociais. Nas sociedades contemporâneas ocidentais o consumo pode ser visto como mecanismo de integração social, de pertencimento a determinada comunidade e reconhecimento. Neste sentido o consumo é relacionado ao código moral de trabalhador, de não marginal, e de poder.

Referências:

BARBOSA, Livia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos*. 8. ed. Rio de Janeiro: Editora UFJR, 2010

TASCHNER, Gisela. Cultura do consumo, cidadania e movimentos sociais. *Ciências Sociais Unisinos*, São Leopoldo, Vol.46, N. 1, p. 47-52, jan/abr 2010.