

A BUSCA PELA VERDADE E O CONSUMO CONSCIENTE: OS DESAFIOS ATUAIS PARA SUA APLICAÇÃO

Paola Porto Oleques¹, Rogério Foschiera^{1*}
*Orientador(a)

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) - *Campus*
Viamão. Viamão, RS

Autores como Lipovetsky nos mostram que a sociedade cultua o bem-estar, onde uma vida sem prazer não é vida, e assim somos impulsionados a viver a vida no imediato, nos tornando cada vez mais hedonistas. As demandas do mercado fazem com que as empresas usem estratégias de comunicação nem sempre comprometidas com a verdade e mais focadas em apelos diversos. No entanto, dentro desse meio é possível identificar o neoconsumidor que, diferente dos outros, na hora de realizar sua compra faz o uso de comparações críticas, tornando seu consumo mais consciente. Atualmente, observamos a transformação do consumo em problema, e logo em objeto de estudo e debates. E através desses questionamentos a presente pesquisa objetiva questionar como as ações promocionais impactam na vida e na formação de um consumidor consciente, assim estudando, através de debates, que comportamento as propagandas geram nesses consumidores. Para isso, se fez um roteiro para aplicação de um debate, realizado na escola Novo Lar (Viamão/RS), onde continha a apresentação de comerciais de marcas que instigasse, tanto um consumo exagerado como um consumo consciente. Para iniciar a discussão foi lançada uma pergunta: “O que vocês entendem por consumo?”, e em seguida lhes foram apresentados os comerciais, cada um com uma pergunta específica, para compreensão da percepção do consumidor. Os resultados parciais mostram que o consumo seria uma necessidade, mas que geralmente resulta em exagero, o que deriva tanto dos comerciais quanto das escolhas de cada um. Também foi relatado que o consumo consciente precisa ser pensado coletivamente e não individualmente. Como continuidade do projeto haverá a ampliação do roteiro e do público pesquisado, além do aprofundamento do significado da busca pela verdade no contexto das propagandas e do consumo.

Palavras-chave: Consumo Consciente. Consumo. Comerciais.