

FACULDADE CATOLICA DOM ORIONE  
CURSO DE GESTÃO FINANCEIRA

LUCAS FERREIRA LIMA

**GERENCIAMENTO DE GASTOS: ANSEIOS JUVENIS NA ERA DO  
CONSUMO VIRTUAL**

ARAGUAÍNA

2021

LUCAS FERREIRA LIMA

**GERENCIAMENTO DE GASTOS: ANSEIOS JUVENIS NA ERA DO  
CONSUMO VIRTUAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Faculdade Católica Dom Orione como requisito parcial à  
obtenção de grau de tecnólogo em Gestão Financeira.

Orientador: Prof<sup>o</sup>. Me Marlon Magno Rangel Cardoso

ARAGUAÍNA

2021

LUCAS FERREIRA LIMA

**GERENCIAMENTO DE GASTOS: ANSEIOS JUVENIS NA ERA DO  
CONSUMO VIRTUAL**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Grau de Tecnólogo em Gestão Financeira do curso de Gestão Financeira da Faculdade Católica Dom Orione e aprovado em sua forma final em: 10 de dezembro de 2021.

Apresentado à Banca Examinadora composta pelos professores:

---

Profº Me. Marlon Magno Rangel Cardoso  
Nome Orientador

---

Profº Me. Sérgio Zeno Granetto  
Examinador

---

Profº Esp. Agenor Neto Cabral da Cruz  
Examinador

# GERENCIAMENTO DE GASTOS: ANSEIOS JUVENIS NA ERA DO CONSUMO VIRTUAL

Lucas Ferreira Lima<sup>1</sup>

Marlon Magno Rangel Cardoso<sup>2</sup>

## RESUMO

Diante do processo de globalização é consequente aumento da inserção de tecnologia no cotidiano da sociedade, a informação passou a ser mais acessível, fazendo como se fosse o ponto chave para a evolução tecnológica. Neste sentido, os jovens de hoje já nascem totalmente interligados e dependentes desta tecnologia, aonde não era visto anteriormente, pois o custo destes equipamentos era demasiado e o acesso restrito. Isso fez com que houvesse um aumento de consumo gigantesco, principalmente por conta do mundo virtual, que possibilitou a comodidade em realizar as compras em casa. Porém, o que mais se vê atualmente é jovens sem qualquer controle financeiro de sua vida, consequência de uma falta de limitação ou até mesmo pelo consumismo em si, somente para ter. O consumismo é o ato de comprar em excesso, principalmente coisas que não serão úteis, apenas pelo fato de ter aquele objeto e se tornar parte de um grupo. Neste sentido, o presente estudo visa identificar quais os principais percalços encontrados pelos jovens contemporâneos para a positivação do controle financeiro, delimitando quem é esse público jovem e qual a sua relação com o consumo e internet. A pesquisa terá como princípio revisões bibliográficas, em livros, revistas e artigos referentes à área, a fim de trazer padrões distintos que possam ser trabalhados na sociedade e contribuir para a comunidade científica. Evidencia-se que o consumismo é uma questão que assola a sociedade nesta era digital, fazendo com que estes percam o controle financeiro.

**Palavras-chave:** Gerenciamento. Gastos. Juventude. Contemporâneo. Consumismo.

---

<sup>1</sup> Acadêmico do curso de Gestão Financeira da Faculdade Católica Dom Orione;

<sup>2</sup> Professor em Letras pela Faculdade São Luis de Jaboticabal-SP e Mestre pela Universidade Federal do Tocantins (UFT).

## **GERENCIAMENTO DE GASTOS: ANSEIOS JUVENIS NA ERA DO CONSUMO VIRTUAL**

### **SPENDING MANAGEMENT: YOUTH IN THE ERA OF VIRTUAL CONSUMPTION**

Lucas Ferreira Lima  
Marlon Magno Rangel Cardoso

#### **ABSTRACT**

In view of the globalization process and the consequent increase in the insertion of technology into society's daily life, information has become more accessible, making this the key point for technological evolution. In this sense, today's young people are born fully interconnected and dependent on this technology, a case that was not seen before, as the cost of this equipment was too much and access was restricted. This caused a gigantic increase in consumption, mainly due to the virtual world, which made possible the convenience of shopping at home and misleading deadlines and advertisements. However, what you see most nowadays are young people without any financial control over their lives, a consequence of a lack of limitation, the craving for the new, or even for consumerism itself, just to have it. Consumerism is the act of buying too much, that is, too much, mainly things that will not be useful, just because you have that object and become part of a group. In this sense, the present study aims to identify the main obstacles encountered by contemporary young people for the affirmation of financial control, delimiting who this young public is and what is its relationship with consumption and the internet. The research will have as its principle bibliographic reviews, in books, journals and articles referring to the area, in order to bring different standards that can be worked in society and contribute to the scientific community. It is evident that consumerism is an issue that plagues society in this digital age, causing them to lose financial control.

**Keywords:** Management. Spending. Youth. Contemporary. Consumerism.

## INTRODUÇÃO

A questão do gerenciamento de gastos tem sido muito discutida porque a sociedade contemporânea está entremeada de uma perspectiva de um hiperconsumo. Segundo Lipovetsky entramos no universo do hiperconsumo quando o gosto pela mudança se difundiu universalmente, quando o desejo de 'moda' ultrapassou a esfera da indumentária, quando a paixão pela renovação adquiriu uma espécie de autonomia que torna secundárias as lutas da concorrência pelo estatuto, as rivalidades miméticas e outras febres conformistas. (2007; p. 38)

Nesse contexto, a sociedade se veste, porta-se, consome tudo aquilo que lhe é proposto como novo e ideal. Nesse ambiente, percebeu-se a necessidade de se verificar os aspectos econômicos que circundam as pessoas, pois, quanto mais se consumia mais se vislumbrava a necessidade de se cuidar dos aspectos financeiros, nesse caso, as finanças pessoais.

Ainda nessa esfera, no que se refere às populações, a grande problemática instalada na contemporaneidade é a presença da juventude nessa sistemática de controle financeiro. A questão é que até o final do século passado a juventude era passiva quanto a economia, e atualmente, ela está autônoma, ativa também na economia.

Essa situação com a juventude convoca conhecimentos sobre o controle financeiro, pois, como está sendo desenvolvido tal controle em meio a uma sociedade imersa na virtualidade? A esse respeito, o trabalho deseja compreender se a juventude contemporânea tem de fato o controle financeiro, ao menos básico, para agir com mais cuidado diante da sociedade moderna.

A escolha desse tema se deve às percepções contemporâneas acerca dos impasses econômicos advindos do tão presente consumo e, por isso, da movimentação financeira dentro do ambiente juvenil, geralmente dotado de desejos e impetuosidades.

Espera-se identificar os mecanismos juvenis utilizados para conseguir efetivamente o controle salutar de suas finanças, de modo a evidenciar quais são os caminhos que têm sido trilhados para essa auto-formação.

Essa pesquisa deve contribuir com a identificação dos mecanismos juvenis utilizados para driblar os percalços que dificultam o controle financeiro que poderá ser propagados à sociedade, garantido mais autonomia e ou responsabilidade com

as finanças.

O presente trabalho tem como objetivo principal identificar quais os principais percalços encontrados pelos jovens contemporâneos para a positivação do controle financeiro. Para isso, pretende-se definir as interfaces acerca do controle financeiro contemporâneo, delimitar quem é a juventude atual que habita a internet e a partir disso compreender as relações de consumo da juventude contemporânea a partir da internet.

Para compreender o presente tema proposto, o trabalho se pauta em primeiro momento, em um delineamento da pesquisa, consoante Gil (2012) esse referido delineamento, é referente ao planejamento da pesquisa, objetivando abordar a sua dimensão mais ampla.

Essa abordagem, permite que se analise dados obtidos por meio de levantamento bibliográfico, sem que se tenha a necessidade de desenvolver uma profunda análise a respeito de cada um desses dados. Em relação a essa coleta de dados, será realizada uma pesquisa bibliográfica e documental, e posteriormente será efetivada uma triagem, onde somente serão separados, o material que de fato contribua para a elaboração da pesquisa.

A pesquisa bibliográfica, no entanto, possui sua necessidade no fato de a elaboração de uma tese, necessita de leitura, em conjunto com análises e interpretações de fontes secundárias, como: livros; revistas; jornais; monografias; teses; dissertações; relatórios de Pesquisa e doutrinas.

A pesquisa documental, segundo o autor, está pautada em fontes primárias, ou fontes documentais, pois, esse tipo de pesquisa utiliza dessas fontes, como base material, almejando o entendimento amplo do tema proposto. Esse tipo de abordagem, está introduzido dentro do campo da hermenêutica, pois, segundo Lakatos (2007) a análise do documento, deve ser feita sobre o documento puro, do modo como ele de fato é. O autor, ainda complementa que, por essa natureza de preocupação com a prática, esse tipo de pesquisa busca, trazer uma contribuição teórica à resolução de problemas técnicos, transformando o saber em saber-fazer, por isso as pesquisas bibliográficas e documentais.

## **1. AS INTERFACES ACERCA DO CONTROLE FINANCEIRO CONTEMPORÂNEO**

O estudo sobre o dinheiro tem grande relevância, isso porque ele poderá lhe prejudicar ou ajudar a tomar boas decisões diante dos planejamentos que pretende seguir. Essa questão se formula, pois, tanto ele pode ser dominado como também pode dominar as pessoas. Nesse sentido, para se optar por trabalhar em prol de um objetivo, é algo que se deve ter mediante o ensino para a vida da juventude nas escolas, podendo assim ter caminhos mais amplos diante das escolhas que possam ocorrer ao longo da existência.

Segundo Kiyosaki (1947), o que pode dizer um pai pobre a respeito do dinheiro para seu filho? Ele diz simplesmente: "Fique na escola e estude muito." O filho pode se formar com ótimas notas; mas como uma programação financeira e uma mentalidade de pessoa pobre (p. 18). Nesse aspecto, ainda que a escola esteja intimamente ligada a formação financeira dos alunos, eles ainda estão assujeitados às formas cujas as quais se relacionam a família e a sociedade com o dinheiro, pois a pobreza, nesse caso, perpassa pelo âmago dos indivíduos.

Nesse sentido, onde se pode ter uma boa organização de entradas e saídas diante da renda entre outros benefícios que se obtém ao controlar com bom intuito, o controle financeiro propõe benefícios que agregam valor, podendo proporcionar uma liberdade maior diante das metas como também um bom planejamento. Entretanto, a educação dos pais relacionada ao dinheiro pode trazer de fato um bom intuito diante do futuro dos filhos, isso porque o conhecimento de como ele age relacionado a suas finanças irá lhe propor uma visão ampla de boas decisões em seu futuro, como também saber lidar com ele irá ter boas vantagens, tais como liberdade financeira, em que esse fator liga as pessoas diretamente a pontos positivos e mais clareza em seu controle.

Para Gitman (2001), o planejamento financeiro pessoal é um aspecto importante das operações nas empresas e famílias, pois ele mapeia os caminhos para guiar, coordenar e controlar as ações das empresas e das famílias para atingir seus objetivos. Diante disso, o intuito de um bom planejamento se baseia quando as pessoas procuram solucionar os problemas financeiros antes que possa ser tarde. Com isso, o planejamento tende a guiar o caminho para que seja solucionado os problemas financeiros, como também ter proveitos diante do que deve ser alcançado

nos objetivos que estavam planejados.

Nessa vertente, em meados de 2000, a única forma de planejamento financeiro que tinha grande presença era um controle de receita e despesas, em que se determinava a ter uma boa relêvancia de suas formas de crescimento de renda, logo, um bom desempenho em evitar ainda mais despesas podendo ter uma liberdade maior do próprio dinheiro, evitando assim, a perda de valor monetário em formas de investimentos a curto e longo prazo.

Atualmente, nessa mesma questão, manteve-se esse mesmo intuito, havendo aperfeiçoamento como as maneiras de investir, planilhas de planejamento pessoal, assim como se obteve mais formas de controle financeiro diante da sociedade. Nesse caso, novas formas de investimentos foram agregadas, tendo um grande impacto no planejamento financeiro por ser um fator em que se tem um alto nível de cuidado para evitar o descontrole.

De acordo Frankenberg

planejamento financeiro pessoal é estabelecer e seguir uma estratégia precisa, deliberada e dirigida para a acumulação de bens e valores que irão formar o patrimônio de uma pessoa e de sua família. Essa estratégia pode estar voltada para o curto ou longo prazo. (1999, p.31)

Em face do exposto, as pessoas têm o intuito diante do planejamento de procurar formas de agregar valor a seu dinheiro, além de evitar gastos, buscar maneiras de aumentar sua rentabilidade. Nesse aspecto, a busca por investimentos a curto e longo prazo são eficazes, como também o acúmulo de patrimônio tende a ser valorizado com o tempo, proporcionando assim ao futuro dessas pessoas a valorização do seu próprio capital.

Entretanto, o fato de acumular patrimônio é algo que não é alcançado facilmente. Assim, com base nas entradas e saídas diante do fluxo de caixa pessoal, compreende-se que a redução nos gastos para propôr crescimento no valor líquido restante da renda pode ter variação positiva para que, desse modo, sejam exitosas as estratégias adotadas para seu patrimônio.

Cerbasi (2004) afirma que, o primeiro passo para poupar dinheiro é fazer sobrar dinheiro. Dessa forma, obtém-se o entendimento que o intuito de poupar mais, evitando gastos desnecessários, tem-se uma maior abundância ao seu dinheiro, podendo desta forma, ter uma visão mais ampla diante do controle financeiro e aumentar seu patrimônio em menos tempo.

Na atualidade, tem-se uma grande influência nos jovens por um controle financeiro, mantendo-se estáveis por um futuro que dependerá das ações do hoje. Pensando assim, muitos compreenderam que com uma valorização às finanças pode-se ter uma liberdade maior diante do dinheiro e dos desejos que cada um possui.

Propõe Cebarsi (2004) aos jovens que, gastem menos do que vocês ganham e invistam a diferença. Depois revistam seus retornos até atingir uma massa crítica de capital que gere a renda que desejam para o resto da vida. Nessa perspectiva, percebe-se que o número pela procura da liberdade financeira estende aos mais jovens, procurando, o quanto antes, chegar a esse fator. Dessa forma, investir não só o dinheiro, mas também o rendimento pode render a longo prazo, além da almejada liberdade financeira, o mérito de conquistar esse aspecto ainda mais jovem do que muitas pessoas de gerações anteriores conseguiram.

Para Maximiano (2007), o processo de planejamento é a ferramenta para administrar as relações com o futuro. Além disso, o planejamento que as pessoas seguem atualmente voltadas ao seu futuro possui perspectivas, portanto, uma finalidade, isso pelo fato que o conhecimento que se aplica no planejamento foca em obter ganhos diante de um bom controle financeiro.

Sendo assim, quando se agrega conhecimento financeiro ao próprio controle financeiro, os modos como se pode coordenar de maneira sucessiva para atingir os objetivos financeiros se tornam mais amplos. Com isso, o crescimento relacionado a mentalidade voltada ao bom gestor dos gastos o torna mais controlador, pois adquiriu esse saber, sendo ele dessa ou de outras gerações.

## **2. A INTERNET, JUVENTUDE E AS FINANÇAS**

A utilização das Tecnologia da Informação e da Comunicação (TIC), dentre elas a Internet, vem se apresentado como forte aliada na construção de novos conhecimentos (LEÃO, 2004). Porém o conhecimento que vem a ter diante da internet acaba sendo usado de forma incorreta, onde pessoas levam para o ato de praticar o mal, prejudicando outras pessoas.

Eisenstein E, Bestefenon S. (2011) afirmam que a internet atravessou fronteiras, dissolveu barreiras culturais, penetrou bloqueios políticos, vaporizou

diferenças sociais e cresceu mais rápido e em todas as direções, superando as expectativas do futuro planejado nos séculos passados e as certezas tecnológicas.

A internet é uma rede de conexões totalmente global, onde permite a expansão de dados que vem a ser feita através de aparelhos celulares, sistemas, computadores, etc. Com isso, abrange uma ampla oportunidade de conhecimento para o crescimento pessoal e social, podendo assim manusear a internet àquilo que nem mesmo possa se esperar aos conhecimentos de gerações anteriores como também aprimorando os estudos nas diferentes áreas do aprendizado. Porém o conhecimento que vem a ter diante da internet acaba sendo usado também de forma incorreta, onde pessoas levam para o ato de praticar o mal, prejudicando outras pessoas.

Houve grande repercursão em diversos fatores ao longo do tempo diante da internet, onde obteve diversas mudanças positivas agregando valor a tecnologia, mudanças globais e aprimorando aquilo que se imaginava não sofisticar assim como a comunicação entre pessoas de países diferentes, destrinchar problemas, etc. Não se tinha grande perspectiva em relação a isso, mas o avanço foi se progredindo em crescimento se expandindo cada vez mais no mundo, sendo assim, pode-se observar que era o intuito das próximas gerações sem que houvesse o mal uso da internet para ocasionar problemas que pudesse prejudicar a todos.

No intuito quando foi criada a internet, era utilizada para troca de informações sigilosas durante a guerra fria, porém ao passar dos anos, a internet foi se expandindo nas formas de uso, onde chegou a ser usado para diversas utilidades, tais como vendas online, publicidades, criação de conteúdo, acesso com mais facilidade as notícias globais, etc.

Entre as diversas utilidades, as redes sociais teve grande relevancia na utilidade da internet, onde a comunicação se torna extensiva ao público, tendo grande troca de informações, como também a possibilidade de conhecer pessoas através de comunidades on-line. Mas para Cazeloto (2009), as redes com a virtualização pode ser compreendida como o afastamento da experiência imediata, vivida no campo próprio do indivíduo. Com isso vem a preocupação de um grande percaulso, que seria o afastamento da convivencia pessoal, podendo assim fixar a comunicação através da internet sem a aproximação das pessoas, onde como exemplo, pode haver problemas em relações a decisões que seriam resolvidas e

esclarecidas de forma ainda mais coerentes em uma mesa redonda diante de um grupo de pessoas.

Acioli (2007) engloba vários aspectos não só o da tecnologia, mas podem envolver a interação social por rede eletrônica e também as que envolvem relações sociais em instituições. Sendo assim, a interação social deixa de ser frequente nas relações físicas e acaba deixando a convivência de lado, se tornando totalmente através da tecnologia, onde deixa claro as mudanças que engloba o avanço da internet na comunicação.

Nesse sentido, os principais usuários vem a ser jovens, onde se tem o maior tempo de uso navegando na internet, acessando redes sociais, interagindo com outras pessoas virtualmente, assim também obtendo conhecimento também através de cursos e estudos on-line gratuitos ou pago.

Dessa forma, as instituições enfrentam novos desafios, uma vez que as informações perdem as particularidades locais, devido à larga expansão no processo divulgação das informações, transformando o cenário educativo com novas situações de aprendizagem e novos materiais de ensino (MORAN, 2003).

Com isso, o site MTV aponta a evolução da comunicação na era da tecnologia:

A comunicação entre os jovens definitivamente ganhou novas linguagens, canais alternativos específicos, e hoje é possível selecionar e usar o canal perfeito de acordo com o que se quer dizer, como se quer dizer, para quem se quer dizer e em que tempo se quer dizer. (MTV, 2005, p. 26)

Assim, os jovens, com a praticidade a internet, costumam ter acesso com facilidade a tudo, criar conteúdos criativos e interessantes e divulgá-los, tornando-os possíveis de serem vistos por todos diante da internet, podendo assim, passar seu tempo assistindo aqueles que criam esses conteúdos, em que outros usam as redes para o marketing digital, proporcionando a venda de produtos, conhecimento, mercadorias, etc.

Essa juventude que está hoje na internet, corresponde a quase sua totalidade na faixa etária dos 11 aos 17 anos. Ainda que consideravelmente novos, com a quantidade de informação e tecnologias inseridas em seu cotidiano, tornou-se intrínseco a utilização da web. Atualmente, o mundo conta com uma bagagem de tecnologias e acesso à informação muito grande, fazendo com que aquele que não a acompanhe, de certa forma torna-se obsoleto perante os demais, e até, de certa forma, excluído pelos diferentes grupos.

### **3. O SUPERCONSUMO DA JUVENTUDE CONTEMPORÂNEA A PARTIR DA INTERNET**

Segundo Solomon (2004, p.24), "o comportamento do consumidor é definido como o estudo dos processos envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram usam ou dispõem de produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer suas necessidades e desejos".

Na sociedade contemporânea, o consumo é estimulado pela tecnologia, assim como pelo governo, que busca estimular o crescimento econômico e conseqüentemente a geração de mais tributos e empregos, fazendo com que haja proporcionalmente o financiamento do poder público, porém com geração de renda para a população.

Cavalcanti (2011, p. 26) ainda ressalta que:

Numa sociedade de consumo, como a que vivemos, o que se constata é que, ao longo do tempo, houve um aumento significativo do real valor atribuído a um bem, de forma que o que antes era considerado não essencial tornou-se imprescindível. A explicação mais óbvia para essa mudança radical quanto à essencialidade de um produto reside no poder de influência da mídia sobre as pessoas, especialmente sobre jovens e crianças, que as fazem pensar que não podem viver felizes se não puderem consumir aquilo que lhes é apresentado como "essencial".

O fato é que se pode dizer que o consumismo sempre existiu, seja por oxigênio, água ou alimentos, sendo estes essenciais para a manutenção da vida do ser humano. O consumismo é um fenômeno que se evidenciou a partir do anos de 1960, definido como o encorajamento da compra de produtos sempre em quantidade maior do que o necessário. Isso fez com que a indústria de programasse para atender este público, não deixando produtos obsoletos no mercado, fazendo com que estes fossem substituídos por produtos mais novos e melhores. Essa substituição em larga escala acontece mediante a intervenção midiática que influencia em uma teórica necessidade de possuir determinado produto ou serviço.

Duarte define o consumismo como

"(...) não só à compra mas também à selecção e ao uso de qualquer bem e/ou serviço, de tal modo que fica pressuposta uma abrangência envolvendo a consideração das práticas dos sujeitos, quer anteriores quer posteriores ao próprio acto da sua obtenção (...). O consumo é (...) entendido como um processo inevitavelmente socializado, pelo que, necessariamente, abarca as dimensões expressivas e simbólicas inerentes à sua actualização prática pelos actores sociais" (2009, p.18-19).

Dessa forma o consumidor tende a descartar o produto, mesmo que esteja em funcionamento pleno, com o objetivo de trocar por outros mais novos, mais atuais, que estejam de acordo com as tendências do mercado. Isso faz com que o ciclo de comprar e desejo sejam mantidos ativos e estejam em constante evolução, fazendo com que estes sejam maiores a cada ano que passa.

Bauman estabelece distinções relevantes entre a definição de consumo e consumismo, aduzindo que:

O consumo é algo banal, até mesmo trivial, é uma atividade que fazemos todos os dias (...). Se reduzido à forma arquetípica do ciclo metabólico de ingestão, digestão e excreção, o consumo é uma condição, e um aspecto, permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos; um elemento inseparável da convivência biológica que nós humanos compartilhamos com todos os outros organismos vivos. Visto dessa maneira, o fenômeno do consumo tem raízes tão antigas quanto os seres vivos (...).(2007, p. 37)

Desse modo, o consumo acaba sendo algo que não pode se deixar de lado, visto que, sob o viés contemporâneo, é inevitável e quase impossível de ser descartado diante da convivência humana. Assim, os desejos e vontades se convertem em ser necessários cada vez mais atribuir uma observância do consumo na vida das pessoas.

Para Martins (2016):

O jovem é especialmente suscetível aos apelos do consumismo. As mídias, tanto as mais antigas, como revistas, jornais, televisão, quanto as novas, difundidas pela internet, incluindo as mídias sociais, mostram propagandas de todos os tipos de produtos. Além disso, os blogs apresentam modos de vida considerados “desejáveis” pelos seus desenvolvedores, que ganham para mostrar certos produtos. O aval desses formadores de opinião tornou-se extremamente importante para os jovens que querem projetar uma determinada imagem. Por isso, tanto a moda adotada pelo grupo ao qual deseja pertencer, quanto o grupo em si, são importantes na formação desses valores consumistas.

Diante disso, observa-se que que as imagens apelativas e chamativas fazem com que os produtos tornem-se altamente atrativos, pois com o passar dos anos, o marketing, bem como as ferramentas envolvidas no processo de publicidade e propaganda, desenvolveram-se de forma que o foco estivesse sempre em chamar a atenção do público-alvo.

Bauman enfatiza que

O “consumismo” é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, “neutros quanto ao regime”, transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de auto-identificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução de políticas de vidas individuais.(2007, p. 41),

Inclusive, o fato dos jovens terem mais tempo para estarem na internet, bem como nas mídias sociais, faz com que estes sejam presas fáceis da propaganda virtual, e estejam a mercê do consumismo, da compra sem necessidade, e pelo simples fato de somente ter e seguir os padrões de substituição da sociedade.

Além disso, pode-se citar que os pais, ocupados com a rotina do trabalho, demandam pouco ou quase nenhum tempo aos filhos, fazendo com que estes encontrem outros meios para se entreter, caso não haja controle. Evidencia-se que os filhos tendem a se tornar os espelhos dos pais, sendo que se estes não possuem responsabilidade financeira, obviamente, os filhos seguirão os mesmos passos.

Cabe aos adultos responsáveis, discutir sobre o consumo responsável, sobrevivência, sobre coisas superfluas, propondo o reaproveitamento ou reciclagem, pensando também no lado sustentável do planeta, onde haveria uma menor acumulação de lixo. A questão da sustentabilidade é algo extremamente necessário, principalmente pensando nas próximas gerações, fazendo com que estas possam ter um lugar ao menos agradável para se viver.

Além disso, conforme Martins diz que

O funk ostentação, criado em São Paulo por volta de 2008, enfatiza, em suas letras, o consumismo, a conquista de bens materiais e a ambição de sair das favelas e conquistar seus objetivos de riqueza. Para essa parcela da população, em geral invisível, a única maneira de ser é por meio dos bens materiais. As ideias difundidas pelo funk ostentação foram abraçadas pela “nova classe média”, que ascendeu economicamente a partir de 2005 e mudou significativamente seu padrão de consumo. (Carta Capital, 2016).

Obseva-se neste contexto, que os gêneros musicais que demonstram o fato de se ter muito, ostentar, ter dinheiro, carros, mulheres, demonstrando a ambição exacerbada em se adquirir bens, faz com que se crie uma sociedade, que estará voltada não para valores ou conceitos de cidadania, e sim para o ganho, acumulação de bens materiais, para o simples fato de poder demonstrar para todos que se tem, e bastante, ao ponto de poder ostentar ou “luxar”.

Bomfim apresenta que

A mídia é a instituição, por excelência, de formação dessa indústria cultural; as representações mais conhecidas sobre juventude são produzidas pelos meios de comunicação, que tendem, com facilidade, a elaborar caricaturas do que seria a cultura jovem. No desejo de sentirem-se pertencentes e aceitos pelos grupos de iguais, os jovens desejam consumir os produtos que lhes permitem ter esses sentimentos. (2010, p. 8)

No contexto de consumismo, principalmente para os jovens, tudo que está disponível na mídia, e exerce influência sobre este, tem o poder de transformar

aquele indivíduo, ou até mesmo incentivar o consumo. Um claro exemplo disso, é quando se vai ao mercado sem uma lista do que precisa comprar, pois isso faz com que se compre além do necessário e muitas das vezes, coisas que nem serão utilizadas, ou seja, o superfluo.

Observa-se que os jovens estão como o público mais afetado pelo consumo, onde a publicidade e a propaganda investem intensivamente. Para Felix

O estilo de vida da juventude é usado pela sociedade de consumo contemporânea como um parâmetro de criação, isso porque há uma “juvenilização” da sociedade que pontua esse momento da vida como aquele que se é mais feliz, mais bonito, mais saudável e, conseqüentemente, mais desejado. (...) Então, a juventude tem seu estilo projetado para os demais períodos da vida – e isto reforça a idéia de que a juventude é a fase em que o consumidor está mais aliado e mais fiel ao mercado.(2003, p. 55)

Atualmente na sociedade, as pessoas já anda percebendo essa acumulação ou consumismo demasiado, fazendo com que surjam maneiras de diminuir esse acontecimento. Um exemplo disso, do consumismo compartilhado, segundo Martins (2016), é a utilização de bicicletas comunitárias, fazendo com que não tarde a disponibilização de carros, principalmente aqueles que forem elétricos.

Faz-se que seja necessário, políticas públicas eficazes na disseminação de informação, enfatizando práticas sustentáveis, o consumo consciente, reuso, o descarte correto de lixo, principalmente eletrônicos e pilhas, fazendo com que a sociedade reaprenda como viver em grupo, colaborando para que haja um futuro melhor do planeta.

Filho afirma que

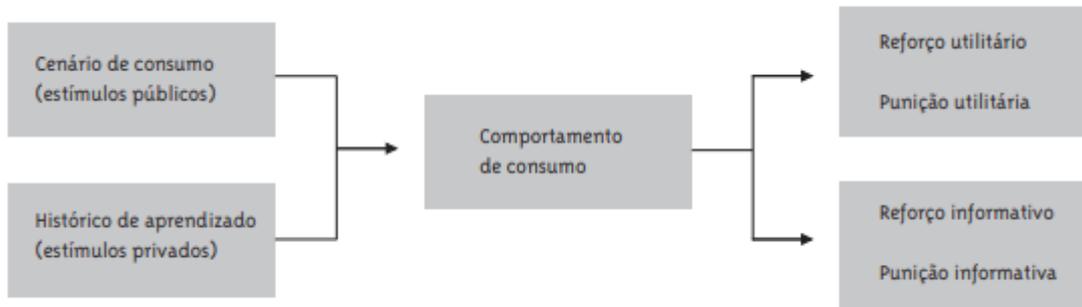
O vocabulário e os significados da cidadania variam, porém, de acordo com a conjuntura social, política e cultural. As imagens de cidadania que a mídia oferece, por exemplo, para a identificação dos jovens brasileiros se ajustam perfeitamente ao paradigma neoliberal do cidadão-consumidor. A justaposição dos dois conceitos, de índoles aparentemente antagônicas, não preconiza o engajamento com o potencial cívico do consumo visando fomentar alianças e renovar estratégias de reivindicação. A figura do cidadão-consumidor enaltecida pela racionalidade governamental neoliberal sinaliza, antes, que a essência da cidadania deve se manifestar através do livre exercício da escolha individual entre uma variedade de opções estruturadas pelo mercado.(2008, p. 6)

Em relação ao consumismo juvenil, uma prática que pode auxiliar na diminuição deste é a conscientização e explanação da problemática pelo professor, pois a escola é onde este passa a maior parte do tempo, sendo este o canal para se ter um diálogo aberto e demonstrar por meio de exemplos, quais práticas podem ser seguidas para se obter o consumo, de forma a somente suprir as necessidades, sem

excesso ou diminuição, obtendo o necessário para sobreviver em sociedade.

Neste sentido, surge o BPM (*Behavioral Perspective Model*), que propõe que o comportamento do consumidor seja inicialmente determinado pela história de vida e pelo cenário de consumo, que antecedem a compra.

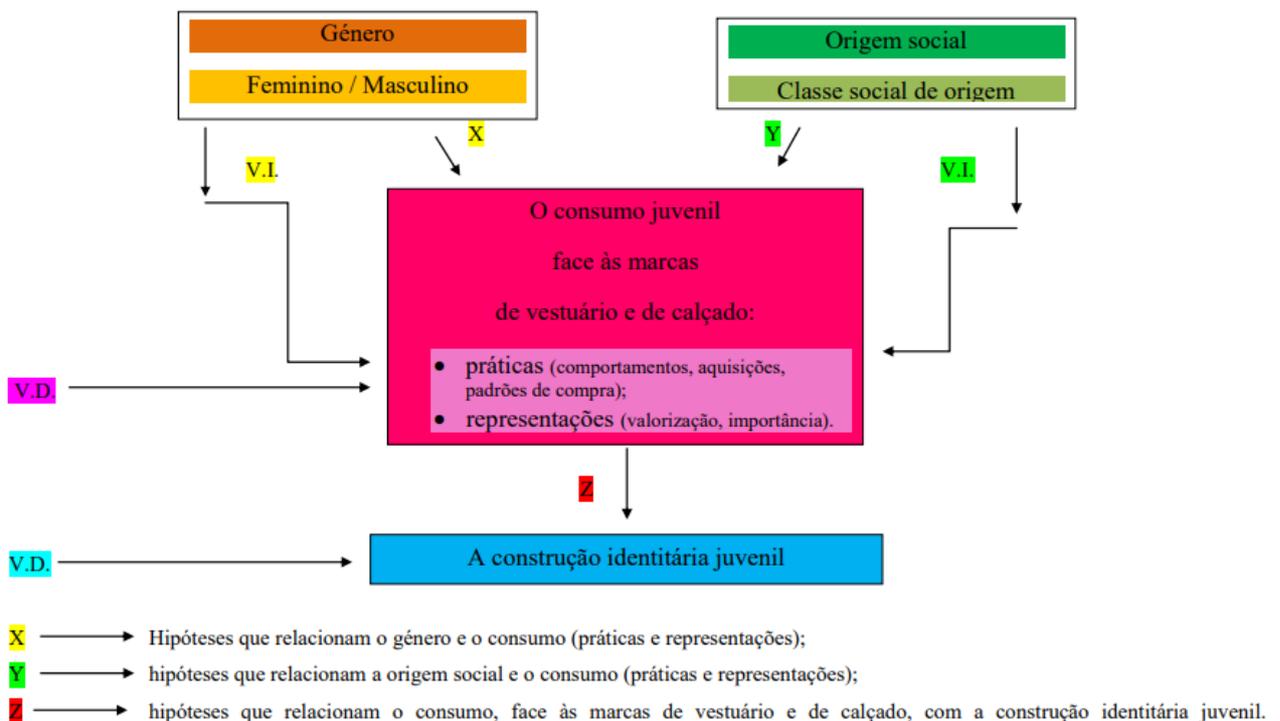
Figura 1: Representação esquemática do BPM (*Behavioral Perspective Model*)



Fonte: Foxall (2010)

Um estudo de Santos (2014), demonstra por meio de uma esquematização o processo de consumismo juvenil seguindo os preceitos em relação a vestuário e calçado.

Figura 1: Modelo de análise de consumismo juvenil



Fonte: Santos (2014)

Pode-se dizer que mudança de hábitos é algo difícil, pois exige que se mudem as ações e essas sejam adequadas às novas práticas, o que pode causar um certo desconforto. No caso do consumo, a questão que fica é que deve-se dizer não para alguma de nossas satisfações em prol de princípios maiores, como pelas gerações futuras.

Diante dos atuais padrões de consumo praticados pelos indivíduos, é para atender à demanda da população. O próximo passo é fazer com que essa consciência atinja uma massa crítica, pois hoje ela ainda é pontual e somente determinados setores da sociedade praticam o consumo consciente de forma significativa, contribuindo efetivamente para a manutenção dos recursos naturais. (CAVALCANTI, 2011, p. 99).

Isso acaba sendo algo em que a conscientização deve ser considerada um ato maior, implicando dizer que o consumo vem a ser moderado evitando sair do controle, porém deve ser estabelecido a todas as pessoas e não apenas algumas. Sendo necessário distinguir a cautela diante dos recursos naturais, para que assim não seja tão imprescindível o aumento do uso deles no futuro.

A massa crítica pode ser atingida por meio de um processo de educação para o consumo, de forma que os jovens de hoje possam se tornar consumidores conscientes e não apenas consumistas amanhã, bem como por meio de mecanismos de alerta voltados para os cidadãos adultos, especialmente com os meios de comunicação, que devem trilhar um caminho oposto ao que se vê hoje, qual seja, de estímulo ao consumo. Até porque, caso assim não seja, chegar-seá a um momento em que não haverá mais o que ser consumido pelos seres humanos. (CAVALCANTI, 2011, p. 99).

É necessário que o ser humano se questione sempre que puder se ele realmente necessita daquele item para ter uma vida boa e digna, e ainda, se aquele objeto é o detentor de trazer a felicidade que lhe cabe naquele momento, pensando em um processo de autorrealização.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Dessa forma, entende-se que o seguinte trabalho atendeu aos requisitos de compreender os fatos e erros que a sociedade em si tem em diversos problemas diante do controle financeiro, podendo assim ter o entendimento em diversos fatores onde pode ser benéfico ao controle dos consumos e gastos.

Assim sendo, através do estudo conseguiu-se analisar os percalços diante dos jovens, assim como descrever como agem diante do consumismo na sociedade

em si e também diante da internet. Com isso, foi descoberta variadas maneiras de combater o consumo exorbitante da juventude e ter uma conscientização profunda do controle financeiro.

A pesquisa bibliográfica desenvolvida sob uma abordagem qualitativa atendeu os anseios dos pesquisadores, sobretudo nos estudos de Cebarsi e Martins.

Diante do exposto a longo do trabalho, percebe-se que o consumismo é regido pelas mudanças tecnológicas, fazendo com que elas tenham forte influência sobre o que é exposto e comercializado, em que sempre irá haver uma nova onda de produtos novos, gerando assim um atração ao consumo de forma crescente.

Porém, o consumismo exacerbado é uma prática que além de influenciar o consumo irresponsável, comprando coisas desnecessárias e, de certa forma, comprometendo o orçamento do indivíduo, conduzindo-o a viver apenas no descontrole financeiro.

Desta forma é necessário que haja uma responsabilidade por parte do indivíduo, criando o consumo responsável. Podendo seguir certas noções de como e que maneira o seu dinheiro deve ser usado, resultam uma grande relevância levando em consideração ao controle financeiro.

Nesse sentido, fica evidente que a educação se torna uma das grandes barreiras para o conhecimento as finanças pessoais. Outro ponto crucial é a forma e em que se mapeia o próprio planejamento, o intuito de controlar seus gastos e evitar os desnecessários, em que ponto vem a proporcionando valor no seu futuro, lhe dando com um bom gerenciamento e sem comprometer a sua convivência atual.

Em relação aos jovens, acabam vivendo de maneira em que a convivência com seus pais os leva a ter o mesmo intuito ao dinheiro, sendo assim, o fato em que o conhecimento voltado ao controle financeiro que se passa a anos atrás rompem diversas barreiras nas próximas gerações, onde o consumo vem a ser progressivamente excessivo.

Evidencia-se que a questão de responsabilidade se faz necessária, não somente pensando em benefício próprio, e sim nas próximas gerações que virão, de forma que o controle financeiro possa ser cada vez mais compreendido e estudado pelas pessoas.

Outro aspecto importante é a forma como se usava a internet tempos atrás,

pois mudou completamente nos tempos modernos, o acesso ao conhecimento foi potencializado em diversas áreas e campos. Os jovens são de fato os que estão a frente desse avanço tecnológico, obtendo mais informações e lidando com o manuseio para com que tenha ainda mais mudanças tecnológicas.

No que se refere ao consumismo, ele é o principal aspecto que irá permanecer por diversas décadas. Ainda que perigoso, se executado com cautela, acaba deixando de ser um problema. O fato é que, na atualidade, se torna enorme o consumo ainda mais do que se necessita, isso porque os métodos de comprar e conquistar algo se tornou muito acessível por conta da internet e mudanças tecnológicas, em que trouxe pontos positivos e o desfalque no consumo.

Diante disso, pensando na dinâmica do mundo contemporâneo, pressupõe-se que a pesquisa não está terminada, vistas as muitas possibilidades de se analisar a temática e a transitoriedade tempo, do sujeito, da tecnologia e do consumo.

## REFERÊNCIAS

ACIOLI, Sonia. Redes sociais e teoria social: revendo os fundamentos do conceito. **Informação & Informação**, [S.l.], v. 12, dez. 2007. ISSN 1981-8920. Disponível em: . Acesso em: 12 de Outubro 2013.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Trad. C. A. Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BOMFIM, Maria do Carmo Alves do; CONCEIÇÃO, Luzineide dos Santos. **Culturas juvenis, mídias e consumo**: mediações em educação. Educação Temática Digital, v.12, n.esp., p.124-134, set. 2010 – ISSN: 1676-2592.p.08.

CAPEL, Helton; MARTINS, Luis M. **Rev. Ciênc. Empres. UNIPAR**, Umuarama, v. 13, n. 1, p. 29-40, jan./jun. 2012.

CAVALCANTI, D. C. **Consumo Sustentável**. São Paulo (Estado) Secretaria do Meio Ambiente / Coordenadoria de Planejamento Ambiental. São Paulo: SMA/CPLA, 2011.

CERBASI, Gustavo P. **Casais Inteligentes Enriquecem Juntos**. São Paulo: Gente, 2004.

DOSSIÊ UNIVERSO JOVEM 3 MTV. São Paulo. 2005. Disponível em: [http://www.iamar.org.br/site/arquivo/arquivo180922009143854\\_496.pdf](http://www.iamar.org.br/site/arquivo/arquivo180922009143854_496.pdf) >Acessado em 02/08/2012

EISENSTEIN, Evelyn, BESTEFENON Susana B. Geração digital: riscos das novas tecnologias para crianças e adolescentes. **Revista Hospital Universitário Pedro Ernesto**. Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p42-52, 2011. Disponível em . Acesso em 14 de Maio de 2013.

FILHO, João Freire. **Retratos midiáticos da nova geração e a regulação do prazer juvenil**. Culturas juvenis no século XXI. São Paulo: EDUC, 2008. p.48.

FELIX, Fabiola Angarten. **Juventude e estilo de vida: cultura de consumo, lazer e mídia**. Dissertação (Mestrado em Sociologia- Instituto de filosofia e Ciências Humanas). São Paulo: [s.n.], 2003.p.55.FRANKENBERG, Louis. **Seu futuro financeiro**. 8. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

FOXALL, G. R. **Interpreting consumer choice: the Behavioral Perspective Model**. New York: Routledge, 2010.

GAMA, Bruna S.; CORREA, Marcos V. **Planejamento financeiro pessoal e a importância da gestão dos próprios recursos – um estudo de caso com os estudantes de administração da Faculdade Paraíso do Ceará – FAP CE**. Revista Científica Semana Acadêmica. Fortaleza, ano MMXII, Nº. 000007, 10/07/2013.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira – Essencial**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, M. de A. Fundamentos de metodologia científica. 5. reimp. São Paulo: **Atlas**, v. 310, 2007.

KIYOSAKY, Robert T; LECHTER, Sharon L. **Pai Rico Pai Pobre: o que os ricos ensinam a seus filhos sobre dinheiro** Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

LEÃO, M. B. C. Multiambientes de aprendizagem em entornos semipresenciais. **Revista Pixel-Bit: Revista de Medios Y Educación**. Servilla, n. 23, abr. 2004. Disponível em: <<http://www.sav.us.es/pixelbit/articulos/n23/n23art/art2306.htm>>. Acesso em: 12 mar. 2006.

MAXIMIANO, A. C. A. **Fundamentos de administração: manual compacto para as disciplinas TGA e introdução à administração**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTINS, Maria Helena Pires. **O Prazer das Compras**. O Consumismo no Mundo Contemporâneo. Editora Moderna, 2016.

MORAN, José Manuel, MASETTO **Ensino e aprendizagem inovadores com tecnologias audiovisuais e telemáticas**. In MORAN, José MASETTO, Marcos T. e BEHRENS, Marilda Aparecida. **Novas tecnologias e mediação pedagógica**. Campinas, SP; Papirus, 2000.

SANTOS, Cristina Alexandra Figueiredo. **Os jovens, o consumo e a identidade: uma trilogia contemporânea?** O consumo de marcas de vestuário e de calçado e a construção identitária juvenil. Tese de Doutorado em Sociologia. Instituto Universitário de Lisboa. 2014. 320p.

SOLOMON, M. R. **Comportamento do consumidor**. 5. ed. Porto Alegre, Bookman, 2004.