



Renata Blessmann Ferreira – Aluna do 2º Ano do Colégio João XXIII – Vestibulanda de Letras – Porto Alegre

Consumidor sem identidade

Em um época em que muitos ainda se recuperam dos desastres causados pela crise econômica, as famílias da classe C aumentaram seu poder de compra em relação a anos anteriores. Estas pessoas passaram a adquirir produtos mais caros e duráveis, mas a participação delas como compradoras em potencial vai muito além do consumo em si. Esta prática está diretamente relacionada à não aceitação das próprias famílias como integrantes da classe C.

Conforme publicado em pesquisas recentes, jovens da classe C procuram, através da compra de roupas importadas e produtos eletrônicos, comportar-se como jovens de maior poder aquisitivo. Mas por que estes adolescentes procuram incansavelmente agir como se tivessem mais dinheiro? A aceitação destes indivíduos como integrantes de uma classe inferior economicamente falando muitas vezes é nula, já que isso provoca exclusões por parte da sociedade. Procuram, assim, comportar-se como se fossem de uma classe mais elevada, para que possam ser mais bem vistos e aceitos pelos outros. Todos querem fazer parte da sociedade consumidora, mesmo não tendo as condições financeiras apropriadas para o consumo destes supérfluos. A vontade de serem considerados consumidores em potencial ultrapassa a realidade econômica da família, porque, mesmo tendo consciência de que podem comprar, adquirem produtos muitas vezes desnecessários.

Assim, os consumidores brasileiros da classe C, principalmente os mais jovens, possuem hábitos pouco admiráveis, já que preferem gastar a diminuta renda familiar com produtos supérfluos e claramente mais caros do que o necessário. Ao tentarem incluir-se numa minoria bem-sucedida financeiramente, então, pecam em valores. Afinal, de nada vale ser um consumidor em potencial se tudo não passa de uma farsa, uma ilusão para sentir-se incluído numa sociedade que também separa seus integrantes com uma outra farsa: as classes sociais. De nada adianta ser um farsante para incluir-se numa farsa. De nada adianta ser consumidor sem ter valor, sem ter identidade. Sem ter orgulho de ser como é.