



LOWSUMERISM

Gabriela Borges Souza – UNIUV^{1*}

Marília Gabriela Stasiak França – UNIUV²

Professora Orientadora: Tatiane Mary Baniski³

Modalidade de Apresentação: Comunicação Oral

INTRODUÇÃO

Este projeto de iniciação à Pesquisa Científica busca estudar e debater sobre o movimento *Lowsumerism*, analisando as transformações sociais. O *Lowsumerism* é um termo proposto por uma agência brasileira que estuda comportamentos e tendências, chamada Box 1824. Em uma tradução livre, *Lowsumerism* significa Baixo Consumismo. Em seus estudos, a agência aponta esse baixo consumismo como uma forte tendência nos próximos anos. Para estudar o tema proposto, busque analisar a origem do consumo e o surgimento dessa nova tendência, o baixo consumismo. Nesse contexto, há a possibilidade de compreendermos como esse novo movimento está sendo visto pelas pessoas e qual será o seu futuro em meio à sociedade que avança em vários sentidos, porém questionável em suas atitudes e o seu contexto como sociedade.

OBJETIVOS

OBJETIVO GERAL

Analisar o *Lowsumerism* como um todo, resgatando fatos que antecederam o movimento, desde a industrialização, passando pelo consumo, até chegar ao termo consumismo, e debater as transformações que ocorrem a partir disso na sociedade e economia, além de como a publicidade, que tem papel de destaque no mercado, vai adequar-se ao movimento.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Procurar identificar origem e lógica do consumo;
- b) Debater e analisar como o movimento vai intervir no consumo e também na publicidade;
- c) Desenvolver e aplicar uma pesquisa para entender como as pessoas se relacionam com o tema e o grau de conhecimento.

METODOLOGIA

Para estudo e análise do tema, estão sendo utilizados os meios documentais, bibliográficos e audiovisuais. Pretende-se utilizar também a pesquisa acadêmica qualitativa, na instituição.

RESULTADOS ESPERADOS

Apesar de ser um termo absolutamente novo na atualidade, o *Lowsumerism*, ou seus ideais, tem grande capacidade difundir-se, pois o entendemos não somente como uma breve tendência, mas como uma necessidade de mudança para todo o planeta. A partir deste estudo, pretende-se contribuir para propagação e

¹ Acadêmico do 8º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda. E-mail: pp.gabriela.souza@uniuv.edu.br*

² Acadêmico do 8º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda. E-mail: mastasiak@hotmail.com

³ Professor da UNIUV, Publicitária, especialista em Marketing, mestre em Comunicação, expertise em Endomarketing e CI. E-mail: prof.tatiane@uniuv.edu.br



conhecimento da ideia do movimento que busca incentivar o baixo consumo. É de extrema importância para a sociedade as mudanças que ocorrem em prol de um bem para todos e que busca melhorar aspectos da vida pessoal e social. O *Lowsumerism* encaixa-se perfeitamente nesse conceito, pois seu ideal é a compreensão de que mudar a realidade de consumo está ligada ao coletivo e a maneira como as pessoas se relacionam com o mundo e acima de tudo entre si. Buscamos também entender como o movimento será aplicado às marcas e como a publicidade vai enfrentar isso, adequando-se a um novo modelo econômico, cujo desejo é consumir menos.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, L; CAMPBELL, C. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BIVIATELLO, Evelise. **A era do “Lowsumerism”**: Lowsumerism, a nova era do consumo consciente. 2015. Disponível em: <<http://blog.trocaria.com.br/a-era-do-lowsumerism/>>. Acesso em: 25 nov. 2015.

BIZ, Eduardo. **A principal tendência da atualidade**: Entenda a urgência do Lowsumerism. 2015. Disponível em: <<http://pontoeletronico.me/2015/lowsumerism-entenda/>>. Acesso em: 25 nov. 2015.

CANNALONGA, Fernanda. **Como consumir menos e praticar o lowsumerism**. 2015. Disponível em: <<http://pontoeletronico.me/2015/como-praticar-lowsumerism/>>. Acesso em: 25 nov. 2015.

MACIEL, Lena. **Economia sustentável e a ressignificação de sucesso**. 2015. Disponível em: <<http://pontoeletronico.me/2015/economia-sustentavel/>>. Acesso em: 25 nov. 2015.