

GASTE COM MODERAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE O COMPORTAMENTO DO JOVEM ADULTO UNIVERSITÁRIO DE CLASSE C FRENTE AO DISCURSO DO CONSUMO CONSCIENTE DO DINHEIRO E DO CRÉDITO RIO DE JANEIRO

Autor(a): GILCINEY SILVA FERREIRA

Banca examinadora: Prof^a Dr^a Cecilia Lima de Queirós Mattoso (presidente e orientadora); Prof^a Dr^a Irene Raguenet Troccoli; Prof^a Dr^a Maribel Carvalho Suarez (UFRJ)

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo compreender como o jovem adulto universitário de classe C interpreta o discurso do consumo consciente do dinheiro e do crédito veiculado em filmes publicitários de instituições financeiras. Além disso, o estudo busca identificar se os filmes publicitários influenciam o comportamento dos alunos em relação ao seu consumo financeiro. O estudo utilizou a metodologia qualitativa, com entrevistas em profundidade que contaram com a apresentação de três filmes publicitários, iniciativa que serviu como um elemento estimulante para provocar a avaliação dos alunos sobre o discurso do consumo consciente do dinheiro e do crédito. Os resultados indicam que os alunos mostram-se bem receptivos ao discurso para o consumo consciente financeiro veiculado pelos filmes publicitários, e que remetem, principalmente, às ideias de “economia e planejamento para o futuro” e “guardar para o futuro”. Em geral, todos os entrevistados deixaram transparecer certo grau de desconfiança em relação à iniciativa e intenção das instituições financeiras. Demonstrações de dúvidas, receios, estranhamento, suspeitas, desconforto, foram reações comuns entre os alunos. Também foi possível observar que os filmes não exercem influência imediata no comportamento de consumo financeiro dos alunos, mas funcionam como uma espécie de lembrete, um alerta para refletir sobre a questão da organização financeira.

Palavras-chave: Comportamento do consumidor, Classe C, Consumo consciente e Consumo financeiro.