

ELES NÃO ME QUEREM MAIS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE O ABANDONO DA CATEGORIA AUTOMÓVEL PELA GERAÇÃO DOS MILLENNIALS PERTENCENTES ÀS CLASSES A E B

Autor: Jackson Dominguez de Figueiredo

Banca examinadora: Pres. Orientadora: Prof Dr Cecilia Lima de Queirós Mattoso; Prof Dr Irene Raguenet Troccoli; Prof Dr Maribel Carvalho Suarez - UFRJ.

Resumo

O presente estudo exploratório qualitativo procura entender como se dá o processo de abandono da categoria automóveis por jovens de 18 a 30 anos, os chamados millennials pertencentes as classes A e B, moradores das zonas sul ou oeste do município do Rio de Janeiro, e cujos pais sempre tiveram carro. A pesquisa contou com a participação de 13 desses jovens que possuíam um ou mais carros quando completaram 18 anos. A revisão da literatura tem base teórica nos conceitos de anticonsumo, de anticonsumo simbólico e dos propósitos de abandono. Foi aprofundado o conhecimento deste processo de abandono, buscando conhecer os motivos, os significados gerados, a negociação entre bens materiais e experiências, e o possível impacto da influência familiar na decisão final. Dentre os achados desse estudo, percebe-se que há jovens que já não se interessam mais pela categoria automóvel: Eles desistem desse produto antes mesmo de possuí-lo. Para eles, o status que o automóvel tinha no passado não existe mais, porque ele é visto como algo negativo, de custo de manutenção alto, e que não se justifica, já que a locomoção pode ser feita em transporte público ou privado, como Uber ou táxi. No caso, experiências são preferíveis a bens materiais: uma viagem de intercâmbio, de preferência fora do Brasil, com a possibilidade de desenvolvimentos pessoal, profissional e cultural, surgiu como o grande objeto de desejo. Sendo assim este estudo vem corroborar com a tese que é possível abandonar uma categoria sem tê-la experimentado, e auxiliar no desenvolvimento de estratégias de retenção ou aquisição de novos consumidores pertencentes à geração millennials oferecendo um conhecimento maior sobre seus motivos e significados.

PALAVRAS-CHAVE: abandono, anticonsumo, consumo, eu estendido, resistência ao consumo, família, millennials, consumo simbólico.