

### Texto I

Há muito tempo, ostentação e consumismo andam de mãos dadas. Afinal, as pessoas, para exibirem o luxo que supostamente as rodeia, costumam investir quantias que muitas vezes são superiores a suas reais possibilidades financeiras. Desse comportamento exibicionista brotam outros, como a compulsão por compras, a inadimplência, o narcisismo ou o egocentrismo. Tudo isso pode evoluir para quadros de doenças psicológicas. A ostentação se configura pelo ato de afirmar uma falsa realidade. Enquanto isso, o consumismo consiste no ato de comprar compulsivamente.

Entretanto, a ostentação é um comportamento que não leva, necessariamente, ao consumo exagerado, mas à exibição de algo — que pode inclusive nem pertencer à pessoa que ostenta, mas à outra. Enquanto isso, o consumismo pode, sim, estimular a ostentação. Apesar da distância semântica entre os termos, na prática, quando eles se unem, influenciam a construção de estereótipos marcados pelo excesso, pelo descontrole e pelo total desinteresse por um estilo de vida modesto e discreto.

Disponível em: <https://mag.com.br/blog/educacao-financeira/artigo/ostentacao-e-consumismo>, adaptado.

### Texto II

O consumismo pode gerar o endividamento das pessoas. O brasileiro teve um incremento de renda, principalmente, pela aplicação das políticas de transferências de renda, que são práticas paliativas e compensatórias, iniciadas nos governos tucanos de Fernando Henrique Cardoso e possuem a aprovação do Banco Mundial. Esta política era necessária para incrementar a renda para as classes menos abastadas – entretanto, tornou-se uma importante fórmula de controle social. É importante deixar claro que “ter” não é “ser”, pois ter bens materiais não significa mudar de classe social. Ter bens materiais resultou em uma falsa sensação de liberdade, além do que aguçou o individualismo na sociedade brasileira, fato que freia mobilizações sociais e reproduz o egoísmo ostentatório. A fetichização da mercadoria está em suas últimas consequências. (...)

<http://profwladimir.blogspot.com.br/2013/09/consumismo-ostentacao-capitalismo-e.html>

### Texto III

#### Zygmunt Bauman: “Somos aquilo que podemos comprar”

Zygmunt Bauman (1925-2017) foi um sociólogo polonês que analisou a face mais problemática do capitalismo: a ideia de que somos o que compramos. Ele observa que a sociedade atual, bombardeada pela propaganda incessante, vive em estado de estresse e ansiedade, pressionada a consumir cada vez mais e sequer consegue pensar em soluções para seus problemas, afinal, não há tempo para isso. Temos de trabalhar muito para pagar muitas contas. Perdemos completamente o poder de decidir nossas vidas. Aqueles que não podem pagar não têm acesso aos shoppings centers, os santuários espirituais das sociedades de consumo. Se no passado o capitalismo era norteado pela cultura da poupança, quando as pessoas faziam sacrifícios para obter aquilo que necessitavam, hoje vivemos a ilusão do “aproveite agora e pague depois”. E pague, de preferência, por coisas que não precisa. A criação de falsas necessidades é especialidade do capitalismo. Contudo, até mesmo o poder econômico irá consumir a si mesmo. Estamos, segundo Bauman, em uma época sem líderes ou política, orientados tão somente pelo consumismo, sem direção ou objetivos. Somente após o previsível colapso de nossas sociedades de consumo é que buscaremos soluções mais sensatas.

CARNEIRO, Alfredo. Disponível em: <https://www.netmundi.org/home/2015/zygmunt-bauman-somos-aquilo-que-podemos-comprar/>, adaptado.

### Texto IV

#### PROPOSTA DE REDAÇÃO



[http://culturasensacional.blogspot.com.br/2014\\_07\\_01\\_archive.html](http://culturasensacional.blogspot.com.br/2014_07_01_archive.html)

A partir da leitura dos textos motivadores e com base nos conhecimentos construídos ao longo de sua formação, redija texto dissertativo-argumentativo em modalidade escrita formal da língua portuguesa sobre o tema: **Consumo e ostentação – a distância entre o “ser” e o “ter”**. Apresente proposta de intervenção que respeite os direitos humanos. Selecione, organize e relacione, de forma coerente e coesa, argumentos e fatos para defesa de seu ponto de vista.