

## **Consumismo: felicidade maquiada**

Vivemos em um mundo cada vez mais globalizado, no qual a dinâmica de informações é intensa e constante. A troca de idéias e mercadorias entre os mais distantes lugares tornou-se ainda mais freqüente e rápida após o advento da internet. Dentro desse contexto, há um importante fator que deve ser levado em consideração: a mídia como um mecanismo de manipulação das massas.

Através de inúmeros meios de comunicação como rádio, televisão, jornais, revistas, *outdoors*, *internet*, entre outros, a mídia tem realizado o seu trabalho de convencer as pessoas a consumir. Para isso utiliza-se de algumas artimanhas, como artistas famosos e queridos que incitam o público a comprar os produtos divulgados. O ser humano nasce e cresce vivenciando esse mundo manipulado pela mídia, e acreditando que a felicidade possa ser encontrada quando se adquire determinada marca de roupa, calçado, carro, jóia, celular ou qualquer outro produto. Divulga-se constantemente a idéia da felicidade comprada.

O individuo que nasce nesse ambiente consumista dificilmente aprende valores interiores e subjetivos, como a amizade, o amor ao próximo, o companheirismo, o respeito, a dignidade, a honestidade que o edificam como ser pensante e emotivo. Decorre disso a dificuldade de se preencher o vazio interior, o que é comumente buscado no consumo de bens concretos e superficiais. Não há como afirmar que tais bens são dispensáveis à felicidade, porém estes não estão capacitados a trazer a realização pessoal buscada pelo homem.

A partir das idéias discutidas, podemos concluir que uma das melhores maneiras de garantir a realização pessoal é combatendo o consumismo incitado pela mídia – uma vez que este proporciona uma felicidade maquiada e momentânea que não caracteriza uma realização pessoal plena e sólida – e educando nossas crianças com base em valores como a solidariedade, o amor e o respeito.

**Autor: *Natalia Yumi Yamamoto***

(adaptado do original)