**O preço de consumir.**

 Eis que nos deparamos com uma realidade no Brasil. Porque pagamos cada vez mais alto o PREÇO de consumir? Num país em aparente crescimento financeiro, com inclusões de classes baixas a um novo patamar e a manutenção de outras classes a pobreza absoluta, afinal há o crescimento, porém não há desenvolvimento, cria-se um ciclo mais amplo do ponto de vista do consumo, não se limita à apenas essa ou aquela classificação etária e sim um universo muito maior, desde um recém nascido com suas necessidades básicas, á um senhor de quase 80 anos com seus hábitos de ler e assistir filmes em Tablets, smartphones e afins.

 Não vejo o capitalista, ou grandes empresários com seus incríveis poderes influenciadores, sejam eles, por monopólio de determinado produto, ou por influência midiática ou ações de marketing responsáveis pela precificação de bens e serviços que pagamos o chamado “alto preço”. De fato banal não é, consumimos em demasia e orçamentos de diversas famílias se tornam deficitárias em diversos lugares, transformando-os em famílias endividadas que impedem o desenvolvimento econômico do país. Classifico essa situação com duas vertentes a serem analisadas.

 1º Para se explicar preço e suas volúpias o argumento principal é de uma sociedade sócio-econômica diversificada, em termos financeiros até com certa relevância em suas disparidades de classes sociais, mas o ponto principal é o fator educação. Ele define padrões, questões sociais, princípios éticos, etnias e claro, sua literal capacidade de gestão do seu consumo.

 Baseado nesse argumento utiliza como parâmetros para se analisar determinados segmentos de consumo no país a questão das tendências e preferências destinadas a bens e serviços que literalmente definem um determinado bem, como útil ou indispensável no modo de entender do consumidor. Para que se tenha uma melhor análise da realidade dos preços de determinados bens, é necessário que entendamos a questão dos produtos “indispensáveis”, ou seja, indispensável para alguém, para uma sociedade, ou para simplesmente que eu mantenha em dia meus consumos tecnológicos, consumos de alto padrão ou de altos serviços?

 2º Podemos ratificar a análise de propensão a consumir citado no parágrafo acima, com o seguinte exemplo: Carro próprio x Transporte público. No Brasil sempre questionamos a questão do preço do carro comparado com os de mesma marca vendido nos países vizinhos, veículos por menos da metade do preço na maioria das vezes. A análise que fazemos é sempre em relação à taxa de impostos. Mesmo assim nunca deixamos de adquirir outro, ou até mesmo o seu primeiro carro. Segundo dados da Revista Exame o Brasileiro gastou em 2013 R$ 277 bilhões com automóveis novos ou usados, peças, acessórios, serviços, manutenção e combustível. O valor está 6% acima do registrado em 2012. O segundo argumento para o atual quadro de consumo é em relação ao transporte público, com termos de “falta qualidade” e ou “falta meios de transporte” a sociedade se alto declara dependente do consumo do transporte próprio como o único meio e única solução, principalmente quando ligamos essa condição ao fator sócio-econômico. Como exemplo, se um médico formado numa Universidade Federal do Interior cheio de perspectivas vai a Capital exercer sua profissão, quando regressar a Cidade Natal, sofrerá claro, análises e curiosidades de vizinhos e parentes para “conferir” se por ventura obteve sucesso financeiro. Os mesmos usarão como parâmetro o veículo que o indivíduo utilizar, se não for um do ano, ou no mínimo com os devidos acessórios de conforto não será visto aparentemente como vencedor em termos financeiros na profissão. Naturalmente ligamos o meio de transporte á critérios de riqueza no Brasil, esquecendo que muitos podem obter qualquer veículo de diversos valores, em prestações que chegam a beirar uma década, pagando juros exorbitantes, sem literalmente possuir nenhuma fortuna. Quando extrapolamos essa situação pra outros setores, podemos utilizar o mesmo parâmetro. A sociedade através da utilidade que destina a diversos bens classifica e precifica muito de seus utensílios, fazendo com que o próprio mercado se auto-sustente, crie uma forma, e crie seus próprios preços, uma regra simples de oferta e demanda. A atenção e importância destinada a determinado setor, bem ou serviço, fará com que seu preço se transforme em algo não palpável a sua própria realidade.

 Saliento que todo esse mercado nos propicia externalidades negativas no ponto de vista interpretativo da sociedade, não nos esqueçamos que a força pública é o único meio em que temos para nos respaldar e lutar por nossos direitos perante a classe dominante, se preferirem, os capitalistas. Não julgo aqui, questões éticas no ponto de vista político, tento sim criar novas formas de se interpretar questões econômicas que estão ligadas diretamente ao dia-a-dia de cada um, saber se enxergar em que ponto se encontra em determinada classe para que se permita criar uma análise mais crítica e entenda os baixos índices sócio-econômicos do país e te capacite em apontar e melhorar todos esses pontos.

 Os preços não somos nós que colocamos na etiqueta, somente os valoramos com nossos hábitos.

**Felipe de Oliveira José - Estudante de Ciências Econômicas PUC-Campinas**.

