



O Papel do Monopólio e do Oligopólio no Consumo

Julia Pereira
Melissa Araújo
Nicole Ferreira
Colégio Mãe de Deus - T. 302

Resumo: Sabemos hoje que as grandes empresas tem seu poder caracterizado pela depressão da economia de outros países. Com o interesse do monopólio apenas as poucas grandes empresas crescem. A publicidade é o maior meio de competição, é feita através da televisão, cinemas e cartazes, e devido ao alto custo das propagandas poucos têm acesso a esse tipo de competição.

Palavras-chave: *Monopólio – Comunicação – Multinacionais*

Introdução

O monopólio é a condição de mercado onde apenas um vendedor controla o preço e a quantidade de bens oferecidos aos consumidores, embora ele raramente ocorra na prática, e seja proibido pela maior parte dos países, existe uma situação muito próxima dele, o oligopólio, onde o mercado é controlado por um pequeno grupo de empresas. Os oligopolistas atuam fazendo acordos, estabelecem pactos formais sobre os preços e abastecimento do mercado, o que torna essa atividade econômica monopolística. O que sustenta o oligopólio é o consumo em massa dos produtos vendidos pelos oligopolistas e não por outras empresas.

Esse consumo em massa é influenciado pelos meios de comunicação através da publicidade cujo uso é restrito àqueles que têm o maior capital. Isso cria um ciclo no qual esses detentores investem na propaganda e essa é revertida em lucro para os mesmos. Assim, não há abertura para o crescimento das pequenas empresas e os ganhos circulam sempre entre esses investidores.

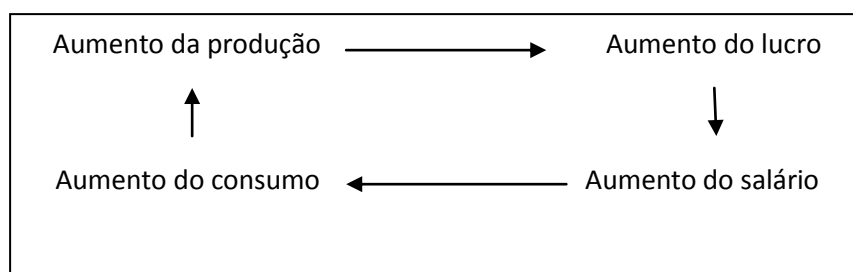
Evolução da Sociedade de Consumo

Não há um momento exato do surgimento da sociedade de consumo em larga escala, é um processo que começa a se desenvolver na Revolução Industrial e ganha força nos EUA com a publicidade e a produção em massa. Com o apoio do governo, a indústria dos EUA cresceu, alcançou os maiores níveis de produção do séc. XIX e inaugurou a era da “iniciativa privada”. Aumentou a produção com o desenvolvimento de tecnologias, telecomunicação e transporte ultrapassando todos os outros países em pouco tempo.



A depressão da economia dos outros países caracterizava o poder das grandes empresas e indústrias, com o interesse do monopólio apenas elas cresciam. A publicidade era o maior meio de competição, e através da propaganda o mundo ficou encantado com o estilo de vida norte americano, consolidando o capitalismo monopolista.

A Revolução Industrial, ocorrida na Inglaterra, permite a produção em larga escala e o alargamento dos mercados e a produção “separa-se” do consumo. Produz-se mais do que o necessário para consumir. Cerca de dois séculos depois nos EUA, surgem novas formas de organizar o trabalho e a produção, o que permitiu a produção em massa.



Quadro 1 – ciclo do consumo.

Conforme o quadro acima, o aumento da produção gera o aumento do lucro, que faz com que os bons funcionários recebam um salário melhor, conseqüentemente, o consumo aumenta, pois aumenta o poder aquisitivo e esse crescimento do consumo faz a produção crescer ainda mais, formando um ciclo.

Influências da propaganda no consumo

Surgem então os meios de comunicação em massa que impulsionam a publicidade que se torna cada vez mais eficaz. As propagandas dizem que se deve comprar para ser mais feliz. As pessoas são constantemente bombardeadas por propagandas que mostram o estilo de vida norte americano, elas ficam fascinadas e também querem viver dessa forma.

A propaganda nos estimula a comprar para sermos melhores que os outros, o consumo deixou de ser para a sobrevivência e virou competitivo e sem sentido, somos induzidos a comprar o mais caro e as marcas, porque são ditos o melhor e nos deixam melhores do que as pessoas que não tem esse produto ou que o têm em menor quantidade. Sendo a propaganda um meio muito caro de divulgação de produtos, as indústrias mais poderosas e de países mais desenvolvidos são a maioria que têm acesso à ela.

Como as grandes empresas crescem cada vez mais, dominando os meios de comunicação, as pequenas empresas não conseguem desenvolver-se, pois não possuem poder aquisitivo suficiente para comprar seu espaço de propaganda, que é disputado com as primeiras, e, conseqüentemente não ganham popularidade, ficando extremamente difícil competir com as empresas maiores. O problema dessa situação está no fato de as grandes



empresas serem sempre as mesmas não havendo outras empresas que cresçam o suficiente para tornarem-se parte desse pequeno grupo de grandes indústrias que dominam o mercado.

Essas indústrias entram em outros países com preços baixos, esperando seus produtos se popularizarem, de modo que o mercado nacional não consiga competir. Como exemplo temos a indústria da Coca-cola, que entrou em outros países, como o Brasil, vendendo seus produtos à preços muito baixos, fazendo com que as indústrias de refrigerantes nacionais não conseguissem se manter devido à falta de vendas e ao baixo lucro, o que acabou fazendo com que a Coca-Cola absorvesse-as.

Outro exemplo de propaganda que é muito comum no Brasil é a indústria de sapatos esportivos: Nike, Adidas, entre outros. Elas têm uma publicidade muito forte e mesmo vendendo seus sapatos a preços muito altos (apesar de fabricá-los a preços muito baixos) acabam destruindo os concorrentes.

Essas empresas também introduzem um estilo e cultura diferente, nos dizem que as nossas roupas, sapatos, e estilo de vida são inadequados, feios e errados. E as pessoas seguem essas novas tendências sem ter um porquê. Como exemplo disso nós temos a indústria de música, que promoveu o estilo de música norte americana em detrimento da música local, principalmente nas décadas de 70 e 80.

Considerações Finais

As empresas monopolistas aplicam em seus produtos o preço que mais lhes trará lucro, o mais caro, e podem aumentar a produção se desejarem reduzi-lo ou diminuir a produção para aumentá-lo (o mais comum). A existência de concorrentes dessas marcas evitaria a elevação dos preços. Os preços se estabeleceriam de acordo com as condições de comércio e tenderiam a permanecer próximos aos custos de produção.

Outro modo que o monopólio e oligopólio atuam no consumismo, é através da produção em grande escala. Eles tem maior acesso à inovações tecnológicas, que facilitam a produção e o lançamento de novos produtos no mercado, e fazem as pessoas quererem comprar cada vez mais.

Os pequenos produtores deveriam ser incentivados para que possamos gerar mais empregos e diminuir a disparidade de renda entre as classes sociais. As pessoas deveriam dar preferência aos produtos nacionais, pois só assim há chance de o nosso país auto preservar-se economicamente, ou seja, dando preferência aos nossos produtos, estamos ajudando nosso povo a investir em mais empregos, necessários para que possamos melhorar a nossa qualidade de vida, e também fortalecemos a economia e o mercado interno, aumentando a competitividade com as multinacionais estrangeiras.



Referencias

BUENO, Chris. A insustentável sociedade de consumo. **Com Ciência**: Revista Eletrônica de Jornalismo Científico, São Paulo, n. 99, p.1-3, 10 jun. 2008. Mensal. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/index.php?section=8&edicao=36&id=429>>. Acesso em: 03 mar. 2010.

COLOMBO, L.O.R.; FAVOTO, T.B.; CARMO, S.N. **A evolução da sociedade de consumo**. Akrópolis, Umuarama, v.16, n.3, p.143-149, jul./set.2008.

NUNES, Paulo. **Conceito de Sociedade de Consumo**. Disponível em: <<http://www.knoow.net/cienceconemp/economia/sociedadedeconsumo.htm#vermais>>. Acesso em: 10 ago. 2010.