



PROPAGANDA: O CAPITAL MODERNO

Fillipe Matiazo
Igor Pacheco

“Marketing é uma guerra mental. São as ideias que estão na cabeça das pessoas que determinam se um produto terá sucesso ou não.”
(Al Ries)

RESUMO: A partir da revolução industrial, o homem mudou sua maneira de viver gradativamente. Associando novas técnicas de produção às tecnologias desenvolvidas nasceu o capitalismo. Tal sistema econômico mudou a sociedade intensamente, seja no plano ideológico como no social, além obviamente do econômico e político. O fenômeno da globalização acelerou e fortaleceu esse sistema graças à aproximação das nações de uma maneira geral. Essa quebra de fronteiras habilitou as nações a desenvolverem estratégias voltadas para uma economia a nível mundial. Um dos meios utilizados para atingir os objetivos das nações cujas finalidades são o lucro é a propaganda, principal arma do capitalismo desenvolvida pelo marketing e a publicidade.

PALAVRAS-CHAVE: *capitalismo, globalização, publicidade, marketing.*

ABSTRACT: Since the industrial revolution, mankind changed your lifestyle gradually. Associating new techniques of production to developed technologies has born the capitalism. That economic system intensely changed the society, ideologically and socially, beyond obviously economically and politically. The phenomenon of globalization accelerated and hardened this system thanks the approximation of the nations. This break of borders has made the nations develop strategies toward on a global economy. One of the ways used to reach the objectives of the nations which purpose is the profit is the advertisement, principal weapon of capitalism developed by marketing and publicity.

KEYWORDS: *capitalism, globalization, publicity, marketing.*

INTRODUÇÃO

No século XVIII, as inovações tecnológicas trazidas pela revolução industrial possibilitaram ao homem adotar um novo meio de produção mais rápido, mais eficiente e moderno: o capitalismo. Este revolucionou os antigos hábitos humanos trazendo à tona a vida urbana.

As tecnologias desenvolvidas nesse período possibilitaram inúmeras mudanças, não apenas na área da produção como já mencionado, mas também em campos como o da comunicação. As diferentes localidades tornaram-se mais próximas com os avanços nos transportes e nos meios de comunicação. A população pôde passar a ter acesso à informação global, e não mais apenas àquela regional e precária.

A difusão das informações desenvolveu-se ainda mais com a globalização que eclodiu nos séculos XX e XXI. Computadores, televisores, telefones celulares, jornais e revistas dentre muitos outros que antes eram inimagináveis tornaram-se comuns entre o



homem. Este, cada vez mais cedo, passou a dominar o uso dessas novas tecnologias e ao mesmo tempo expôs-se aos seus perigos.

O capitalismo percebendo seu poder, logo no início, desenvolveu uma produção superior àquela que antes era baseada na subsistência. Ele passou a focar no âmbito de consumo das pessoas e não apenas nas suas necessidades reais. Oferecendo luxo, conforto e estética, o capitalismo desenvolveu a propaganda. Através dela expôs seus produtos e conquistou a população. As consequências já são conhecidas, a pior delas é o aquecimento global. O consumismo descontrolado, fruto das propagandas, acarreta inúmeros problemas ambientais e sociais no mundo.

Mas como foi possível que fosse criada uma sociedade consumista tão concreta e resistente? Que estratégias foram usadas para que a população fosse, muitas vezes, "forçada" a consumir mesmo quando fosse desnecessário o consumo? São questões como essas que serão desenvolvidas mostrando a realidade atual, que vem sendo danificada pelo consumismo gerado pelas propagandas.

Capitalismo, o sistema atual.

No momento em que surgiu, o sistema econômico atual mudou as antigas concepções de trabalho artesanal e em pequena escala. Os meios de produção, geralmente os campos e lavouras, que eram naturalmente o lar dos produtores separaram-se desses. Há uma divisão entre a população: aqueles que possuem os meios de produção, e aqueles que vendem sua força de trabalho para produzir. É com o abandono de antigos hábitos de produção e a adoção de novas técnicas e doutrinas que surge o capitalismo.

Com a vinda do capitalismo, foram-se criando as classes sociais que cada vez mais ficam especificadas, com classe "A" sendo usada para categorizar os ricos e "C", os pobres tendo suas subcategorias e a classe "B" classificada como média. Antes do capitalismo, não existiam grandes cidades, toda a população praticamente vivia no campo tentando se sustentar a partir do plantado e colhido. Com a vinda do mesmo para a nossa sociedade, houve uma migração para as cidades onde existiam as indústrias então criadas e onde os homens do campo iriam tornar-se proletários. Obviamente, no início, o tratamento quanto a essas pessoas era desprezível, mas com o tempo foram sendo sintetizadas leis trabalhistas.



Essa migração acabou resultando nas megalópoles que temos hoje em dia. Houve a troca entre o que antes era valioso, como comida, ouro, dentre outros, pelo capital, ou dinheiro que iria representar os mesmos de uma certa forma. O capital é a fonte do capitalismo e, portanto, tudo que o gera também é capital, assim como máquinas e nós trabalhadores. Nos países onde o capitalismo foi adotado houve uma mudança na cabeça das pessoas para que sempre queiram ter um maior montante de capital e, ao mesmo tempo, que gastem esse montante.

Com isso, a sociedade inteira vive para suprir o capitalismo. Desenvolve-se cada vez mais para que possa ser consumido cada vez mais e que o capital movimente-se na mesma tendência, tendo como meta fortalecer ainda mais o capitalismo.

Capitalismo e política

A partir do momento em que foi implantado o estado de bem-estar social, onde o estado iria intervir no mercado, o capitalismo teve alguns bloqueios por meio da política. Anteriormente, no Liberalismo, o comércio não tinha leis quanto a preços, dentre outras coisas.

Nesse sistema, o capitalismo crescia de maneira absurda e junto à globalização, onde tudo ficava interligado de certo modo, chegando a seu ponto máximo em certos lugares, como nos EUA. Como tudo ficava ligado graças às baixas taxas de importação e exportação da época, alguns países necessitavam de outros para sua sobrevivência. No término da I Guerra Mundial, os países europeus necessitaram dos americanos para fornecerem artigos, tais como produtos industrializados e agrícolas, mas quando deixou de serem necessários esses tais produtos, quando a Europa já estava reconstruída, os americanos não tinham mais para quem vender e, portanto, houve a quebra da bolsa de 29.

Como o novo sistema (Estado de bem estar social) passou a reinar, o estado sintetizou leis para uma melhor administração da economia, como também aumentou salários, protegeu trabalhadores e deu acesso a todos à educação e à saúde. Esse sistema também não foi um sucesso, mas foi a partir dele que a política se envolveu com o capitalismo.



Globalização, o mundo unificado

De forma ampla, a palavra globalização significa a abertura dos mercados para o comércio internacional, circulação instantânea de um país para outro e interligação mundial por meio de redes comunicativas. Na base desse processo está o aumento da velocidade das comunicações e dos transportes, sobretudo em razão do extraordinário desenvolvimento das tecnologias. A globalização foi o processo que acabou com as fronteiras, não literalmente, pois as fronteiras em si foram mantidas, mas os limites políticos, econômicos e sociais acabaram dando espaço para novas relações entre os diversos países. Assim, nações diferentes uniram-se visando um mercado global. O mundo aproximou-se de maneira geral. A difusão de ideias e informações aumentou milhões de vezes em relação ao que era antes.

Essa distribuição de informações só se tornou possível graças ao grande número de novas tecnologias desenvolvidas. Esses avanços ao longo do tempo evoluíram. Começaram com as formações de estradas e ferrovias, passando pela criação dos telégrafos, telefones, computadores, internet etc. Essas pontes de informação tornaram possível que existisse a espontaneidade de troca das mesmas independentemente da distância entre os difusores e receptores.

Além do desenvolvimento tecnológico, outro fator importante no processo da globalização foram as estratégias econômicas adotadas pela potência hegemônica, os EUA. Na década de 1970 a crise do petróleo e os gastos com a corrida armamentista da guerra fria colocaram o capitalismo na iminência de uma grave crise. Os EUA passaram então a exigir a abertura dos mercados mundiais, com o objetivo de aumentar os fluxos de capital para o país. [...] A política norte-americana provocou uma redefinição dos investimentos mundiais. A partir de então, começava-se a configurar o novo momento da história do capitalismo. Nele, os investimentos na produção (fábricas, fazendas, etc.) perderam terreno para os investimentos de natureza financeira e patrimonial (bolsas de valores, fusões de empresas, privatizações, etc.). O fim da guerra fria (1991), por sua vez, permitiu a liberação de capitais antes destinados a indústria armamentista. (ARRUDA e PILETTI, 2007, pág. 648).

No passado, as crianças na faixa etária de 4 a 5 anos tinham como costume o brincar com bola, boneco, pião, etc. Entretanto, nos dias de hoje, as crianças dessa idade estão mais expostas a meios tecnológicos e interagem com os mesmos com muita facilidade. É uma idade em que as crianças são consideradas esponjas, pois absorvem



tudo o que ouvem e acabam passando isso aos pais forçando-os a consumir aquilo que as outras crianças dizem ser o melhor.

Estratégias do marketing

Foi a partir deste princípio que surgiu a publicidade e o marketing: criar ideias e transmiti-las à população, fazendo com que esta seja a fiel contribuinte ao fortalecimento do capitalismo. O principal fruto do trabalho dessas áreas é a propaganda.

A propaganda tem como principal objetivo criar uma ideia sobre um produto em evidência e incitar a população a consumi-lo. Ao contrário da situação de épocas anteriores à revolução industrial, nas quais a sociedade consumia apenas o que era necessário para sua sobrevivência, ou seja, sua subsistência, atualmente a realidade é outra. Vivemos uma realidade muito diferente, baseada num mundo consumista.

O consumo que conhecemos visa à compra dos bens que necessitamos ou achamos necessários para a manutenção da vida. Já o consumismo trata-se do hábito de consumo descontrolado estimulado pela estética e a curiosidade. Muitas vezes o ser humano prefere comprar somente para dizer que tem ao invés de realmente precisar. É a partir disso que a publicidade e o marketing desenvolvem seu trabalho. Eles criam uma ideia sobre um produto fazendo dele algo que não é a realidade e, assim, atraem as pessoas.

Tendo esses conceitos em mente, podemos compreender a exploração das crianças e dos jovens nesse sentido, por serem muito vulneráveis, por estarem mais expostos e por serem mais ingênuos, servem de receptores da propaganda e acabam por passar a informação adiante a seus familiares.

As crianças pequenas são normalmente atraídas, seja em supermercados ou em lojas, normalmente pelos produtos que estão mais embaixo, e isso não é por acaso. Há toda uma ciência envolvida nesse aspecto visando à mobilidade da criança e de seus pais no interior das lojas com o objetivo de consumo de itens desnecessários, mas que chamam a atenção. É por isso que diversos produtos possuem embalagens com cores fortes e chamativas para que eles sejam mais visíveis, atrativos e agradáveis aos olhos do pequeno consumidor.

Os jovens, adolescentes em geral e pré-adultos, estão em maior contato com a internet, redes sociais e a televisão. Ao contrário das crianças, os jovens não são mais atraídos por produtos infantis por assim dizer, como doces ou brinquedos coloridos, eles



são mais motivados a comprar aquilo que parece ser mais aceito pelo grupo. A propaganda nos jovens os influencia a comprar normalmente aquilo que é usado por um ícone social do momento, seja um artista, ou esportista; é aí que entra mais uma das estratégias da propaganda. O marketing usa e abusa dos ídolos da população para atrair seus fãs que consumirão aquilo que eles propagarem.

Os adultos não são muito suscetíveis, pois são eles que pagam seu consumo totalmente e já possuem uma experiência maior em comparação aos mais novos, deixando-os praticamente invulneráveis quanto às estratégias de marketing. A sua influência vem das crianças ou jovens, que já que foram atraídos, acabam por influenciar também seus familiares de idade mais avançada.

As mulheres também são extremamente consumidoras. Em função das mulheres o marketing trabalha com a moda. A cada estação são criados novos modelos de roupas, botas e acessórios e o sexo feminino, sendo fiel seguidor do que está na moda, faz questão de adquirir aquilo que muitas vezes não precisa. Já os homens gastam muito em função dos esportes, tanto no comprar uma camisa nova de seu time quanto por gastar dinheiro para ir a um jogo de futebol.

Considerações finais

Buscamos, através de livros e da internet, alcançar as respostas apropriando-se das informações encontradas. Seguindo a pergunta "quais as estratégias que forçaram a população a consumir?", mantivemos o foco na questão da mídia e da propaganda, que de acordo com as bibliografias são os verdadeiros causadores dessa influência.

Os resultados obtidos na pesquisa indicaram que a sociedade de consumo é inteiramente afetada pela propaganda. A mídia em geral chegou a um estágio onde desenvolve profissionais especializados em gerar novos consumidores, os chamados publicitários. É através do trabalho deles que é desenvolvida a propaganda e todas as suas formas. As diversas técnicas expressadas no trabalho apenas comprovaram a tamanha eficiência desempenhada pela publicidade.

Pôde-se perceber que, de uma forma ou de outra, todos acabam sendo afetados pela propaganda, ou diretamente, como é o caso das crianças e jovens em geral, ou indiretamente, como os adultos. Vimos que o sistema não para de evoluir com o consumo descontrolado e desnecessário. O sistema tem quedas, o que sempre



desestabiliza a população, sem contar com o mal que está sendo feito a natureza que já não consegue mais nos suprir.

Com este trabalho foi possível perceber a força da publicidade e marketing sobre todos nós. Viu-se que o mundo está totalmente ligado pela globalização e, portanto, tudo que se faz em um ponto do mundo, acaba afetando todo o resto.

Percebeu-se que o marketing possui várias estratégias voltadas para diferentes faixas etárias e níveis sociais. Pretende-se com esse trabalho uma conscientização de todos para que haja uma mudança rápida em nosso sistema, que exige muito mais recursos que o mundo pode nos dar. É necessária uma educação da sociedade, para que assim possamos reverter essa situação. Essa educação só será possível não apenas com o estímulo gerado pelo povo, mas também daqueles que possuem poderes para isso, como por exemplo, o governo. Do contrário, a situação só se agravará e as consequências serão ainda mais visíveis e, talvez, irreversíveis. Outros que ainda podem ajudar a conscientização são as próprias empresas. É claro que é prejudicial às empresas não estimular ou desestimular o consumismo. Mas se pelo menos partissem dessas mudanças para reestruturar o capitalismo e adaptá-lo aos problemas ambientais e de consumo que temos hoje, o mundo automaticamente melhoraria e continuaria de forma saudável o seu sistema econômico.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, José; PILETTI, Nelson. **Toda a história: História Geral e História do Brasil**. São Paulo: Editora Ática, 2007.

CASTILHO, Alceu. **Globalização: Novas Fronteiras**. São Paulo: Salesiana, 2009.

COTRIM, Gilberto. **História global: Brasil e Geral**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2008. 1 v.

FREITAS, Eduardo de. **Os problemas do capitalismo**. 2009. Disponível em: <<http://educador.brasilecola.com/estrategias-ensino/os-problemas-capitalismo.htm>.> Acesso em: 27 maio de 2011.

BRAGA, Flávio. **O discreto charme da propaganda**. 2009. Disponível em: <http://www.socialismo.org.br/portal/arte-cultura/77-artigo/834-o-discreto-charme-da-propaganda>. Acesso em: 27 maio 2011.

DUPAS, Gilberto. **Propaganda e liberdade**. 2010. Disponível em: <http://www.conar.org.br/html/artigos/170508.htm>. Acesso em: 27 maio 2011.



REVISTA ELETRÔNICA



VELO, Atila. **A propaganda manipula e mente; o capitalismo controla a sociedade.** 2011. Disponível em: <http://storify.com/atilavelo/a-propaganda-manipula-e-mente-o-capitalismo-contro>. Acesso em: 27 maio 2011.