



Através da tecnologia, o marketing e a mídia incitam a sociedade capitalista a consumir

Carolina Sulzbach
Mariana Carlotto
Sophia Borba
Colégio Mãe de Deus – T. 301

Resumo: A tecnologia é um artifício que facilita e agiliza a vida e toda construção do homem. Com a Revolução Industrial, o desenvolvimento tecnológico permitiu, igualmente, o desenvolvimento de acessórios do capitalismo tais como a mídia e o marketing. Estes tornam o consumo algo tentador e inconsciente, em conjunto, incitam a sociedade capitalista a consumir.

Palavras-chave: *marketing – mídia – sociedade consumidora – tecnologia – capitalismo – inconsciente – percepção - imaginário*

Introdução

Atualmente, nossa sociedade se encontra em um nível de desenvolvimento industrial elevado e caracteriza-se pelo consumo acentuado de bens e serviços, disponíveis graças ao aumento da produção destes. O interesse em aumentar o mercado consumidor, resulta num acentuado investimento de capital nos setores terciários de todo o mundo e, ainda que haja muitas pessoas abaixo da linha de pobreza, isso faz com que a população passasse de consumidora para consumista.

Um dos principais fatores que influenciaram essa mudança socioeconômica foi o grande avanço tecnológico que se deu após a revolução industrial, o qual permitiu o avanço da fabricação de instrumentos mais sofisticados. A procura de estratégias mais eficazes para a produção foi resultado dessa sociedade que se transformou em consumista. Porém, o crescimento tecnológico atingiu diversos ecossistemas, prejudicando e desqualificando assim o meio ambiente. A dinâmica da natureza é alterada de forma muito intensa.

Em virtude dos avanços tecnológicos, hoje há muito mais oferta do que procura de mercadorias, fato que pode ser visto através da publicidade e do marketing difundidos nos meios de comunicação populares, tais como jornais, revistas, televisão, etc.

No capitalismo atual, uma gama de estratégias inteligentes, servem para divulgar produtos e cumprir os objetivos de obtenção de lucro. Nestes termos, o que é supérfluo se torna necessário para a manutenção da vida.



Através da tecnologia, o marketing e a mídia incitam a sociedade capitalista a consumir

O avanço tecnológico acabou por desenvolver ferramentas como o marketing e a mídia que, em conjunto, possibilitaram difundir a ideia de consumismo entre as sociedades do nosso sistema capitalista.

Tecnologia – acompanhamento na produção

O homem há muito tempo, consumia tudo o que produzia, porém com o passar dos anos o aperfeiçoamento de suas técnicas gerou resultado e melhorou a produção. Com o aumento da produção o homem foi à procura de mais artifícios para suprir a mesma, e desta forma os homens aprenderam a multiplicar tudo o que produziam em menos tempo. A tecnologia é o meio que permite acelerar a produção e facilitar a vida.

Após a revolução industrial a percepção sobre o mundo se alterou. A industrialização ampliou o processo de fabricação e, por consequência, o consumo. A tecnologia da produção é mais um fator que influencia a mudança da sociedade, tornando-a consumista. Exemplo disso é a possibilidade de comprar sem ao menos sair de casa (internet, telefone). A ampliação da produção-consumo gera uma percepção nova do mundo, onde o indivíduo é tentado, consciente ou inconsciente, a consumir.

Em síntese, o exagerado crescimento tecnológico criou um ambiente no qual as necessidades são invertidas. A tecnologia perturba o ecossistema na mesma medida que altera nossas rotinas.

Marketing e Mídia – os acessórios do capitalismo

Atualmente, vivemos em um mundo com princípios capitalistas, no qual importa apenas o lucro pessoal ou privado. A sociedade classifica-se de acordo com a renda que cada um possui. Embora a desigualdade social ainda seja ampla, a população já está mais ativa na economia mundial e, portanto, mais apta a consumir. Isto surgiu a partir da globalização e da necessidade do mercado em ampliar a parcela da população com um poder aquisitivo grande o suficiente para atender aos interesses dos líderes mundiais. Ao longo da Idade Contemporânea, visto que o modelo econômico passava por mudanças significativas, surgiram várias invenções com o propósito de impelir os indivíduos a consumir cada vez mais.



Ilustram essa situação os diversos meios de comunicação presentes no nosso cotidiano. A ascensão da televisão, do rádio, do jornal dentre outros, contribuiu fortemente para que o consumo acentuado do século XXI fosse disseminado pelo mundo, principalmente pela possibilidade de criação de estratégias inovadoras capazes de influenciar acentuadamente a formação dos conceitos da sociedade contemporânea. Dentre estas, as mais eficazes e que perduram até os dias de hoje são o marketing e a mídia.

Onde predomina o sistema capitalista, a mídia tem grande influência na vida das pessoas. A aliança entre eles torna o consumo da população tentador e inconsciente. Toda e qualquer organização, mesmo as não-governamentais, investem demasiadamente nas formas em que pretendem veicular uma nova campanha: seus autores têm plena consciência da importância da propaganda como suporte de vendas. Sem uma boa estratégia, seria impossível atingir de forma incisiva todas as camadas sociais.

A tecnologia aliada ao marketing e à mídia – considerações finais

Ao longo dos tempos, o sistema capitalista vem pretendendo construir novas ferramentas que auxiliem na intensificação do consumo e, por conseguinte, na obtenção de capital. Após a Revolução Industrial, o desenvolvimento tecnológico possibilitou o aumento da prática consumista tanto pela produção em série quanto pela sedução do consumidor. Este último tem origem na mídia e no marketing, instrumentos que foram diretamente beneficiados e desenvolvidos com as novas tecnologias. Deste modo, a tecnologia aliada ao marketing e à mídia vem influenciando cada vez mais, conforme a desenvoltura do primeiro, a sociedade capitalista, de modo a consumir compulsivamente.

A união da mídia e do marketing permitiu, indubitavelmente, a expansão da sociedade de consumo. Esses veículos exploram o inconsciente, geram lucro e, sobretudo, propagam a ganância e a competitividade entre os homens.

Referências

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.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995. 201 p. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=15__7hPkpIEC&printsec=frontcover&dq=Cultura+de>
V. 1 Nº 1, Setembro, 2010.



+consumo+e+p%C3%B3s-modernismo&hl=pt-BR&ei=zp-
HTP2PCcGC8gbWyrDoAQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CC0Q6A
EwAA>. Acesso em: 05 abr. 2010.

MARTINS, João José. **O Consumismo e o Meio Ambiente**. Grupo Escolar. Disponível em:
<http://www.grupoescolar.com/materia/o_consumismo_e_o_meio_ambiente.html>. Acesso
em: 05 maio 2010.

SANTANA, Ana Lucia. **Consumismo**. Disponível em:
<<http://www.infoescola.com/psicologia/consumismo/>>. Acesso em: 10 ago. 2010.

ZAIDHAFT, Sergio; NOVAES, Lúcia. A armadilha do consumo. **Olhar Vital**, Rio de
Janeiro, p.1-2, 19 out. 2006. Mensal. Disponível em:
<http://www.olharvital.ufrj.br/2006/index.php?id_edicao=058&codigo=4>. Acesso em: 10
ago. 2010.