



PUBLICIDADE, PROPAGANDA E SOCIEDADE DE CONSUMO

Vitória Pinotti Belão

Resumo

Vivemos num sistema capitalista, onde a cada crise ao longo do tempo eram criadas novas tecnologias, como a ferrovia ou automóvel, por exemplo, para mudar a forma como consumíamos e movimentar a economia. Segundo uma série de movimentos históricos, era possível observar algo gerado afim de transformar a maneira como vivíamos. Hoje, presenciamos transições e novas criações de produtos e serviços que são constantemente comercializados numa era de excessos, onde o consumo é peça central de um costume padronizado gerado pela relação entre mídias, publicidade e propaganda e globalização. Dessa forma, a sociedade passou de uma necessidade de TER para SER a outra de TER para PARECER, como forma de soberania econômica capitalista já consolidada e, o papel da mídia nesse sentido, é de indicar o que se precisa consumir e organizar o tempo das pessoas. Assim, o indivíduo consegue sua motivação na busca por sua própria identidade – instrumento de interação com o mundo – através do consumo, o que perpetua a lógica capitalista de homogeneizar as consciências. Nesse sentido, o ser acredita que se não possuí o suficiente é porque trabalha pouco e, assim, trabalha mais e circula mercadoria, provendo as necessidades do sistema. O consumo e a publicidade, produtos de si mesmas, e as marcas, com esse papel atualmente fundamental, impõe uma nítida disparidade de classes sociais ao investirem em marketing para gerar desejo aos que detém poder de compra. O objetivo central desse artigo é ressaltar a forma como a sociedade é manipulada através da publicidade para que a primeira se transforme constantemente de acordo com a necessidade capitalista.

Palavras-chave: publicidade; capitalismo; consumo; globalização.