

Fatec

Faculdade de Tecnologia

Da Sociedade Industrial ao século XX

Prof. Dr. Gustavo H. Del Vechio

gustavo.vechio@fatec.sp.gov.br

Indústria e consumo

O **consumo** foi a causa de e a consequência de tantas **mudanças sociais**, sobretudo em relação à transformação do ocidente.

“...demos demasiada ênfase à Revolução Industrial, em detrimento de outros desenvolvimentos igualmente importantes. Foi ignorada a Revolução do Consumo, companheira necessária da Revolução Industrial. Uma mudança nos meios e fins produtivos, [...], não pode ter ocorrido sem uma mudança comensurável nos gostos e preferências dos consumidores” (MCCRACKEN, 2003, p. 23).

A **Revolução Industrial** também foi a **Revolução do Consumo!**

Consumo antes do século XVIII

Antes da Revolução Industrial, o **consumo e o acúmulo de bens** servia para aumentar a honra e reafirmar o *status* de nobreza de uma família.

As **compras**, isto é, novas aquisições de bens, eram feitas pelos vivos, mas a unidade de consumo contemplava os mortos e até os ainda não nascidos.¹

1. McCracken (2003, p. 32).

Consumo antes do século XVIII

“O mais conspícuo dentre os acessórios para a casa era o retrato familiar, prova tangível de uma linhagem nobre e medida exata do número de gerações que reivindicava alto status. Mas, por assim dizer, todo o restante de móveis funcionava também como um retrato de família. Todos eles eram representações de uma riqueza há muito estabelecida e de ancestrais distintos” (MCCRACKEN, 2003, p. 33).

Consumo antes do século XVIII

A **honra** era a mais preciosa das posses de uma família.

A família cuja **honra** houvesse crescido ascendia na hierarquia. A família cuja honra houvesse sido manchada caía.

A regra das “**cinco gerações**” estipulava ser necessário esse número para que uma família **acumulasse honra e posição** suficientes para ser considerada plenamente nobre.¹

1. McCracken (2003, p. 61).

A importância da pátina

Se o **acúmulo de bens** representava *status*, alguém poderia tentar fraudar a regra das cinco gerações adquirindo, de uma vez, muitos bens em favor da sua família.

No entanto, essa estratégia não funcionava por um motivo óbvio: **nos novos objetos faltava pátina**, isto é, **marcas do tempo**, tais como pequenos riscos, tons amarelados, etc.¹

1. McCracken (2003, p. 54-55).

A importância da pátina

“Pratos perfeitamente novos, inteiramente livres de pátina, poderiam fazer um constrangedor apelo visual a uma alta posição. Mas a pátina adicionava algo vital a este simbolismo. Demonstrava que o simbolismo de status tinha fundamento” (MCCRACKEN, 2003, p. 54).

A **ausência de pátina**, portanto, demonstrava apenas que havia um novo rico, mas não um novo nobre. Quanto mais **pátina**, mais prova tangível do **status temporal** da família.

A queda de importância da pátina

Com a Revolução Industrial, o mercado foi inundado com **milhares de produtos** dos mais variados tipos.

A **frequência de mudanças** e de novos objetos crescia exponencialmente. Logo, subitamente, os indivíduos de elevada posição podiam **encontrar mais *status* em novos objetos do que em antigos!**

Essa **Revolução do Consumo** fez com que a compra para a família desse lugar à **compra para o indivíduo**, que poderia, então, igualar-se em *status* pelos bens que adquiria.¹

1. McCracken (2003, p. 37).

Valorização pelo novo

A partir da Revolução Industrial, os objetos passaram a ser **prova de status do indivíduo**. Qualquer um poderia, assim, se elevar socialmente, sem precisar esperar cinco gerações familiares. Esse aspecto não mudou muito desde então!

*“Se antes os bens carregavam a mensagem de status através de sua “pátina”, agora eles a carregam através de seu aspecto de novo”
(MCCRACKEN, 2003, p. 40).*

Consumo no século XIX

Por volta do século XIX, **consumo** e **sociedade** já estavam intrinsecamente ligados.¹ Uma relação dinâmica, continua e permanente entre sociedade e consumo havia se estabelecido.²

“A mudança importante, do ponto de vista do consumo, foi que a produção de certos bens transferiu-se do reino privado da domesticidade nobre para a esfera pública do mercado” (MCCRACKEN, 2003, p. 44).

1. As lojas de departamento nascem no século XIX.

2. As análises de Karl Marx datam desse século.

Consumo e tecnologia

Do século XVIII em diante, o **consumo** passou a ser cada vez mais importante nas sociedades e entre os indivíduos.

Novos produtos passaram a ser lançados em ciclos cada vez menores, movidos por novas tecnologias e inovações que buscavam constantemente destacar uma oferta dos concorrentes.

Consumo e marcas

Diante de **tantas ofertas** sendo vendidas no mercado, as **marcas comerciais** passaram a ter enorme importância.¹

Além das **lojas de departamento**, no final do século XIX surgiram empresas que desenvolveram novas **formas de distribuição** em larga escala, passando a usar diversos **meios comunicacionais** com larga cobertura geográfica, em busca de atingir a massa populacional crescente.²

1. Semprini (2010, p. 26).

2. Perez (2016, p. 10).

Tecnologias da comunicação

Em meados do século XX, além de **anúncios impressos ou pessoais**, já haviam muitos **meios de comunicação de massa** para as empresas anunciarem suas ofertas, tais como o jornal, a revista, o outdoor, o cinema, o rádio e a recém-inventada televisão.

O século XX foi marcado por uma incrível **ascensão de comunicações de massa**, no entanto, dirigidas por um grupo restrito de empresas detentoras desses meios.

Algumas invenções importantes

Várias invenções importantes podem ser elencadas entre o período da Revolução Industrial e o século XX:¹

- 1690 a 1769 – Máquina a vapor.
- 1800 – Pilha.
- 1820 – Eletroímã.
- 1837 – Telégrafo.
- 1839 – Bicicleta.
- 1852 – Fósforo.
- 1859 – Motor a combustão.
- 1867 – Explosivos.
- 1875 – Telefone.
- 1885 – Automóvel.

1. Rival (2009, p. 8-9).

Algumas invenções importantes

- 1888 a 1895 – O cinematógrafo.
- 1898 – Gravador.
- 1900-1906 – Radiofonia.
- 1903 - Avião.
- 1916 – Tanque de guerra.
- 1926 - Foguete.
- 1926 – Televisão.
- 1935 – Filme em cores.
- 1935 - Radar.
- 1939 – Avião a jato.
- 1943 – Computador.
- 1945 – Bomba atômica.¹

1. Rival (2009, p. 8-9).

Algumas invenções importantes

- 1947 – Transistor.
- 1957 – Satélites artificiais e telecomunicações espaciais.
- 1971 – Microprocessador.
- 1973 – Engenharia genética.
- 1979 – Disco digital.
- 1986 – Supercondutores.
- 1989 – Realidade virtual.
- 1989 – Precursores da Internet.
- 1992 – Telefone celular.
- 1994 – Televisão digital.¹

1. Rival (2009, p. 8-9).

Invenções humanas

É incrível imaginar que a **história humana** “poderia ser redigida tendo como guia, como referência, a história das invenções (dos produtos).”¹

“O ser humano pode ser estudado, interpretado e reconhecido pelos produtos que utiliza” (SCHWERINER, 2006, p. 9).

1. Schweriner (2006, p. 10).

Antes dos supercomputadores

Vários marcos podem ser elencados na evolução dos computadores:¹

- Cerca de 5.500 a.C. – Ábaco.
- 1638 – Régua de cálculo.
- 1642 – Máquina de Blaise Pascal (matemático).
- 1801 – Máquina de Jacquard (tear programável; tecidos).
- 1822 – Máquina de Charles Babbage (calcular funções).
- 1847 – Sistema binário, por George Boole.
- 1890 – Máquina de Hermann Hollerith (perfurador cartões).
- 1931 – Máquina Vannevar Bush (arquitetura binária).

1. Gugik (2009).

Antes dos supercomputadores

- 1944 – Computador Mark 1, da Universidade de Harvard.
- 1944 a 1946 – Computador de Alan Turing e o Colossus.
- 1946 – ENIAC (mil vezes mais rápido que os anteriores).
- 1959 – IBM 7030 (Stretch) e PDP-8, que usavam transístores.
- 1967 – IBM 360/91, com uso de circuitos integrados.
- 1975 – Altair 8800, com microprocessador.
- 1976 – Apple I e, em 1979, o Apple II;
- 1981 - Início do desenvolvimento do Windows.
- 1984 – Macintosh, com mouse e interface gráfica.¹

1. Gugik (2009).

Alto poder computacional

*“Hoje, há mais poder computacional em um carro comum do que havia na primeira espaçonave Apollo, que levou o homem à Lua. Um cartão que toca ‘Feliz Aniversário’ tem mais capacidade computacional do que existia no planeta Terra em 1950”
(NORDSTROM; RIDDERSTRALE, 2001, p. 43).*

Referências

GUGIK, Gabriel. A história dos computadores e da computação. **Tecmundo**, 6 mar. 2009. Disponível em: < <https://bit.ly/3yzuUEc> >.

MCCRACKEN, Grant. **Comunicação e consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

NORDSTROM, Kjell A. RIDDERSTRALE, Jonas. **Funky Business**: talento movimenta capitais. São Paulo: Makron Books, 2001.

PEREZ, Clotilde. **Signos da marca**: expressividade e sensorialidade. 2 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

RIVAL, Michel. **As grandes invenções da humanidade**. São Paulo: Larousse do Brasil, 2009.

SCHWERINER, Mario R. E. **Comportamento do consumidor**: identificando necejos e supérfluos essenciais. São Paulo: Saraiva, 2006.

SEMPRINI, Andrea. **A marca pós-moderna**: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea. 2 ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

Obrigado pela atenção!