



## A PROPAGANDA NA LIVRE CONCORRÊNCIA E NO MONOPÓLIO CAPITALISTA: AS VITRINES E A PROPAGANDA IMPRESSA

Sabrina Muller (apresentadora)<sup>1</sup>

**RESUMO:** Vivemos atualmente sobre uma rede de relações comerciais que ultrapassam as fronteiras políticas, culturais e geográficas das nações. Impera no campo social o jugo capitalista que não visa apenas o lucro, mas toda uma série de dispositivos de controle e disputa por meios de produção e mercados que começaram a ser utilizados a partir do advento da industrialização. Entre esses dispositivos, dos quais as empresas se apoderam a fim de assegurar a circulação de produtos, está o aperfeiçoamento técnico. Dentro das ramificações da parte técnica que uma empresa pode se valer para melhorar o giro de seu capital, está a propaganda que é um meio de comunicação escrita, oral ou imagética, dirigida para um grupo de pessoas, com o intuito de influenciar suas ideias. Visto que a história do capitalismo e das formas de negociar mercadorias possuem períodos que se alternam em recursos, tempo e espaço, o mesmo podemos pensar em relação ao uso e foco de divulgação dos produtos do capitalismo, ou seja, da propaganda das mercadorias. Assim sendo, o cerne deste estudo se deu em entender de que forma as mercadorias foram divulgadas no período em que imperava a livre concorrência e no advento dos monopólios. Buscando subsídios para contemplar este questionamento buscamos amparo de estudos já realizados, mas também analisamos cartões de comércio, e o resultado da pesquisa pôde demonstrar que não houve dois períodos distintos de formas de divulgar/mostrar as mercadorias. O que ocorreu foi que dependendo do avanço das relações comerciais e do curso do próprio capitalismo, ao longo do século XIX e início do século XX, as empresas passaram a modificar as propagandas conforme seu poder de influência e suas necessidades. Dessa forma, coexistiram três formas de divulgar as mercadorias na passagem do século XIX para o XX: as vitrines, as lojas de departamentos e a propaganda impressa. As duas primeiras eram recursos fixos que tinham abrangência local. A propaganda impressa, por sua vez, assim como o monopólio emergente de 1900, embora condensado nas mãos de poucos, superou fronteiras.

**PALAVRAS-CHAVE:** Divulgação. Capitalismo. Produção. Comércio.

**Categoria:** UFFS – Pesquisa

**Área de Conhecimento:** Ciências Humanas

**Formato:** Comunicação Oral

---

<sup>1</sup> Acadêmica da 8ª fase do curso de Licenciatura em História pela Universidade Federal da Fronteira Sul – campus Erechim. Contato: [sabrina3muller@hotmail.com](mailto:sabrina3muller@hotmail.com)