

Profº Adilson Furtado

Globalização, Sociedade e Meio Ambiente



<https://pmsaposse.sp.gov.br/>

O processo de globalização não é um fenômeno recente. No decorrer dos séculos, diferentes povos, grupos étnicos e sociedades entraram em contato. Vale destacar que nem sempre foi um contato harmônico, sem conflitos. Todavia, o convívio entre diferentes povos, aliado aos diferentes meios de comunicação e transporte permitiu o intercâmbio cultural, importante para a formação das mais diferentes sociedades pelo mundo. Vale destacar que a diversidade cultural foi um elemento favorável à expansão e consolidação do capitalismo em escala global. Portanto, o processo de globalização, ora em curso, é resultado da mundialização de diversos momentos da história do homem que resultaram em intercâmbios enriquecedores, mas também conflitantes.

A Globalização da Cultura



<https://cultura.culturamix.com/>

O Geógrafo Milton Santos definiu cultura como: “uma manifestação coletiva que reúne heranças do passado, modos de ser do presente e aspirações, isto é, o delineamento do futuro desejado”. Desta forma, deve-se compreender a cultura como hábitos, costumes, crenças, religiões, idiomas entre outras características típicas de um grupo ou uma população. Desta forma, a cultura envolve todo um processo de ensino-aprendizagem de um indivíduo ou grupo social. Assim, ao longo da

vida a pessoa desenvolve a chamada “bagagem cultural” (reunião de todo o conhecimento que adquirimos em nossas vidas, oriundas das informações que temos acesso).

Os meios de comunicação, como cinema, rádio e a “internet”, entre outros ajudam a difundir a cultura, especialmente a Ocidental, que se impõe em países e sociedades com diferentes costumes, valores e crenças, promovendo muitas vezes uma uniformização cultural, em que valores dominantes se sobrepõem às Culturas locais.

No campo cinemático, os Estados Unidos dominam a produção de “cultura de massa” no mundo. *Hollywood*, por exemplo, é responsável pela produção da grande maioria dos filmes que chegam aos cinemas dos diferentes países pelo mundo afora. A produção *hollywoodiana* é voltada para o mercado mundial, visando um público o mais amplo possível. Desta forma, as produções estadunidenses lideram o faturamento do mercado cinematográfico. As séries e os filmes, assistidos por diferentes culturas espalhadas pelo mundo, retratam a vida e os valores daquele país. O nacionalismo sempre foi evidente nos filmes, exaltado na figura da bandeira dos Estados Unidos. Além do mais, nos filmes os heróis, geralmente estadunidenses, combatem vilões que personificam um inimigo político-econômico do país.



<https://portalcinema.com.br/>

Indústria Cultural

O filósofo alemão Theodor Adorno, em 1940 já destacava a estreita relação entre a expansão da produção industrial agregada ao crescimento da produção cultural e da propaganda. Assim surge a chamada “indústria cultural”, onde a principal estratégia seria de criar, desenvolver e difundir por meios como televisão, rádio, cinema, arte, livros, revistas, propagandas, entre outros um modo de vida consumista, além de propagar padrões culturais ligados aos hábitos de consumo. Assim, consumir é algo relacionado não a uma necessidade básica, mas a uma questão de prazer, satisfação.



<https://www.elo7.com.br/>

Nesta perspectiva, a “propaganda passa a ser a alma do negócio”, visto que a indústria cultural, por meio da propaganda, estimula o desejo de consumir os produtos da moda. O incentivo da troca pelo novo ganha impulso e os produtos tornam-se obsoletos rapidamente. As propagandas nos comerciais dos programas televisivos e agora nos vídeos do Youtube, exercem funções de seduzir o consumidor para a aquisição de um produto ou um serviço. Vale destacar também o uso da inteligência artificial por parte das empresas para captar informações dos usuários da “internet” e oferecer desta forma uma propaganda personalizada para cada usuário da rede. Hoje, basta pesquisar em um navegador qualquer um determinado produto, no momento seguinte ao acessar uma rede social, estará lá a propaganda do referido produto.



<https://www.ifl.com.br/>

Multiculturalismo

O termo multiculturalismo se refere a uma pluralidade cultural que convive de forma harmônica. O termo costuma ser utilizado em alguns estudos antropológicos e sociológicos que tentam explicar como as sociedades que possuem um acervo cultural tão diferente convivem entre si. Este tipo de circunstância esteve presente no passado com vários resultados a serem observados, mas também pode ser explorado de forma significativa hoje. De fato, a globalização pode ser entendida em grande parte como um processo de inúmeras culturas que interagem entre si. Com o tempo, vamos saber onde esta situação pode chegar, mas no momento ela se encontra presente e suas consequências podem ser

especuladas do ponto de vista positivo como também do negativo.

No passado, o multiculturalismo refletiu em diversas civilizações com seu próprio conjunto de manifestações culturais. Elas se referem a várias situações, integrando desde o idioma até a religião, passando por sua forma de relacionamento, pelo modo de produção econômica apresentada, pelo grau e forma de desenvolvimento artístico, etc. Quando estas civilizações interagem entre si podem acontecer vários fenômenos, entre aqueles que apresentam uma convivência pacífica. Em certas ocasiões, inclusive, pode acontecer que a interação cause um tipo de processo que elimine gradualmente as diferenças e gere uma espécie de cultura comum.

Um caso típico aconteceu em Roma. De fato, como esta civilização mantinha contato com muitas outras, chegou certo momento a incorporar muitos dos avanços e das características culturais de outros povos. Assim, aceitaram-se deuses, formas de produzir arte, algumas instituições, etc., de outros povos vizinhos que poderiam ser conquistados. Isto fez com que o multiculturalismo criasse uma espécie de cultura que reunia elementos desta variedade.



<https://ebarrobranco.blogspot.com/>

Hoje com a globalização, podemos observar como um processo semelhante acontece diante de nossos olhos. Desta vez não é administrado por um grupo em particular, mas por causa das profundas transformações tecnológicas e econômicas que as distâncias se tornam cada vez menores e aproximam diferentes culturas que antes eram esquecidas. Esta circunstância se refere ao multiculturalismo de modo que apresenta muitas variantes culturais de povos com histórias diferentes, mas também por um tipo de homogeneidade que acontece gradualmente embora de forma constante.

A Sociedade de Consumo

A ideia de sociedade de consumo é empregada para designar uma sociedade cujas relações de consumo ocupam uma posição estratégica na organização social. Ela é uma

sociedade onde são criados inúmeros bens de consumo para comercialização e onde o marketing tem um papel fundamental na construção dos desejos de consumo da população, sobretudo pela propaganda



<https://pnl-portugal.com/>

Zygmunt Bauman é um dos pensadores mais influentes das últimas décadas, e ele aborda a sociedade de consumo em suas obras. Para Bauman, esta sociedade de consumo “representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas, e rejeita todas as opções culturais alternativas. A chamada sociedade do consumo tem seu início com a expansão do sistema capitalista, quando as sociedades deixam de ser meramente produtoras de bens essenciais básicos e se tornam consumidoras em potencial.



<https://www.jornaltornado.pt/>

Momentos importantes da história da humanidade, como a Revolução Industrial, estão ligados aos estímulos ao consumo, pois possibilitaram um novo modelo de produção em uma escala mais ampla. Além disso, no período após a Segunda Guerra Mundial, as economias mundiais precisavam se restabelecer e o consumo aparece como uma possibilidade. O consumo é um ato natural e necessário aos seres humanos, de modo que todas as pessoas consomem coisas diversas. No entanto, na sociedade de consumo, o consumo é intensificado pela criação de necessidades de consumo. Todas as pessoas se tornam consumidores em potencial e muitas compras são realizadas para satisfazer essas vontades impulsivas e motivadas por

fatores que excedem a necessidade material real.



<https://www.youtube.com/>

Uma sociedade de consumo é moldada para que as pessoas sejam estimuladas a consumir coisas o tempo todo, mesmo quando não se precisa dos itens consumidos. Por sua vez, a indústria se vale desta necessidade adotando como estratégia o encurtamento da vida útil dos produtos de modo a estimular a roda da sociedade de consumo.

A obsolescência programada

A reposição de produtos, não é determinada apenas pelo interesse do consumidor por novidades, mas também por estratégia das indústrias em aumentar seus lucros, elas reduzem o tempo de “vida útil” do produto e mercadorias. Quando um produto lançado no mercado se torna inutilizável ou obsoleto em um período de tempo relativamente curto de forma proposital, ou seja, quando empresas lançam mercadorias para que sejam rapidamente descartadas e estimulam o consumidor a comprar novamente.



<https://gratistudo.com/>

Obsolescência programada (ou planejada) significa reduzir a vida útil de um produto para aumentar o consumo de versões mais recentes. Planejar o envelhecimento de um produto é uma ação praticada deliberadamente por diversos setores da indústria. Funciona da seguinte forma: o produto é desenvolvido para durar apenas um período programado pelo seu fabricante. Com esta prática, o consumidor já compra um produto que tem validade mais curta do que deveria. O próximo passo é não funcionar adequadamente após o limite estabelecido pela fábrica ou parar de funcionar.

Essa estratégia aplicada pelas empresas estimula o consumismo através do forte apelo do Marketing que induz à compra de modelos modernos e atrativos, e não ao conserto do produto. Em alguns casos, o conserto se torna propositadamente mais caro para que o cliente não tenha alternativa.

Os equipamentos eletrônicos são campeões da prática de obsolescência programada. Por exemplo, os computadores pessoais. Após determinado período começam a ficar extremamente lentos e já não funcionam como era esperado ou se tornam obsoletos. Com isso, a economia não para de crescer. Para as indústrias, é o progresso tecnológico que determina a renovação. A realidade é que com a obsolescência programada os produtos se tornam ultrapassados e quando não são reciclados começam a gerar um grave problema ambiental e social, com os

lixões.



<https://diario16.com/>

A desigualdade no acesso ao consumo

“Diga-me o que consumes, eu te direi quem tu és”. A adaptação de um provérbio bastante popular, representa muito bem a sociedade de consumo, onde o “ter”, em muitos casos, assume o protagonismo em relação ao “ser”. O padrão de consumo entre países e grupos sociais é bastante desigual, uma vez que é balizado pelo poder aquisitivo das pessoas, dos grupos sociais. Vale destacar que há uma grande oferta de bens e serviços, além do crescimento do mercado de luxo e de produtos sofisticados inacessíveis à maior parte da população.



<http://esquadraopelasociedade.blogspot.com/>

Desde 1990, a United Nations Development Programme (UNPD) vem publicando anualmente um

relatório sobre o desenvolvimento humano no mundo. O de 1998 apresenta algumas tristes surpresas, reveladoras de profundas desigualdades entre os povos: aumenta a pobreza nos países pobres, mas também nos países ricos nos quais, ao mesmo tempo que aumenta o consumo, crescem os índices de pobreza (entre 7 e 17%) por causa dos fluxos migratórios.

MAPA DA RIQUEZA COM O PIB DISTRIBUÍDO À POPULAÇÃO



<https://www.todamateria.com.br/>

O consumo mundial dos bens aumentou de maneira nunca vista. Nos últimos 25 anos – diz o relatório – nos países industrializados, cresceu numa média anual de 2,3%; no sul da Ásia, 2%, e em alguns países do leste asiático, em até 6,1%. Em contrapartida, em outros países do Terceiro Mundo, especialmente na África, o consumo diminuiu 30%, no mesmo período. Dos 5,4 bilhões de pessoas que povoam a terra, 3/5 não dispõem de infraestrutura higiênica, 1/3 não tem água potável, 1/4 não mora num local em condições decentes, 1/5 não tem acesso aos modernos serviços médicos e sanitários.

Mais gritante ainda é a relação entre países ricos e pobres: cerca de 86% do consumo mundial está nas mãos de 20% dos países ricos, enquanto 80% dos pobres consome os 14% restantes. Os cinco países mais ricos consomem 45% das proteínas disponíveis, 58% da energia, 84% do papel, 14% das linhas telefônicas, enquanto os cinco países mais pobres consomem 5% das proteínas, 4% da energia, 1,1% do papel e 1,5% das linhas telefônicas.

Deseja citar em seu trabalho: JESUS, F.A. "Geografia e Globalização"; *Geografia&Diversidade*. Disponível em: <http://adilson-furtado.blogspot.com/>. Acessado em ____/____/____

Referência Bibliográfica

SENE, E e MOREIRA, J.C. **Geografia Geral e do Brasil: Espaço Geográfico e Globalização**. 1ª edição. São Paulo. Scipione. 2012

TERRA, L e ARAUJO, R. **Conexões: Estudos de Geografia Geral e do Brasil**. 3ª edição. São Paulo. Moderna 2016