

SIMIONI, Alexandre. Consumo, espaço geográfico e meio ambiente. Bragança Paulista, SP: FESB, 2006. (IMPRESSO)

RESUMO

As relações que os seres humanos estabelecem entre si e com natureza, de caráter econômico, político, cultural, produzem modos de ser e de viver e definem a cada momento, o consumo de bens materiais e de serviços. Com a finalidade de melhorar o bem estar individual e coletivo, a tecnologia e a ciência unem-se ao capital, tendo como principal objetivo a acumulação gerada através dos bens de consumo. A mídia e os meios de comunicação de um modo geral simbolizam a propagação de necessidades e sob determinados momentos, gera vários conflitos e impactos sócios ambientais. O consumo delimita o espaço do homem com o seu meio socioeconômico, político e cultural. As relações existentes entre o homem em sociedade com seu meio podem ser análogas a partir das relações de trabalho e consumo, mas às vezes ficam obscurecidas pela frequente afirmação de que todos são igualmente livres, para trabalhar e escolher o tipo de consumo, diferenciado entre as classes sociais. Nesse sentido, não só o ambiente natural se torna ameaçado, mas se complexificam cada vez mais as desigualdades sociais. O consumo, portanto, apropria-se do espaço geográfico de forma diferenciada do ponto de vista social ou cultural, mas é determinado nos dias atuais pela globalização e capitalização do espaço, assim como pela regionalização das tecnologias e das políticas públicas e empresariais. O objetivo desse trabalho, portanto, foi elaborar um estudo bibliográfico sobre a configuração do consumo no território geográfico, de modo a esclarecer a forma em que se apropria do espaço econômico e social, criando necessidades e possibilitando a acumulação do capital, trazendo impactos ao homem e ao meio ambiente.