

1ª

Série

Geografia

**MATERIAL
DIGITAL**

Globalização e consumo

**4º bimestre
Aula 4**

**Ensino
Médio**

Secretaria da
Educação



SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO

Conteúdos

- Sociedade, consumo e publicidade;
- Meios de comunicação e transporte na revolução das formas de consumo;
- Mudanças nas formas de consumo e o impacto na economia local e global.

Objetivos

- Explicar a relação entre os avanços da globalização e as mudanças do consumo no mundo contemporâneo;
- Discutir os impactos das novas formas de marketing e do consumo digital;
- Compreender as consequências para os setores produtivos local e global.

Para começar

Observe a imagem e responda:

1. O que ela representa?
2. Qual é a relação entre a imagem e o conceito de globalização?
3. Você já ouviu o termo “sociedade de consumo”? O que ele quer dizer?



VIREM E CONVERSEM



3 minutos



Compras on-line.

© Getty Images



Globalização e consumo

É fato que o consumo sempre existiu, porém da forma como conhecemos hoje é bem diferente. O avanço tecnológico, dos transporte e da comunicação foram imprescindíveis para que o consumo atingisse uma escala global. Sendo tudo um reflexo da globalização.

Mas o que é a globalização?



Imagem de um centro logístico.

© Getty Images

A globalização promoveu a integração entre localidades, através do avanço dos transportes e da comunicação, impactando na forma como consumimos. O desenvolvimento dessas áreas pode ser vistos através da(o)

- Redução de custos logísticos;
- Crescimento do e-commerce;
- Expansão do delivery e de transportes urbanos;
- Consumos por assinatura;
- *Fast fashion* (marcas que renovam coleções a curto prazo);
- *Marketplace* (plataformas que reúnem diversos vendedores).

Destaque



O consumo tornou-se mais dinâmico e globalizado.

Impactos na economia local e global

O surgimento de plataformas digitais facilitou o comércio internacional permitindo a compra de produtos de qualquer parte do mundo, mas provou diferentes consequências no mercado local e global, como

Positivas

- Maior variedade de produtos;
- Preços acessíveis;
- Surgimento de novas oportunidades no setor digital;
- Abertura de mercado para todos os negócios.

Negativas

- Concorrência entre plataformas digitais e empresas locais;
- Aumento da dependência do mercado externo;
- Redução de empregos em setores tradicionais;
- Dependência de algoritmos para visibilidade.



UM PASSO DE CADA VEZ



2 minutos

Com a globalização, a produção se tornou mais descentralizada, favorecendo grandes corporações; tendo como impacto:

A perda de espaço para as indústrias locais.

A ampliação de empregos em setores tradicionais.

A redução de novas oportunidades no setor digital.

A baixa concorrência de grandes plataformas.

Continua





Com a globalização, a produção se tornou mais descentralizada, favorecendo grandes corporações; tendo como impacto:



A perda de espaço para as indústrias locais.

A ampliação de empregos em setores tradicionais.



A redução de novas oportunidades no setor digital.

A baixa concorrência de grandes plataformas.



Sociedade de consumo

É marcada pelo ato de consumir em massa, ultrapassando as necessidades básicas, sendo hoje o meio de expressão de identidade e status.

Para refletir

Você já comprou algo por influência de um anúncio?

A imagem retrata a ideia de compras impulsivas.

© Getty Images



A publicidade

Crucial no processo de consumo, pois cria desejos e necessidades nas pessoas.

Mas o que é a publicidade?

A publicidade não apenas informa sobre um produto, mas cria narrativas que visam influenciar diferentes pessoas através de aspirações, valores e até mesmo emoções.

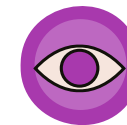
Para refletir

Uma lata vermelha é apenas uma lata vermelha, ou não? Vem algum produto à sua mente?



Lata de alumínio vermelha.

© Getty Images



O impacto da publicidade

A imagem do slide anterior remete em sua grande maioria ao refrigerante da Coca-Cola. Ao se pensar neste refrigerante, qual das palavras abaixo você assimilou primeiro?

Almoço de domingo

União

Felicidade

Alegria

Além da lembrança, o slogan do produto é algo que sempre vem à mente. Qual deles você conhece?

1993: “Always Coca-Cola” – Sempre Coca-Cola
2000: Coca-Cola. “Enjoy” – Curta Coca-Cola
2001: “Life Tastes Good”
2003: “Coca-Cola... Real”

2005: “Make It Real”
2006: “The Coke Side of Life”
2009: “Open Happiness” – Abra a felicidade
2016: “Taste the feeling” – Sinta o sabor

Destaque



A publicidade molda comportamentos e influencia como a sociedade consumirá e se relacionará com determinada marca.





UM PASSO DE CADA VEZ



2 minutos

A concepção do que é o consumo mudou totalmente ao longo dos anos. A forma como ocorre nos dias atuais é considerada um(a)

Necessidade básica para a sobrevivência.

Manifestação do desejo das pessoas.

Forma de expressão e da solitude das pessoas.

Meio de expressão de identidade e status.

Continua





Pause e responda

A concepção do que é o consumo mudou totalmente ao longo dos anos. A forma como ocorre nos dias atuais é considerada um(a)



Necessidade básica para a sobrevivência.

Manifestação do desejo das pessoas.



Forma de expressão e da solitude das pessoas.

Meio de expressão de identidade e status.



Consumo digital

A abertura de mercados, impulsionada pelas inovações tecnológicas, criou novas oportunidades de consumo.

Permitiu aos consumidores comprar sem sair de casa.

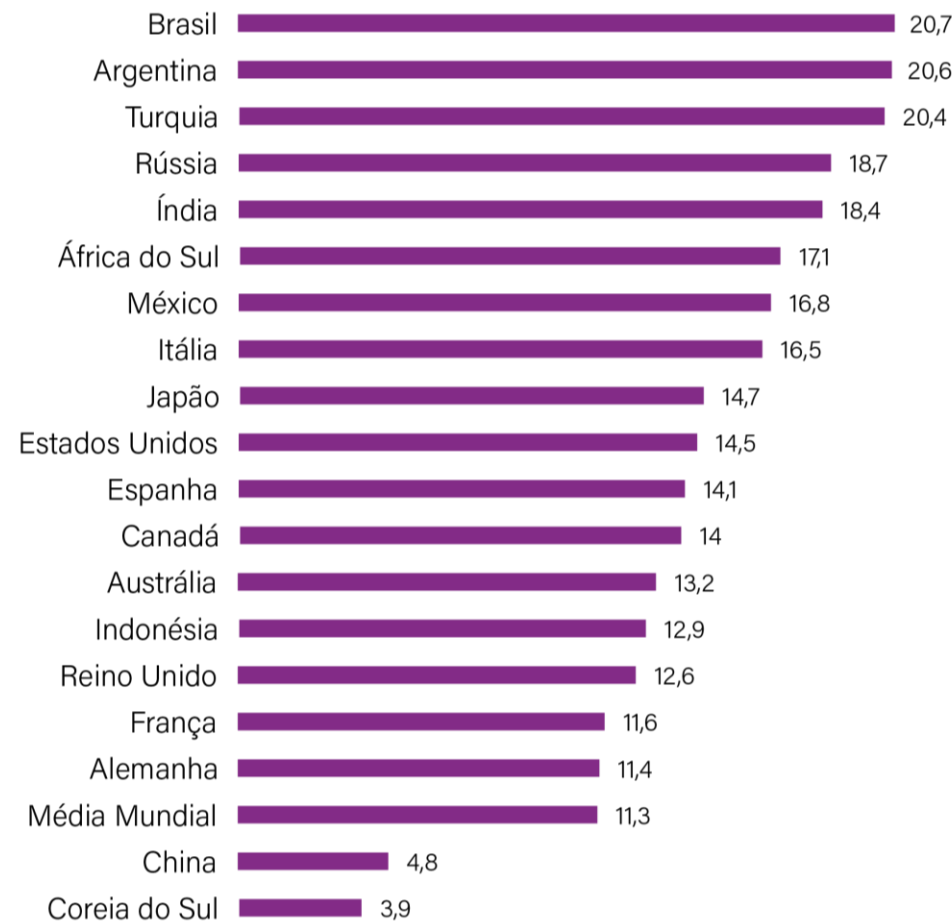
Observe o gráfico ao lado, que mostra os países com crescimento em compras on-line.

Gráfico – 20 maiores crescimentos das compras on-line.

Fonte: GONÇALVES, 2022. Produzido pela SEDUC-SP.

20 maiores crescimentos em compras on-line

(porcentagem de expansão projetada entre 2022 e 2025)



Foco no conteúdo

O consumo digital cresceu em decorrência do marketing digital. A publicidade on-line se efetivou a partir de anúncios segmentados, baseados em dados dos usuários, permitindo que as marcas alcancem públicos específicos com mais eficiência.

Um exemplo são as personalidades digitais ou *influencers*, que têm a missão de criar uma conexão mais autêntica com os consumidores.

Influenciadora de produtos de maquiagem.

© Getty Images





Jovem prepara comida para entrega rápida dentro de *dark kitchen*.

© Getty Images

Outro exemplo são as *dark kitchens* (cozinhas-fantasmas), que preparam alimentos para delivery e não possuem espaço para atendimento presencial.

Essa forma de venda on-line reduz os custos das empresas e atende à demanda por conveniência.

Além disso, disputa a concorrência com restaurantes tradicionais.



Análise de imagens

Em grupos, analisem as imagens e reflitam como a publicidade influencia o consumo e os valores sociais.



Reprodução – CG PROPAGANDA, 2018. Disponível em: <https://www.cgpropaganda.com.br/301/apelo-racional-ou-emocional>. Acesso em: 27 mar. 2025.



Reprodução – MIDDLETON, 2021. Disponível em: <https://visme.co/blog/pt-br/apelos-publicitarios/>. Acesso em: 27 mar. 2025.



Reprodução – CG PROPAGANDA, 2018. Disponível em: <https://www.cgpropaganda.com.br/301/apelo-racional-ou-emocional>. Acesso em: 27 mar. 2025.



- Qual é o produto ou serviço anunciado?
- Quais elementos visuais chamam mais atenção (cores, imagens, fontes, personagens)?
- Qual emoção ou ideia a publicidade busca transmitir?
- Como esse anúncio influencia o desejo de compra?
- Que valores sociais estão implícitos na propaganda?



VIREM E CONVERSEM



- Você se considera uma pessoa consumista?
- Como as aulas de Educação Financeira podem contribuir para essa reflexão?

BERNHARDT, E. Consumo, consumismo e seus impactos no meio ambiente. **Recicloteca**, 15 mar. 2015. Disponível em: <https://www.recicloteca.org.br/consumo/consumo-e-meio-ambiente/>. Acesso em: 27 mar. 2025.

CHAPCHAP, G. Vendas online avançam, mas consumidores estão mais exigentes. **E-Commerce Brasil**, 21 set. 2023. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/vendas-online-avancam-mas-consumidores-estao-mais-exigentes> Acesso em: 27 mar. 2025.

DIEHL, R. C.; ALMEIDA, A. Globalização e relações de consumo: as faces de um estado contemporâneo. In: JORNADA DE PESQUISA, 10.; JORNADA DE EXTENSÃO DO CURSO DE DIREITO, 9., 2018. **Anais [...]**. Disponível em: http://metodistacentenario.com.br/jornada-de-direito/edicoes-anteriores/10a-jornada-de-pesquisa-e-9a-jornada-de-extensao-do-curso-de-direito/artigos/4-direitos-fundamentais-constituicao-e-meio-ambiente-do-trabalho/globalizacao-e-relacoes-de-consumo_as-faces-de-um-estado-contemporaneo.pdf. Acesso em: 27 mar. 2025.

G1. Coca-Cola troca slogan após 7 anos e lança campanha global, 25 jan. 2016. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2016/01/coca-cola-troca-o-slogan-e-lanca-campanha-global.html>. Acesso em: 27 mar. 2025.

GONÇALVES, G. Segundo pesquisa, Brasil é 1º no ranking mundial de crescimento das compras online. **E-Commerce Brasil**, 2 jun. 2022. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/segundo-pesquisa-brasil-e-1o-no-ranking-mundial-de-crescimento-das-compras-online>. Acesso em: 27 mar. 2025.

- LEMOV, D. **Aula nota 10 3.0**: 63 técnicas para melhorar a gestão da sala de aula. Porto Alegre: Penso, 2023.
- ROSENSHINE, B. Principles of instruction: research-based strategies that all teachers should know. **American Educator**, v. 36, n. 1, Washington, 2012. p. 12-19. Disponível em: <https://www.aft.org/ae/spring2012>. Acesso em: 27 mar. 2025.
- SÃO PAULO (Estado). Secretaria da Educação. **Currículo Paulista**: etapa Ensino Médio, 2020. Disponível em: https://efape.educacao.sp.gov.br/curriculopaulista/wp-content/uploads/2023/02/CURR%C3%8DCULO-PAULISTA-etapa-Ensino-M%C3%A9dio_ISBN.pdf. Acesso em: 27 mar. 2025.
- SCHWINGEL, M. Global Overview Report e Digital 2024: saiba quais são os principais insights. **Conversion**, 11 jul. 2024. Disponível em: <https://www.conversion.com.br/blog/global-overview-report/>. Acesso em: 27 mar. 2025.
- SOUZA, O. de; OLIVEIRA, L. J. de. Globalização e relações de consumo: servidão moderna e degradação ambiental. **Revista Direito Ambiental e Sociedade**, v. 6, n. 2, 2016. p. 156-178. Disponível em: <https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/direitoambiental/article/view/4258/2613>. Acesso em: 27 mar. 2025.
- VARGAS, T. O consumo para além do consumo. **Informe ENSP**, 11 jun. 2015. Disponível em: <https://informe.ensp.fiocruz.br/noticias/37892>. Acesso em: 27 mar. 2025.
- Identidade visual: imagens © Getty Images.
- UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA. Vestibular UNESP 2021 – 1ª fase. São Paulo, 2021. Disponível em: https://www.curso-objetivo.br/vestibular/resolucao-comentada/unesp/2021/1fase/1dia/UNESP2021_1fase_prova.pdf. Acesso em: 15 abr. 2025.

Aprofundando

A seguir, você encontra uma seleção de exercícios extras, que ampliam as possibilidades de prática, de retomada e aprofundamento do conteúdo estudado.



(Vunesp 2021)

Atualmente, muitos estudiosos acreditam que é possível identificar processos de globalização em sociedades pré-modernas, em vista de fenômenos como o encurtamento relativo das distâncias (através de meios de transporte e comunicação mais eficazes), maior conectividade entre regiões previamente isoladas [...].

(SCOPACASA, Rafael. *Revista de História*, n. 177, 2018.)





O uso contemporâneo do conceito de globalização envolve, além dos aspectos mencionados no texto,

- A imposição do setor industrial sobre o de serviços, autossuficiência energética dos países, ampla mobilidade de pessoas e mercadorias.
- B convergência de preços e mercados entre regiões distantes, meios de comunicação ultravelozes, formação de uma consciência global.
- C maior importância das barreiras geográficas, constituição de redes de contatos culturais, uniformização mundial de preços.
- D unidade ideológica e política entre os governantes dos Estados, redução das distâncias físicas entre continentes, declínio da diversidade global.
- E imposição do poder dos blocos econômicos regionais, internacionalização do movimento operário, redução das barreiras linguísticas.





O uso contemporâneo do conceito de globalização envolve, além dos aspectos mencionados no texto,

- A** imposição do setor industrial sobre o de serviços, autossuficiência energética dos países, ampla mobilidade de pessoas e mercadorias. ✗
- B** convergência de preços e mercados entre regiões distantes, meios de comunicação ultravelozes, formação de uma consciência global. ✓
- C** maior importância das barreiras geográficas, constituição de redes de contatos culturais, uniformização mundial de preços. ✗
- D** unidade ideológica e política entre os governantes dos Estados, redução das distâncias físicas entre continentes, declínio da diversidade global. ✗
- E** imposição do poder dos blocos econômicos regionais, internacionalização do movimento operário, redução das barreiras linguísticas. ✗

Para professores



Habilidade: (EM13CHS302): Analisar e avaliar, criticamente, os impactos econômicos e socioambientais de cadeias produtivas, ligadas à exploração de recursos naturais e às atividades agropecuárias, em diferentes ambientes e escalas de análise considerando o modo de vida das populações locais – entre elas as indígenas, as quilombolas e as demais comunidades tradicionais –, suas práticas agroextrativistas, e seu compromisso com a sustentabilidade. (SÃO PAULO, 2020)



Tempo: 3 minutos.



Dinâmica de condução: inicialmente, é relevante explorar com os estudantes a imagem apresentada, incentivando-os a refletir sobre a globalização e a expansão do comércio online impulsionada pelo desenvolvimento dos meios de comunicação e transporte.

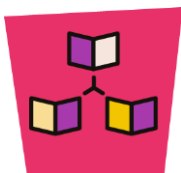


Expectativas de respostas:

Todas as respostas vão trazer elementos pessoais, porém espera-se que os estudantes tenham a dimensão de que a imagem representa o movimento de compras on-line, que só se tornou possível graças à globalização, que expandiu as formas de comercialização através da comunicação e do transporte. E sociedade de consumo, termo já trabalhado na aula anterior, poderá ser descrito pelos estudantes como uma sociedade que consome além da sua necessidade.



Tempo: 2 minutos.

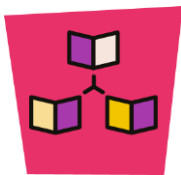


Dinâmica de condução:

A atividade da seção **Pause e resposta** é importante para verificar se os estudantes compreenderam que a globalização, apesar de inovar tecnologicamente, expandindo o mercado e outras possibilidades de investimentos, impactou diversas empresas locais, que não possuíam condições para enfrentar o novo mercado. Neste momento, permita que os estudantes realizem a atividade de forma individual e sem consultas, para depois compreender quais são as necessidades de retomada, caso haja algum erro de resposta.



Tempo: 2 minutos.

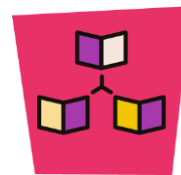


Dinâmica de condução:

A atividade da seção **Pause e resposta** é importante para verificar se os estudantes entendem que nos tempos atuais o consumo deixou de ser por necessidades básicas, tornando-se um meio de expressão e status, movimentando grandes mercados com produtos que se deterioram ou “saem de moda” mais rápido. Neste momento, permita que os estudantes realizem a atividade de forma individual e sem consultas, para depois compreender quais são as necessidades de retomada, caso haja algum erro de resposta.



Tempo: 10 minutos.



Dinâmica de condução:

A atividade da seção **Na prática** visa trabalhar com a análise de imagens, promovendo um olhar mais crítico aos estudantes, que poderão perceber as ideias por trás dos anúncios publicitários. Dessa forma, pode-se elevar a conscientização a respeito do consumo e de como somos incentivados a muitas vezes querer algo apenas pelo prazer, e não pela necessidade.

Divida os estudantes em grupos. Ao final, promova um debate para que os estudantes possam discutir suas análises e complementar o conhecimento acerca de cada peça publicitária.

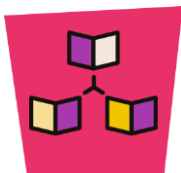
Expectativas de respostas:

- Produto para lavagem de roupas, automóvel e refrigerante.
- Os elementos identificados podem variar. As respostas serão variadas conforme o anúncio, porém em todas pode-se encontrar elementos como as cores utilizadas, a ideia de alegria, de *status* etc. No caso do anúncio do Vanish, observa-se muito mais bolhas de sabão do lado do Vanish em comparação com outro sabão em pó. No caso da anúncio do Jeep, o carro está representado em volta da natureza: praia, pássaros e vegetação. Já no caso do anúncio da Coca-cola, a publicidade destaca o compartilhamento ao consumir o produto, proporcionando uma experiência emocional.
- Resposta pessoal. As emoções e ideias identificadas podem variar entre felicidade, alegrias, *status*, bem-estar, poder, liberdade etc.
- Resposta pessoal. No caso do anúncio do Vanish, a compra do removedor de manchas está associada a mais limpeza. Em relação ao anúncio do Jeep, o carro está associado à liberdade e ao poder. Sobre a Coca-cola, o consumo da bebida está associado a uma boa companhia e ao bem-estar.
- Resposta pessoal. No caso do anúncio do Vanish, por exemplo, a publicidade destaca a importância da limpeza e higiene, utilizando a limpeza como sinônimo de bem-estar. Observa-se no anúncio muito mais bolhas de sabão do lado do Vanish em relação ao outro sabão em pó. No caso da anúncio do Jeep, a publicidade associa o carro ao conceito de aventura, liberdade e poder, por meio da representação do carro em volta da natureza: praia, pássaros e vegetação. Já no caso do anúncio da Coca-cola, a publicidade destaca a felicidade, o bem-estar e o compartilhamento ao consumir o produto, proporcionando uma experiência emocional.





Tempo: 2 minutos.



Dinâmica de condução: a seção **Encerramento** é fechar o conteúdo previsto. Aproveite o momento para que os estudantes possam concretizar os aprendizados nas atividades. É importante trabalhar com as questões, de forma a avaliar o aprendizado, sendo um momento para tirar dúvidas que possam ter ficado durante o processo.



Expectativas de respostas:

Você se considera uma pessoa consumista?

As respostas trarão elementos pessoais.

Como as aulas de Educação Financeira podem contribuir para essa reflexão?

A Educação Financeira contribui para a reflexão sobre o consumismo, pois ajuda os estudantes a desenvolverem uma maior consciência e compreensão sobre como gerenciam seu dinheiro e suas escolhas de consumo.



Tempo: 2 minutos.



Dinâmica de condução: a atividade da seção **Aprofundando** tem o objetivo de aprofundar o tema da aula a partir de atividades de vestibular. A ideia é que o estudante possa realizar essa atividade de forma individual, analisando a formação do conhecimento.



Expectativas de respostas:

Gabarito: B.

Resolução:

Alternativa a: incorreta. O setor de serviços cresceu exponencialmente na globalização, não sendo subordinado à indústria. Além disso, a autossuficiência energética não é uma característica globalizada, pois muitos países dependem da importação de energia.

Alternativa c: incorreta. A globalização tende a reduzir a importância das barreiras geográficas, facilitando o fluxo de bens, pessoas e ideias. A uniformização de preços não é absoluta, pois fatores como impostos e custos logísticos ainda geram variações.

Alternativa d: incorreta. Não há uma unidade ideológica e política global. Pelo contrário, há disputas geopolíticas intensas. A diversidade cultural não está necessariamente em declínio, pois a globalização também promove a troca e a valorização de diferentes culturas.

Alternativa e: incorreta. Embora os blocos econômicos sejam influentes, eles não impõem um poder absoluto sobre a globalização. O movimento operário não se internacionalizou de maneira significativa, e as barreiras linguísticas ainda são fortes, apesar do aumento no aprendizado de idiomas globais como o inglês.

