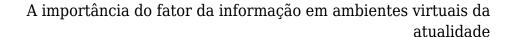




Desenho Cartoon de Milton Santos, por Romeiro.

O trabalho relativamente novo (2013) do consagrado geógrafo Milton Santos traz consistentes reflexões sobre o processo da globalização, tratando do modo como ela tem sido produzida, da perversidade que envolve a tirania da informação e do dinheiro, que resulta em competitividade desprovida de compaixão, em consumo aliado a seu despotismo e na confusão dos espíritos, dentre outros termos empregados pelo autor com precisão cirúrgica, como não poderia ser diferente, já que discursou com autoridade e desprezou o cumprimento de certas obrigações acadêmicas rituais ou, em suas palavras, dispensou o "cerimonial de referências".

Não obstante, em meio a suas críticas ferozes aos atores sociais que a produzem na perversidade, apresenta uma possibilidade efetiva de construção de um outro mundo, através de uma globalização humanizada, pois argumenta que no cenário atual há bases materiais como a unicidade da técnica, a convergência dos momentos (o conhecimento do "outro" que, em ambientes virtuais, verifica-se principalmente nas redes sociais) e o conhecimento do planeta. No plano empírico, sustenta o autor, há fatos indicativos da emergência de uma nova história: observa-se enorme mistura de povos, raças, culturas e gostos em todos os continentes; e, graças aos progressos da informação, tem-se uma maior gama de filosofias, não mais estando o racionalismo europeu no centro.





Todavia, observados esses fatos e ainda encontrando-se a humanidade em um período técnico-científico tal que é possível produzir materiais em laboratório como verdadeiros frutos da inteligência humana, capaz de conceber com precisão os materiais antes de sua elaboração, a dupla tirania supramencionada do **dinheiro** e da **informação** continuam demasiado poderosas, criando enganos como a "**aldeia global**", a aparente ideia de que a sociedade está razoavelmente informada e um novo *ethos*, ou seja, um novo conjunto de costumes fortemente influenciado pela competitividade, sugerida pela produção e pelo consumo em seus aspectos negativos, o que torna-se fonte de novos totalitarismos.

Pode-se perguntar: qual o verdadeiro peso desses fatores? O que se dizer precisamente sobre o fator da informação? Há realmente possibilidade de totalitarismos vindos de atores sociais que detêm enorme poder?

Para não estender aquilo que não se propõe a ser uma exposição cabal a respeito do assunto, mas antes um breve estudo que suscita reflexões e perguntas, pode-se verificar quão sérias são suas preocupações relativas à informação no contexto da iminente **web 4.0**, por exemplo — caracterizada pelo escritor e orador de negócios americano Seth Godin em 2007 como um ambiente que envolve um cliente de e-mail inteligente a respeito do que o usuário e sua rede de colegas fazem, o uso daquilo que se conhece hoje como smartphone, um processador de textos que relaciona o que o usuário escreve ao que consta na web de informações a respeito e redes que eliminem o anonimato onde quer que se esteja<sup>[2]</sup> —, no qual não faltam casos de gigantes das redes sociais que exercem tal tirania descrita pelo geógrafo, a ponto de muitas vezes a própria crítica especializada corrente ser incapaz de acompanhar e descrever.

Esta, as mais das vezes, limita-se apenas a relatar o aumento das funcionalidades, ano após ano, que concorrem para uma realíssima interatividade que aparenta tornar as pessoas cada vez mais próximas através de tecnologias novas, mas pouco aprofunda-se em demonstrar como a utilização de informações dos usuários para gerar publicidade vem sendo prática usual das redes sociais de maneira pouco transparente, o que tem sido objeto de estudo apenas de reduzido número de pesquisadores sobre segurança on-line, como se vê na matéria da Ana Luiza Tieghi para a revista Espaço Aberto<sup>[3]</sup>.

Santos explica que um dado essencial a respeito do consumo é que **a produção do consumidor, hoje, precede à produção dos bens e serviços**; vê-se que esta explicação é exata quando se examina as práticas invasivas das gigantes redes sociais, para não citar as empresas menores que espelham-se nas redes sociais quanto a forma de conhecer os hábitos dos consumidores; posto isto, invevitavelmente percebe-se que o fator da **informação**, além do **dinheiro** que quase sempre relaciona-se a ele, exige uma visão

## A importância do fator da informação em ambientes virtuais da atualidade



supraempreendedora ao estudioso mais sério dos caminhos do empreendedorismo, vez que nem sempre encontra em seu campo tais preocupações que não faltam a um cientista social ou a pesquisadores da tecnologia com sérias preocupações éticas.

Vale então nesse cenário, aos dispostos ao exame mais grave, mais conhecimento, reflexões e questionamentos sobre como as informações têm sido usadas nas empresas, pequenas ou grandes, a fim de tornar claro se elas têm servido à construção de um outro mundo em que se vê humanização ou apenas a um aumento de competitividade através da produção de consumidores de forma demasiadamente antiética.

## Referências:

- 1. SANTOS, Milton. Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal. 23. ed. Rio de Janeiro: Record, 2013. 174 p. ISBN 978-85-01-05878-2.
- 2. GODIN, Seth. Web 4. Seth's Blog, 19 de janeiro de 2007. Disponível em: <a href="http://sethgodin.typepad.com/seths-blog/2007/01/web4.html">http://sethgodin.typepad.com/seths-blog/2007/01/web4.html</a>>. Acesso em: mai/18.
- 3. TIEGHI, Ana Luiza. Existe privacidade no mundo virtual?. Revista Espaço Aberto USP, edição 159 abril 2014 ano XIII. Disponível em:

<a href="http://www.usp.br/espacoaberto/?materia=existe-privacidade-no-mundo-virtual-2">http://www.usp.br/espacoaberto/?materia=existe-privacidade-no-mundo-virtual-2</a>. Acesso em: mai/18.

## Compartilhe isso:

- Clique para compartilhar no Facebook(abre em nova janela) Facebook
- Clique para imprimir(abre em nova janela) Imprimir
- Clique para enviar um link por e-mail para um amigo(abre em nova janela) E-mail
- Clique para compartilhar no LinkedIn(abre em nova janela) LinkedIn
- Clique para compartilhar no Tumblr(abre em nova janela) Tumblr
- Clique para compartilhar no Pinterest(abre em nova janela) Pinterest
- Clique para compartilhar no Telegram(abre em nova janela) Telegram
- Clique para compartilhar no WhatsApp(abre em nova janela) WhatsApp