



VI SEMANA DO CONHECIMENTO

**UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO:
INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS**

2 A 6 DE SETEMBRO/2019



Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:

Resumo **Relato de Experiência** **Relato de Caso**

O IMPACTO DAS NOVAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO MEIO AMBIENTE

AUTOR PRINCIPAL: Laura Covatti dos Santos

CO-AUTORES: Janaína Rigo Santin

ORIENTADOR: Janaína Rigo Santin

UNIVERSIDADE: Grupo de Pesquisa Relações Sociais e Dimensões do Poder, Faculdade de Direito (PPGD/UPF)

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como objetivo analisar o atual cenário do século XXI, o qual apresenta como característica a visão consumocentrista e hiperconsumista. Visando alcançar o lucro, a sociedade capitalista explora e domina o meio ambiente a fim de exercer a mercantilização, a partir disso, novos produtos são elaborados, adquiridos e descartados em nível acelerado. Nesse aspecto, surgem as Novas Tecnologias da Informação e Comunicação, como um mecanismo de divulgação em larga escala, favorecendo o aumento da industrialização dos objetos de consumo, sem qualquer preocupação com a natureza. Diante dessa situação, percebe-se a necessidade de discutir esse tema, alertando os consumidores sobre os riscos advindos do domínio e da extração do meio natural, bem como, das desigualdades geradas pelos meios tecnológicos.

DESENVOLVIMENTO:

A aproximação entre o ser humano e o meio ambiente acarretou algumas consequências negativas devido a dominação e exploração desmedida da natureza, levando à chamada crise ambiental. Para Leff, a falta de conscientização e responsabilidade dos indivíduos induzem que "[...] a natureza-objeto parece vingar-se do sujeito do conhecimento que quer apreendê-lo e dominá-lo [...]. A crise ambiental - o colapso ecológico, o aquecimento global, a entropização da vida - são a revanche do real diante da objetivação forçada da natureza" (2010, p. 176). Logo, a conduta humana reforça ainda mais os desastres ecológicos, fazendo com que o desequilíbrio



VI SEMANA DO CONHECIMENTO

**UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO:
INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS**

2 A 6 DE SETEMBRO/2019



ambiental seja mantido e agravado com o passar do tempo. Segundo Boff, "[...] Se poluo o ar, acabo adoecendo e afetando todos os demais seres vivos. Se recupero a mata ciliar do rio que passa em meu terreno, preservo as águas, colaboro para com o aumento de seu volume e melho minha qualidade de vida [...]" (2012, p. 10), ou seja, o comportamento do sujeito influencia diretamente nos riscos e na devastação do meio ambiente, principalmente quando há a prática exagerada do consumo. Hoje, consome-se além do necessário, ultrapassando as necessidades básicas para a sobrevivência humana, afinal, explorar os elementos naturais conduz ao enriquecimento e ao empoderamento (PEREIRA; CALGARO, 2014, p. 14). Nesse sentido, as Novas Tecnologias da Informação e Comunicação promovem a cultura do consumo pela disseminação da publicidade em larga escala. Logo, a sociedade moderna - também conhecida como sociedade de consumidores - identifica os habitantes do Planeta Terra como sujeitos que idealizam e praticam o consumo. Sob essa ótica, fala-se em consumocentrismo e hiperconsumismo, pelo primeiro ao centralizar o consumo tendo como metas priorizar e aumentar o lucro a partir da industrialização e, pelo segundo o consumo exacerbado indo além do aspecto de consumismo. As tecnologias têm sido utilizadas para inúmeras finalidades, no entanto, há de se ressaltar que muitas pessoas ainda não possuem acesso, o que de fato implica nas desigualdades sociais. Muitos se encontram afastados desse novo espaço por diversos motivos, como por exemplo, a pobreza, as deficiências, a idade avançada e a dificuldade de se relacionar e manusear instrumentos tecnológicos. Sob uma perspectiva a tecnologia tem demonstrado o seu avanço (inteligência artificial, internet das coisas, propriedade intelectual), sob outra a disparidade também divide grupos, afinal, não são todas as pessoas que sabem utilizar determinados objetos (computadores, tablets, celulares). Hoje a internet promove um ambiente de encontros e desencontros, a facilidade de ser consumidor atrai a atenção de muitos indivíduos, pois para adquirir novos objetos basta ter acesso a esse espaço virtual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

A evolução das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação tem sido visualizada sob aspectos positivos e negativos, tendo em vista que, ao mesmo tempo que facilita a rápida comunicação e disseminação de informações, também leva às desigualdades sociais devido a parcela da população que não possui esse acesso. Portanto, as novas mídias, ao invés de continuarem influenciando nas práticas de consumo, deveriam criar estratégias sustentáveis para atenuar os riscos e a degradação ambiental.

REFERÊNCIAS

BOFF, Leonardo. O cuidado necessário: na vida, na saúde, na educação, na ecologia, na ética e na espiritualidade. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.



VI SEMANA DO CONHECIMENTO

**UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO:
INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS**

2 A 6 DE SETEMBRO/2019



LEFF, Enrique. Epistemologia ambiental. Tradução de Sandra Valenzuela. São Paulo: Cortez, 2010.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide. Os riscos ambientais advindos dos resíduos sólidos e o hiperconsumismo: a minimização dos impactos ambientais através das políticas públicas. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide; HORN, Luiz Fernando Del Rio (Orgs.). Resíduos sólidos: consumo, sustentabilidade e riscos ambientais. Caxias do Sul, RS: Plenum, 2014.

NÚMERO DA APROVAÇÃO CEP OU CEUA (para trabalhos de pesquisa): Número da aprovação. SOMENTE TRABALHOS DE PESQUISA

ANEXOS

Aqui poderá ser apresentada **somente UMA página com anexos** (figuras e/ou tabelas), se necessário.