



**SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO E CULTURA
REDE MUNICIPAL DE ENSINO
ATIVIDADES PEDAGÓGICAS COMPLEMENTARES**

Escola: _____

Estudante: _____

Componente curricular: Geografia

Período: 01/06/2021 a 28/06/2021

Etapa: Ensino Fundamental II

Turma: 8º ano

- As atividades das APCs serão adequadas de acordo com a limitação e necessidade de cada estudante pelo professor (a) de Apoio e Supervisão do Departamento de Coordenação de Educação de Inclusão Social

CADERNO 4

AULA 01 e 02 – Hegemonia cultural dos Estados Unidos

Já estudamos, nas aulas anteriores, sobre o processo de globalização – que se dá pela integração entre países, pelas trocas comerciais, financeiras, políticas e culturais. Para estudar um pouco mais sobre esse processo, leia o texto abaixo sobre a influência que os Estados Unidos (EUA), maior economia mundial, com empresas espalhadas pelo mundo todo, exerce sobre o Brasil.

A Americanização e os seus efeitos na sociedade brasileira

Sendo os Estados Unidos da América uma grande potência econômica em um mundo predominantemente capitalista. É notório que a sua influência sobre os demais países do mundo se faz intensamente presente com o advento da globalização.

Tal influência não se restringe ao meio financeiro, mas o tendo como impulso para a difusão de sua cultura, padrão de vida e ideais. Que repercute na substituição de características nacionais dos demais países, em busca de assemelhar-se (ainda que involuntariamente) com o que lhe é pregado. O que se trata do fenômeno sociológico chamado “Americanização”.

O Brasil é um claro exemplo desse fenômeno, tendo a população brasileira como grande adepta dos produtos e serviços oferecidos. Sendo tal consumo pelo que é estrangeiro, perceptível nos mais diversos setores da vida cotidiana, tais quais: a economia, cultura, lazer, língua e até mesmo, valores.

Em uma pesquisa recente feita por uma turma do primeiro ano do ensino médio no CEBRIC. Constatou-se que mais de 90% dos jovens entre 14 a 18 anos (na instituição escolar) quando questionados a respeito de suas preferências por filmes e séries, optaram por obras estadunidenses. Tal fato aparentemente banal, reflete a eficácia do mais importante instrumento do qual utiliza-se a americanização: a divulgação maciça do “American Way of Live” (modo de vida americano) por meio da indústria cinematográfica. O fato dos grandes sucessos de bilheteria serem hollywoodianos, sejam clássicos como “Titanic” e “E o vento levou” ou modernos, como as produções da Marvel e DC Comics. São ícones da boa aceitação da cultura americana, muito bem representados nos mesmos, seja pela vida dos personagens, pelas cores de seus uniformes ou pela bandeira que deve ser obrigatoriamente representada em todas as produções americanas. Através desses, são transmitidos à nós padrões de comportamento, estética e consumo.

Outro fator a ser analisado é a atribuição de excedente valorização dos produtos estrangeiros. Devendo ser notado como nós, brasileiros, frequentemente associamos o adjetivo “importado” como sinônimo de excelência e superioridade de um produto aos demais, sem levar em consideração sua durabilidade e real eficácia. Tal visão, foi reprimida no processo de industrialização do Brasil durante o Estado Novo, visando a substituição dos produtos de origem estrangeira pelos nacionais. O que ao passar do tempo abandonou-se e hoje temos a Gap, Hollister, Forever 21, Starbucks, McDonalds e diversas outras marcas exaltadas por nós que são completamente comuns em seus países de

origem.

Somado a isso, suas consequências ramificaram-se de modo a atingir até mesmo a Língua Portuguesa. O estrangeirismo que consiste na introdução palavras vindas de outros idiomas à língua local, com predominância no anglicismo (quanto a temos da língua inglesa). Percebe-se nas inúmeras palavras "gringas" em rótulos e embalagens, sendo usadas predominantemente pelo marketing e propaganda. Em consonância a isso, o seu uso cotidiano estende-se do vocabulário formal ao informal. Palavras como: backup, pen drive, check-in, design, ok, link, show, jeans, pizza, delivery e game são provenientes do Inglês, algumas modificadas e oficialmente adotadas pelo nosso idioma e outra não (ou ainda não).

É inegável que vivenciamos tal fenômeno nos dias atuais. Portanto, deve-se sim, reconhecer a qualidade e o avanço dos Estados Unidos em alguns setores em relação ao Brasil. Mas, de modo algum, abrir mão das riquíssimas características culturais e sociais que dão identidade a nação brasileira, e consequentemente aos seus cidadãos. Porque diferente dos americanos, nós brasileiros não nutrimos o sentimento patriótico, que assim deveríamos ter.

TEXTO: Lorraine Silva

REVISÃO: J.P Goulart

Fonte: <https://brigadeiraonews.wordpress.com/2017/06/19/a-americanizacao-e-os-seus-efeitos-na-sociedade-brasileira/>

Atividades:

1. O que é o fenômeno da Americanização?

2. Você prefere filmes de origem nacional ou dos Estados Unidos? Que filme você já assistiu da Marvel ou DC?]

3. Você já ouviu falar de produtos dessas empresas: McDonalds, Coca-Cola, Sony? O que elas vedem? ?

4. Quais palavras de origem inglesa você utiliza no dia a dia?

AULA 03 e 04 – Avaliação Bimestral

Nessa aula será aplicada a avaliação bimestral de Geografia, via Google Forms ou material impresso.

AULA 05 e 06 – As multinacionais e Globalização

Dando continuidade ao estudo do processo de Globalização, nessas aulas você irá ver um pouco sobre o papel das Multinacionais – que como o nome já sugere, são empresas que estão em várias (multi) países (nações) do mundo. Para isso leia o texto abaixo sobre o papel dessas empresas globais:

Multinacionais - O papel das multinacionais na globalização

Autor: Luiz Carlos Parejo

A globalização produtiva ocorreu com o crescimento e a expansão das multinacionais. Elas estão presentes em todos os países do mundo e atualmente passam por incorporações e fusões, com a ampliação do seu ramo de atuação.

Várias multinacionais industriais apresentam lucro maior no setor financeiro que na produção industrial.

Muitas multinacionais já são mais ricas que países. Em 1999, as dez maiores corporações mundiais (General Motors, Wal-Mart, Exxon Móbil, Ford, DaimlerChrysler, Mitsui, Mitsubishi, Toyota, General Electric e Itochu) venderam US\$ 1,4 trilhão. Essas empresas possuem 50% dos seus ativos

no exterior, mais de 60% das vendas são para o mercado internacional e 60% dos empregados são mantidos fora do país sede.

Mão-de-obra barata

A cadeia produtiva se fragmentou e as empresas dividem as etapas de produção em vários países, de acordo com suas vantagens comparativas (mão-de-obra barata, localização mais próxima da matéria-prima ou do mercado consumidor, leis ambientais brandas, disponibilidade de energia barata etc).

As atividades mais criativas (como o desenvolvimento do projeto e da tecnologia e o marketing) e de comando se concentram na matriz, geralmente em um país desenvolvido.

As atividades repetitivas de montagem, com baixo conteúdo tecnológico, se concentram em países não desenvolvidos que oferecem incentivos fiscais, mão-de-obra barata e subsídios. Em países que adotaram o neoliberalismo nas relações de trabalho (flexibilização e desregulamentação), as vantagens são ainda maiores.

O caso Nike

Várias indústrias têxteis dos EUA não conseguiam concorrer com produtos similares produzidos na Ásia, por causa do alto custo da mão-de-obra americana. Com a criação do Nafta, elas transferiram a linha de produção para o norte do México, onde a mão-de-obra é muito mais barata. Depois, o produto acabado é reexportado para os EUA.

A Nike americana não possui nenhuma fábrica nos EUA e mais de 90% da sua produção ocorre no sul e sudeste da Ásia, cabendo à matriz o desenvolvimento do projeto e o marketing.

Fusões

As fusões e incorporações marcam este período de globalização. As grandes empresas estão se associando para não quebrar ou para aumentar a sua competitividade.

A Mercedes Benz (alemã) comprou a Chrysler (americana), criando a DaimlerChrysler, que exportava mais que a África do Sul. Em seguida, essa nova empresa comprou 34% da Mitsubishi Motor Cars (japonesa). Essa é uma tendência generalizada. Em 1999, dos US\$ 865 bilhões investidos pelas multinacionais, 83% destinavam-se a compras e fusões.

As corporações financeiras também crescem e espalham seus investimentos especulativos pelo globo. Os fundos de investimentos recebem bilhões de dólares de pequenos investidores. Por exemplo, um especulador médio como Edward Jones maneja US\$ 225 bilhões e a Merrill Lynch algo como US\$ 1 trilhão.

Fonte: <https://educacao.uol.com.br/disciplinas/geografia/multinacionais-o-papel-das-multinacionais-na-globalizacao.htm>

Atividades:

1. O que são as multinacionais?
-
-

2. Cite algumas multinacionais mencionadas no texto:
-
-

3. Por que as multinacionais se espalharam por vários países do mundo?
-
-

4. Que produtos você consome que são de empresas multinacionais? (ex: chocolate da Nestlé – empresa da Suíça)
-
-