

A NOVA ORDEM MUNDIAL E A GEOGRAFIA DO PODER

THE NEW WORLD ORDER AND THE GEOGRAPHY OF POWER

Elían Alabi Lucci¹

RESUMO: O presente artigo discute aspectos relevantes presentes na configuração de uma nova ordem mundial criada após o fim da era bipolar. Este novo mundo em que passamos a viver na Era Digital vem permitindo às grandes potências mundiais a organização de uma nova ordem mundial, representada pela padronização e aglutinação de tudo aquilo que marca a vida da sociedade global: moeda, usos e costumes, hábitos alimentares e até a própria maneira de pensar.

Palavras-chave: Globalização; Economia e Sociedade; Geopolítica Mundial; Poder dos M's

ABSTRACT: This article discusses relevant issues in the present setting a new world order created after the end of the bipolar era. This new world in which we now live in the digital age has allowed the major powers to organize a new world order, represented by the standardization and aggregation of all that marks the life of the global society: currency and customs, eating habits and even the very way of thinking.

Key words: Globalization, Economics and Society, World Geopolitics; M's Power

"Para combater o inimigo é preciso conhecê-lo, pois não se pode lutar contra algo que não se conhece".

Sun Tzu

Da velha a nova ordem mundial

A passagem da velha ordem bipolar para a nova ordem multipolar deu-se através dos mais diversos "fins": fim da era contemporânea, fim da História (Francis Fukuyama), fim da Geografia (Paul Virillo), fim da Sociedade Industrial e outros "fins" ou "pós-tudo" (sociedade pós-industrial, pós-urbano, pós-humano) que foram anunciando a aurora de uma nova ordem ou, até para alguns, a nova desordem mundial.

No bojo desta confusão de fins e pós, com o surgimento da Globalização e as mudanças nas temporalidades e espacialidades, que marcam a História e a Geografia, o mundo parece que ficou cada vez menor tornando-se uma aldeia global (Marshall Macluhan).

- 1º E finalmente estamos antevendo uma única Bolsa de Valores
- 2º Que vai negociar uma única ação
- 3º Já que só existirá uma única companhia
- 4º A globalização não é o máximo?

Como o mundo ficou pequeno graças à globalização, tornou-se mais fácil administrá-lo através da revolução tecnológica representada pela informática e a consequente revolução nos meios de transportes e de comunicações.

Este novo mundo em que passamos a viver na Era Digital vem permitindo às grandes potências mundiais a organização de uma nova ordem mundial, representada pela padronização e aglutinação de tudo aquilo que marca a vida da sociedade global: moeda, usos e costumes, hábitos alimentares e até a própria maneira de pensar.



¹ Autor de livros Editora Saraiva. Diretoria Executiva da Associação dos Geógrafos Brasileiros, Seção Bauru. E-mail: elianlucci@hotmail.com. Site: www.professorelian.com.br

Vejamos o que nos diz o sociólogo alemão Ulrich Beck: “com o termo globalização são identificados processos que têm por consequência a subjugação e a ligação transversal dos estados nacionais e sua soberania através de atores transnacionais, suas oportunidades de mercado, orientações, identidades e redes.”

Esta visão de uma nova arquitetura do mundo nos causa grande apreensão, pois implica em as pessoas perderem suas personalidades e serem conduzidas como verdadeiros rebanhos.

Para se entender melhor isto, temos que regredir no tempo e dizer que desde o início do século passado as grandes corporações financeiras e industriais constituíram um grupo que passou a se reunir secretamente. Esse grupo de atores econômicos procura juntamente com alguns chefes de estados darem um rumo a nossa sociedade de acordo com seus interesses comerciais e financeiros e até mesmo de ordem cultural e espiritual.

O nome do referido grupo é Bilderberg, em alusão ao primeiro hotel em que se reuniram para começar sua escalada de dominar o mundo.

Recentemente foi lançado um livro – A Verdadeira História do Grupo Bilderberg - inicialmente editado em vinte e oito países e em vinte e um idiomas. A primeira edição do livro, em alguns países (Colômbia, México entre outros) esgotou-se em apenas quatro horas e provocou manifestações em frente as embaixadas dos Estados Unidos que, como é óbvio, ninguém viu e não ouviu na TV ou nos noticiários da imprensa.

O grande instrumento da ONU, que seria uma espécie de estado supranacional e testa de ferro do grupo Bilderberg para tentar chegar a esta condição chama-se Carta da Terra.

Vejamos algumas considerações propostas na elaboração desta carta.

De acordo com a Carta da Terra, em elaboração pela ONU, a Globalização vem sendo reinterpretada a luz de uma nova visão de mundo e do lugar do ser humano no mundo. Essa nova visão tem por nome *holismo*.

Tal palavra de origem grega significa que o mundo constitui um todo, dotado de mais realidade e mais valor que as partes que o compõe. Nesse todo o surgimento do ser humano não é senão um avatar da evolução da matéria e, pela morte, retornará definitivamente à matéria. Para consolidar esta visão holística, alguns obstáculos devem ser aplainados. As religiões em geral, figuram entre os obstáculos que se devem neutralizar.

Fortemente influenciada pela New Age, a ONU visa à criação de uma nova religião mundial única. Segundo a ONU, a Globalização não deve envolver apenas algumas esferas como a da política, do direito, mas ela deve envolver a alma global.

No que concerne a Educação, a ONU, através da Carta da Terra quer fazer crescer a sobrevalorização do pragmatismo, da eficiência meramente técnica e do conformismo. O mais importante é a formação profissional, concebida como único meio de acesso ao mercado de trabalho. A ideia é a de que, com uma melhor qualificação técnica, se tenha maiores possibilidades de conseguir um emprego num mercado de trabalho em declínio. Em consequência a isso, a reflexão sobre os problemas da sociedade assume cada vez menos importância; e valores como engajamento, mobilização social, solidariedade e comunidade perdem seus significados. Importante é o luxo, o lucro, o egocentrismo, a “liberdade do indivíduo” e um lugar no “bem-estar dos poucos”. Esses valores são difundidos pelos grandes meios de comunicação e os jovens são, nisto, os mais atingidos. A diminuição do sujeito/indivíduo surge como decorrência, pois o ser humano é cada vez mais encarado como coisa e estimulado a satisfazer prazeres supérfluos.



Nem as crianças escapam!

Tendo em vista a Globalização, a ONU nos diz ainda, através da Carta da Terra, que é preciso criar o Pacto Econômico Mundial.

Tratar-se-ia de obter a adesão a este pacto de um grande número de atores econômicos e sociais: companhias, homens de negócios, sindicatos, ONGs.

Esse pacto segundo ela seria necessário para se regular os mercados mundiais, para ampliar o acesso às tecnologias vitais, para distribuir a informação e o saber, para divulgar cuidados básicos em matéria de saúde, etc.

Esse pacto proposto pela ONU suscita graves interrogações: será que podemos contar com as grandes companhias mundiais para resolver os problemas, que ela já poderia há muito tempo ter tentado resolver e proporcionar um mundo melhor, mais justo, mais digno e mais humano?

Mas grave ainda é que, como a ONU sempre está à beira da falência, não se arrisca ela a ser vítima de uma tentativa de compra por parte de um consórcio de grandes companhias e chefes de estados mundiais? Ai está o grupo Bilderberg ou como pensávamos eu e Milton Santos em um trabalho que nos propusemos a fazer pouco antes de seu falecimento – o domínio do mundo pelo poder dos Ms.

E que Ms são estes?

São os Ms que vem se sucedendo a partir do processo de Globalização, processo e não mais um modismo como diz David Harvey, no livro O Novo Imperialismo.

Vamos conhecer alguns deles a seguir.

A Globalização e o Poder dos “Ms”

A partir dos anos 1990, o mundo passa a se estruturar em função de alguns poderes que em quase sua totalidade são representados pela letra “m”. Isto se deve principalmente a presença de um novo processo que marca a sociedade global. Esse processo como o caracteriza muito bem David Harvey denomina-se Globalização.

O primeiro dos **Ms** é o Mercado. Entende-se por mercado todas as relações de compra e venda seja ela entre pessoas, instituições ou países. O comércio internacional hoje é uma das atividades mais importantes



http://jornalnovaordemmundial.blogspot.com/2009_05_01_archive.html

de toda a história da humanidade. Um exemplo disso é uma placa que se encontrava na entrada de um grande hipermercado em Portugal e na qual constava: “Se você não sabe o que quer, entre que nós temos”. Com esse exemplo conseguimos enxergar que existe uma grande demanda criada pelo mercado. O mercado através de outros *emes* que serão abordados a seguir sabe impor as novas condições de vida à sociedade moldando-a conforme sua oferta.

Editoria de Arte/Folhapress

COMANDO DE FORA

Estrangeiros entram na publicidade brasileira



Os maiores grupos do mundo em 2010

		Faturamento, em US\$ bilhões
1	WPP	14,4
2	Omnicon Group	12,5
3	Publicis Groupe	7,2
4	Interpublic Group	6,5
5	Dentsu Inc.	3,6

Fonte: AdAge (ranking)

<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/972474-multinacionais-ja-controlam-publicidade-no-brasil.shtml>

O Segundo grande **M**, que a partir da década de 1960, começa a mandar no planeta é o **M** representado pelas empresas Multinacionais ou Transnacionais que desenvolvem seus produtos todos voltados para o mercado internacional. Essas empresas que eram em 1960, aproximadamente 3.000 (três mil), chegam ao final dos anos 1990, com um número estrondoso de 60.000 (sessenta mil). São essas empresas que comandam todo o processo econômico global a partir, entre outras coisas, da aplicação da relação custo-benefício. Com o processo de desterritorialização graças às três revoluções que sustentam a globalização (Meio de Transportes, Meios de Comunicação e Revolução Tecnológica) as fronteiras caem e a soberania dos países se vê ameaçada. O poder econômico das multinacionais passa por cima das fronteiras e do poder dos governantes, abalando, assim, a própria base jurídica do Estado que é o território.

Para que as multinacionais conseguissem chegar ao poder de mando que elas têm hoje em toda a sociedade global, elas dependem de vários ajudantes de ordens que começam também pela letra M.

O primeiro desses poderes ou ajudantes de ordem é a Mídia. Esta que era até bem pouco considerada o quarto poder hoje praticamente se constitui como segundo poder. Podemos até dizer que ela que faz em linguagem futebolística o meio de campo para a vitória das transnacionais. Pode-se ainda atribuir à mídia a denominação “braço armado” do processo de globalização, tal a guerra que ela provoca bombardeando nossas consciências que sempre precisamos de algo mais para nos inserir neste mundo que não é mais nem capitalista, nem socialista, mas materialista e hedonista.

A mídia criou um novo tipo de sociedade que um grande pensador francês, Guy Debord denominada de “**A Sociedade do Espetáculo**”. As eleições norte-americanas se transformam num verdadeiro espetáculo. A copa do mundo e as olimpíadas se tornam também na mão das



multinacionais e da mídia em grandes espetáculos que sugerem um determinado modo de vida, e a compra dos mais diversos tipos de produtos que preenchem a cada dia novas necessidades que esse **M** poderoso da mídia cria.

Depois do papel exercido pela mídia outro **M** poderoso que com ela cria o grande complô representado pela palavra compra é o Marketing. A partir de 1960, graças a um homem de marketing, Theodore Levit, o marketing ganha uma força monumental e cujo principal objetivo é “criar necessidades”, ou melhor, ainda, vender aquilo que não queremos comprar. A atual fase do processo de globalização (quarta) começa com as considerações desse homem de marketing.

Esta quarta fase da globalização foi gestada a partir dos anos 1960 e vai se consolidar trinta anos depois, nos anos 1990. Ela traz consigo uma nova sociedade denominada de “Sociedade da Informação”, do Conhecimento ou Pós-industrial. Essa sociedade não é mais regida pelo sistema de produção Fordista Taylorista, mas pelo sistema **Toyotista**.

O quarto **M** que alimenta a cadeia do consumo, que faz a alegria das multinacionais é a “marca”. Tudo hoje, no mundo das compras, é regido pelas marcas, desde as fraldas de um recém-nascido até o desespero dos mais velhos em consumirem vitaminas e suplementos produzidos pelas grandes farmacêuticas multinacionais com o intuito de estender a vida humana no planeta.

Na Itália, encontram-se mais de mil grandes agências de publicidade que ganham fortunas para transformar as vendas de produtos de caráter local e regional em grandes produtos ou grifes internacionais. Esse processo de transformação recebe o nome de “Naming”, que começa quase sempre pela alteração do nome do produto que é vendido em caráter local para um nome mais aceitável em caráter global. Isto se deu com a marca de um dos bombons mais famosos do mundo Bacci (beijo) que antes do banho de “Naming” chamava-se “soco” em língua portuguesa.

Com a globalização, o “Logo” das grandes empresas multinacionais vale mais do que todo seu ativo fixo, como por exemplo, a Coca-Cola, Nike, Xerox entre outras que tem seu logotipo mundialmente conhecido e valorizado. Uma criança de apenas 3, 4 anos de idade hoje já identifica os produtos do McDonald's. Bastando para isso apenas ver o logotipo dessa rede mundial de *fast-food* que pelo marketing, acaba despertando a sua vontade e necessidade de consumir os produtos.

Outro **M** é a moda, que vem como consequência da marca que é trabalhada insistentemente pelos meios de comunicação que usam para isso grandes nomes da televisão, cinema e do esporte como referências do consumo de determinados produtos e marcas.



Um **M** mais recente e que ganha proporções, sobretudo entre os jovens, é o Messenger. O Messenger é um meio de comunicação e pode ser entendido como uma grande revolução nos meios de comunicação. Além de aproximar o mundo com conversas é onde os jovens têm desenvolvido a maior parte de suas conversas e relações, sejam elas benéficas ou maléficas, como amizades ou tormentos nas vidas alheias (Bullying, Fraudes, Crime Virtual que normalmente vem junto com o crime organizado, entre outros). O Messenger é um meio de comunicação que tem sido muito utilizado para redução de custos, de tempo e saliva. Apesar de todos esses benefícios, tem trazido prejuízos à gramática dos que o utilizam com a criação de abreviações irregulares e palavras inexistentes que empobrecem a gramática e a Língua Portuguesa em si.

No campo cultural, mais precisamente da música, que é uma das formas de entretenimento mais disseminada

na sociedade global, também temos um **M** regente, este é o MP3. O MP3 como formato de música digital, revolucionou o mercado de players dando espaço a novas marcas e produtos que também foram influenciados pelo marketing e moda. Também revolucionou a venda de músicas, quando há alguns anos atrás se comprava CD's, hoje, compra-se MP3 e MP4 em lojas virtuais.

Aí está um exemplo marcante do que se produzem na sociedade Pós-industrial e que muda o conceito de trabalho, possibilitando oportunidades ao invés de uma busca por emprego fixo que era forma clássica de trabalho na sociedade industrial. Um exemplo disso é o que ocorre hoje na sociedade norte-americana, em que, uma pessoa que vive até os 60 anos, muda em média oito vezes de emprego ou de ocupação.

Referências

DUBAY, Eric. **The Atlantean Conspiracy**. London: Zion, 2011.

ESTULIN, Daniel. **A Verdadeira História do Clube Bilderberg**. Barcelona: Planeta, 2005.

IKE, David. **O Grande Segredo**. Bertelsmann Industry Services Inc. Valencia, California, USA, 1999.

LLANO, Alejandro. La otra cara de la globalización. In: **Revista Nuestro Tiempo**, II-IV, Madri, 2001.