

H572

A POLÍTICA TERRITORIAL DA FIAT E SUA REDE DE FORNECEDORES DE AUTOPEÇAS

Josimara Martins Dias (Bolsista SAE/UNICAMP) e Prof. Dr. Ricardo Abid Castillo (Orientador),
Instituto de Geociências – IG, UNICAMP

Ambicionamos contribuir na elaboração de uma teoria substantiva da organização, do uso e da regulação do território brasileiro por meio de uma análise das condições materiais e normativas de mobilidade geográfica do período atual, denominado por meio técnico-científico-informacional. Após a década de 1970, a principal característica entre as empresas é a possibilidade de acesso a diversos lugares selecionados do mundo, com articulação geográfica funcional de todos os segmentos da produção, desenvolvendo uma competitividade agressiva. A coordenação precisa das atividades estrategicamente distribuídas e dos fluxos entre elas se dá pela aplicação de avançadas tecnologias de transmissão, instantânea e simultânea, de informação às diversas redes geográficas. A fim de evidenciar o exposto, foi estudado o caso da FIAT e sua rede de fornecedores de autopeças. Dessa forma, interpretamos a política de alienação territorial praticada pelas empresa hegemônicas no Brasil, as quais são apoiada em NTI's, sendo a FIAT um exemplo de produção transnacional, que estabeleceu uma organização hierárquica e racional entre as atividades a montante e a jusante do circuito espacial produtivo ligado a um círculo de cooperação mundial, valendo-se dessas novas tecnologias.

Redes – Território - Telecomunicações