

O CONSUMO VIRTUAL E O EU FRENTE A NOVAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO

Jaqueline Reinert Godoy¹, Gláucia Valéria Pinheiro de Brida²

RESUMO: O consumo virtual é resultado das atuais inovações tecnológicas no campo da informação e comunicação, como a internet, e da globalização da economia. O objetivo deste trabalho é compreender as consequências das novas tecnologias de informação, em especial a internet, na subjetividade, a partir da experiência do consumo virtual. Foram realizadas entrevistas semi-dirigidas com vinte pessoas, entre 25 e 54 anos de idade, na cidade de Maringá, que atendem aos critérios do consumidor virtual. A análise das entrevistas mostrou que o modo como o consumidor virtual percebe sua experiência e se relaciona com as tecnologias envolvidas neste comportamento demonstra uma falsa percepção de controle do tempo e interação social, uma fragilidade egóica, que interfere no modo como ele apreende e simboliza sobre o real, se caracterizando como “múltiplos eus”. Ao se identificar com essas inovações tecnológicas, surge então um novo modelo subjetivo de homem, caracterizado pela inovação e evolução constantes, tão eficiente quanto a tecnologia que utiliza.

PALAVRAS-CHAVE: Internet, Inovações tecnológicas, Consumo virtual, Subjetividade

INTRODUÇÃO

A Revolução das Tecnologias da informação das últimas décadas aproxima-se da Revolução Industrial, pelo menos no que diz respeito àquela de suas vertentes que maior impacto teve nas últimas décadas - a da conexão dos computadores em rede – que chamaremos de Revolução da Internet. O que esses dois processos revolucionários têm em comum é a geração de novos espaços de vida, as alterações de amplo alcance nos estilos de agir, de viver e de ser dos homens e mulheres que lhes foram contemporâneos e a proliferação de vocábulos que expressam novos interesses, novas necessidades, novas formas de vida, novos relacionamentos e novos conflitos. Essas revoluções são marcadas pela descontinuidade, que parece ser a grande responsável pela transformação no modo de vida, quanto pelas profundas transformações sociais recentemente introduzidas pela nova ordem digital (Nicolaci-da-costa, 2002).

Para Silveira (2004) as transformações das novas tecnologias da informação não são apenas tecnológicas, mas também econômicas, sociais e culturais que abrangem todo o planeta, fenômeno conhecido como globalização, e que tem como resultado uma sociedade em rede, através da mídia e da internet.

Entre os efeitos da internet no dia a dia das pessoas, temos o aumento significativo do consumo virtual. De acordo com estudo realizado pela consultoria IDC Digital Marketplace Model and Forecast, em 2008 quase metade dos internautas farão uso das lojas virtuais para suas compras. Em quatro anos, os consumidores on-line passarão à casa do 1 bilhão de pessoas e movimentarão US\$ 1,2 trilhão. Entre as atividades favoritas dos usuários da internet estão: pesquisa, compras e envio de e-mail.

O presente trabalho é resultado de uma pesquisa que teve como objetivo compreender as consequências das novas tecnologias de informação, em especial a

¹ Discente do Curso de Psicologia do Centro Universitário de Maringá – CESUMAR, Maringá – PR. Programa de Iniciação Científica. jaquelinereinert@hotmail.com

² Docente do curso de Psicologia do Centro Universitário de Maringá – CESUMAR, Maringá – PR. glauciabrida@cesumar.br

internet, na subjetividade, a partir da experiência do consumo virtual. Para tanto, foram realizadas entrevistas semi-dirigidas com vinte pessoas com idade superior a 25 anos, residentes na cidade de Maringá, região Norte do Paraná, e que realizam compras através da internet. As entrevistas foram analisadas a partir de autores que abordam o consumo em uma perspectiva crítica, e as conseqüências das novas tecnologias de informação na subjetividade.

MATERIAL E MÉTODOS

Para a compreensão das conseqüências das novas tecnologias da informação na subjetividade, a partir da experiência de consumo virtual foram realizadas entrevistas semi-dirigidas com vinte sujeitos entre 25 e 56 anos, residentes na cidade de Maringá, região Norte do Paraná, que realizam compras através da internet. Os dados coletados nas entrevistas verificaram inicialmente questões referentes ao perfil do consumidor virtual, bem como aspectos relacionados ao modo como o sujeito se relaciona com essa nova tecnologia.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para Nicolaci-da-costa (2002) o uso intensivo da rede, pode provocar um isolamento social, em virtude da substituição de relacionamentos e atividades reais por relacionamentos e atividades virtuais. Entre umas conseqüências psicológicas da longa permanência diante do computador utilizando a internet é o vício, caracterizado por alterações de comportamento, compulsão, a dependência e os problemas pessoais e sociais que são características do vício. Pode trazer também o isolamento social desencadeando a solidão e depressão.

Outra conseqüência do consumo virtual é o consumo exacerbado que gera o consumismo, onde o indivíduo compra sem limite causando perturbações no comportamento. Para Baptista (1998) as perturbações de comportamento que envolve uma maior dificuldade no controle de impulsos são facilitadas pelas possibilidades de satisfação imediata do impulso. E muitos dos locais comerciais da Internet têm vindo a investir largamente na concretização de sites de fácil utilização, em que as compras se fazem de forma quase imediata o acesso facilitado e imediato a muitas coisas, introduz uma noção do aqui e agora. Na obtenção de satisfações pessoais, que entra em forte competição com a capacidade para adiar a gratificação pessoal em prol de objetivos mais complexos ou superiores.

As inovações tecnológicas e o uso da internet , traz impactos na vida homem moderno. Para Simmel (1902, apud Nicolaci-da-costa,2002) o cotidiano dos indivíduos no espaço virtual é permeado por um excesso de estímulos, racionalidade, a frieza, o anonimato, a reserva, o isolamento, o cálculo, a mobilidade, a pontualidade e a praticidade. Essas inovações contribuem para comportamentos e novos traços psíquicos. Para Nicolaci-da-costa (2002) esses novos espaços correspondem a novas necessidades, novas demandas, sociabilidade e sobrevivência, que tem como conseqüência novas formas de agir e de viver. Entre essas conseqüências a autora aborda a emergência de um novo modelo de organização psíquica em derivação o uso da internet. Para Turkle (1995 apud Nicolaci-da-costa 2002) essa organização psíquica se constitui em um modelo dos "múltiplos eus", em que os indivíduos vivem, a exemplo do que ocorre nos computadores, como se pudessem abrir várias "janelas" ao mesmo tempo, ou seja podem fazer várias atividades ao mesmo tempo.

Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

