

# Cidadania, informação e consumo: a Internet na formação do cidadão-consumidor da era do comércio eletrônico.

FRADE, Marco Antônio Fernandes. *Cidadania, informação e consumo: a Internet na formação do cidadão-consumidor da era do comércio eletrônico*. 2002. 163 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Escola de Ciência da Informação, UFMG, Belo Horizonte.

Verifica os conceitos de cidadania e informação, relacionando-os com a prática do consumo nas sociedades contemporâneas globalizadas. O objeto de estudo que justifica as premissas assumidas é o comércio eletrônico, suas características tecnológicas e estratégias de mercado. Para a coleta de dados, foram utilizadas entrevistas em profundidade com especialistas da área de comércio eletrônico a fim de investigar algumas questões consideradas relevantes, incluindo: a) o determinismo das sociedades capitalistas orientadas para o consumo; b) a utilização da informação como peça chave para atrair os consumidores no *sites* de comércio eletrônico; c) a mudança do perfil e dos objetivos da Internet em direção ao determinismo do consumo, observada a partir do enorme e rápido crescimento da audiência e dos volumes de negócios realizados nos *sites* de comércio eletrônico. Outro método utilizado foi a pesquisa documental, predominantemente as fontes primárias e secundárias, bem como relatórios e análises dos institutos de pesquisa que fazem o acompanhamento do comportamento de mercado e da audiência da Internet no Brasil. Conclui que a Internet é, hoje, um canal de comunicação que privilegia a utilização da informação para reafirmar a vocação consumista de todos os que acessam a rede. Sua ampliação para todas as esferas da vida do cidadão o faz participar, ainda que, involuntariamente, da hegemonia do capital, que se agravou com o acirramento dos processos de globalização impostos ao mundo contemporâneo.