

TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: AS INFLUÊNCIAS DAS NOVAS TECNOLOGIAS PERANTE A SOCIEDADE

ANDRADE, Livia Maria
liviaandrad@hotmail.com

FIMI

SILVA, Fabiano Correa da
fabianocosil@hotmail.com

FIMI

RESUMO

Os meios de comunicação em massa incentivam a sociedade ao consumo, à massificação de hábitos, costumes e atitudes. As informações são transmitidas, na maioria das vezes, por uma visão subjetiva. Este estudo teve por objetivo investigar se o avanço das tecnologias de informação e comunicação não viabiliza a interação consistente dos indivíduos. A metodologia utilizada foi pesquisa bibliográfica. Os resultados iniciais mostram que os meios de comunicação e informação exercem uma grande influência perante a sociedade. Por isso, conclui-se que as tecnologias de informação e comunicação têm grande participação nos termos relativos ao comportamento e ao consumismo na sociedade atual.

Palavras-chaves: tecnologias de informação e comunicação, consumismo, sociedade da informação.

INTRODUÇÃO

Com o rápido avanço das novas tecnologias da sociedade atual, este trabalho analisa a utilização das tecnologias de informação e comunicação (TIC) na vida cotidiana. Tal tecnologia criou novas formas de interação entre as pessoas. A TIC proporciona, em uma sociedade globalizada, o conhecimento de diversas culturas, uma melhoria dos meios de comunicação e uma rapidez cada vez maior, pois, vale ressaltar que nos dias atuais as informações são recebidas de maneira instantânea por todo o mundo e, esta tecnologia proporciona também o conhecimento de diversas culturas de um modo que anteriormente a estas invenções não era possível.

Os meios de comunicação em massa, como a televisão, o rádio, a Internet, entre outros, incentivam, de certa forma, a sociedade ao consumo. Ocorrendo, então, a massificação de hábitos, costumes e atitudes, fazendo com que certa sociedade seja exemplo a ser seguido por outras. Geralmente os países mais desenvolvidos são exemplos para os países menos desenvolvidos. Além disso, as informações são transmitidas, na maioria das vezes, por uma visão subjetiva, e isto faz com que a sociedade não tenha a visão objetiva dos fatos relatados por esta tecnologia.

O avanço das tecnologias de informação e comunicação é, às vezes, somente assistido pela sociedade, pois essa tecnologia não viabiliza a interação consistente dos indivíduos. Portanto, este artigo tem como objetivo investigar se este avanço não viabiliza, realmente, a interação da sociedade que fica limitada à persuasão e não é levada a um nível de real conscientização. Também tem como objetivo relatar a influência das novas tecnologias perante os indivíduos.

UMA NOVA SOCIEDADE: A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

A partir da década de 60, uma revolução tecnológica que leva ao final a Segunda Guerra Mundial, configura-se a sociedade de informação, que modifica, em um curto período, diversos aspectos da vida cotidiana (SALGADO, 2002).

Há dois fatores que determinaram o surgimento desta sociedade. Os fatores são a computação e a comunicação e essas tecnologias mudaram a quantidade, qualidade e velocidade das informações dos dias atuais (SALGADO, 2002).

No contexto histórico, a nova sociedade surgiu a partir de um empreendimento militar no auge da Guerra Fria, na década de 60 nos Estados Unidos, que estavam preocupados com um possível ataque militar da extinta União Soviética. Esta preocupação resultou na solicitação da ARPA (Advanced Research Projects Agency) para desenvolver uma rede de telecomunicações que não fosse interrompida por algum dano local. Sendo assim, a ARPA não poderia possuir uma central, para que não houvesse condições de sua destruição. Criada em 1970, a Arpanet estabeleceu conexão entre determinadas comunidades acadêmicas e a comunidade militar americana. No final da Guerra Fria, houve uma expansão da tecnologia de comunicação, conectando vários centros de pesquisas mundiais. E, a partir de intercâmbios de conhecimentos, ocorreu a criação do browser ou navegador, sendo assim, a Internet tornou-se, finalmente, realidade e passou a ser um novo meio de informação destinado à sociedade (SALGADO, 2002).

Uma das mudanças provocadas pelo uso das tecnologias de informação e comunicação possibilitou um novo comportamento dos usuários em relação ao uso da biblioteca e das fontes de informação. A biblioteca constitui-se como uma parte integrante da sociedade que acompanha o desenvolvimento social, econômico e tecnológico, passando a utilizar técnicas e processos automatizados, resultando em uma nova relação de armazenamento, registro, disseminação e recuperação da informação. Surgindo, então, uma nova forma de comunicação através dos meios tecnológicos, proporcionando o dinamismo e a rapidez na busca e nas formas de comunicação, causando um impacto na vida cotidiana (MORIGI; PAVAN, 2004).

Teoricamente, todos têm livre acesso à informação e direito de acesso a ela, mas, milhões de pessoas não usufruem, infelizmente, desta tecnologia por motivos variados, como questões culturais, sociais e, principalmente, financeira.

A sociedade da informação é uma nova forma de organização da economia e da sociedade. É entendida como um estágio de desenvolvimento social que é realizado pela capacidade dos indivíduos de adquirir e compartilhar informações (PALHARES; SILVA; ROSA). Sendo assim, a informação deve ser considerada como um elemento facilitador que amplia as transformações tanto culturais como sociais.

Conclui-se que tanto o avanço científico como o avanço tecnológico sempre têm a sociedade como referente. Há ainda uma relação entre a evolução histórica das civilizações e a mentalidade sociocultural e científica (TARGINO, 1995).

MÍDIA VERSUS CULTURA

A sociedade pode ter acesso à informação de diversas formas. Essas informações podem ser adquiridas em variados meios de comunicação, como a Internet, a televisão e o rádio. Os benefícios que essas tecnologias proporcionam para a sociedade podem comprometer o enriquecimento cultural dos indivíduos. A mídia frequentemente confere a tudo aquilo que parece ter valor objetivo e publicitário uma subjetividade, que tende, portanto, a escravizar a sociedade além de fazer com que esta adquira um caráter consciente (TARGINO, 1995).

O homem parece não se preocupar em ser escravo dos meios de comunicação, muito pelo contrário, a sociedade cada vez mais idolatra a mídia que adquire, a cada dia, mais adeptos.

A aparente democratização da informação é dada da seguinte maneira: ter acesso às informações da sociedade não significa que o cidadão irá participar de decisões públicas, por exemplo. Assim sendo, a mídia não dá viabilidade à interação consistente dos indivíduos, ela torna-se limitada a estratégias do uso da palavra e da imagem, tendo como objetivo a persuasão e não dando importância à conscientização da sociedade (TARGINO, 1995).

A TELEVISÃO: UM MEIO DE COMUNICAÇÃO EM MASSA

Não há quem nunca tenha observado a influência que a televisão exerce em uma sociedade. Estudos de psicologia mostram que a TV atinge a cognição, o afeto e a conduta de indivíduos, independentemente da origem, cultura e localidade (ORJUELA, 2001).

Esta tecnologia é considerada por muitos como o maior informante do universo. É a TV que influencia os demais meios de informação e comunicação. “A TV é junto com a família, a escola e a Igreja, uma das principais fontes culturais de socialização” (Kubey e Csikszentmihalyi, 1990, p. 24 apud ORJUELA, 2001).

Atualmente, é possível que no Brasil em cada dez famílias nove possuam uma TV em casa. Se o público de jornais e revistas forem somados e o resultado for dobrado, o valor corresponderia ao número de pessoas que assistem à televisão. Esta pesquisa mostra que, a maioria da população tem como única fonte de informação o televisor (Revista Meio e Mensagem, 1998, p. 24 apud ORJUELA, 2001).

Conclui-se que a maioria dos brasileiros tem como forma de lazer os programas televisivos, mas, isso não acontece somente no Brasil. A cada ano que passa, o número de pessoas que desfrutam constantemente desta tecnologia aumenta. A televisão chega a ser a única forma de lazer de algumas pessoas que se tornam cada vez mais individualistas e escravas de uma tecnologia, portanto, os estudos do uso da mídia e o modo como as pessoas utilizam o seu tempo de lazer têm grande afinidade para os pesquisadores. O número de horas que o indivíduo assiste à TV varia de acordo com a programação e o tempo livre da pessoa. As inovações tecnológicas também conseguem adquirir mais adeptos a esta tecnologia e grande parte da população não consegue imaginar como viver sem o televisor.

Mas, a diversidade de informações transmitidas pela televisão é imensa. Na maioria das vezes, pode-se afirmar que o tema que mais tem audiência é o tema que diferentes emissoras e programas debatem. A audiência é uma grande aliada ao meio de comunicação predileto da sociedade mundial, ela funciona como um termômetro que indica qual é o interesse maior do indivíduo que troca sua vida social para assisti-la. Quando a televisão é inserida na vida de uma sociedade, atividades esportivas, comunitárias, entre outras, decaem de uma maneira drástica.

A televisão é um dos meios que o ser humano utiliza para acabar com a solidão e analisar a vida humana em seus mais variados níveis, seja ele real, como acontece nos telejornais, seja ele ficcional, como ocorre nas novelas. Apesar da novela ser uma ficção, ou seja, algo que não condiz com a realidade, há indivíduos que se identificam com algumas personagens e há outras pessoas que adquirem uma antipatia por determinada personagem. Sendo assim, há alguns programas, como as novelas, que “entram” na vida dos telespectadores e este, quando não se encontra diante de uma televisão, o programa por ele assistido há algum tempo passa a ser assunto predominante de suas conversas. Isso demonstra como a televisão influi na vida da sociedade. E, quanto maior for a diversidade dos programas televisivos, maior será o uso da tecnologia (ORJUELA, 2001).

A televisão influi na vida de um indivíduo de tal maneira que a percepção de si mesmo e da sociedade que o rodeia é influenciada de um modo crescente pela TV, pela aprendizagem com base na observação dos outros. Sendo assim, a televisão tem, de certa forma, um aspecto formador do indivíduo como um todo, pois este analisará atitudes que são e não são pertinentes à sociedade e decidirá qual conduta tomar e de que maneira em diversas situações cotidianas que podem ter semelhanças à situação observada anteriormente. Este fenômeno já é estudado pela psicologia e recebe o nome de aprendizagem observacional ou por modelamento. Estudiosos afirmam que a televisão é a maior fonte de aprendizagem social.

Não é fácil explicar a maneira do efeito potencial produzido pelas novas tecnologias televisivas e a grande oferta e disponibilidade que a mídia proporciona às pessoas (ORJUELA, 2001). Pois, vale afirmar que o grande tempo gasto com a televisão demonstra a sua influência perante a sociedade, ela chega a ser substituída por outros meios de comunicação, como o rádio, cinema, leitura, música entre outros.

Para finalizar, “A atenção extensiva aos meios de comunicação de massa pela qual a TV é em boa parte responsável, representa uma das características que definem a vida na segunda metade de nosso século” (Comstock 1989, p. 242 apud ORJUELA, 2001).

AS TECNOLOGIAS E O CAPITALISMO

As tecnologias se tornam cada vez mais independentes da vontade humana, pois elas são apresentadas como seres dominadores, ou seja, a tecnologia, que é produto do homem, ganhou vida própria e uma certa superioridade racional sobre o ser humano (ARRUDA, 2001), atendendo perfeitamente às características atuais da sociedade capitalista e ao aumento do individualismo.

Atualmente, há diversas mudanças nas relações de trabalho e produção, que passam por transformações que estão ligadas ao desenvolvimento de novas tecnologias (COTRIM, 2002). A Revolução Industrial iniciou-se na Inglaterra, pois a burguesia inglesa acumulou capitais ao longo da Idade Moderna. Esta Revolução proporcionou uma nova ordem econômica e social que passou a ser uma sociedade industrial capitalista.

A tecnologia, ou a falta dela, embora não determine a evolução histórica e transformação social, incorpora a capacidade de transformação da sociedade como um todo (KOHLS, 1999). Portanto, o Estado pode ser capaz de desenvolver tecnologia para a sociedade, ou pode não dar valor a este desenvolvimento sendo, então, incapaz de desenvolvê-lo. O que caracteriza a revolução tecnológica atual é a aplicação de conhecimentos e informações para a geração de conhecimentos e dispositivos tanto de processamento como de comunicação. Cada sociedade tem um processo de evolução tecnológica diferente, o que proporciona uma certa dificuldade entre elas.

Perante a sociedade em que vivemos, o homem que possui uma renda financeira maior é inserido nestas tecnologias e aquele que não possui uma renda equivalente a ele fica, na maioria das vezes, excluído desta maldomia. Toda essa modernidade é apresentada ao homem de um meio que o deixa maravilhado com tamanha e tecnologia que há alguns anos não era imaginada. O tempo livre da sociedade está cada vez mais sendo ocupado pelo próprio sistema capitalista através do consumo em lazer e entretenimentos, portanto, o lazer significa, cada vez mais, consumo, o homem vive para consumir (ARRUDA, 2001).

A nova divisão internacional do trabalho também mudou. O novo trabalhador deve estar pronto para aprender e adaptar-se a mudanças, além de ser necessária a alfabetização do ponto de vista digital (BAGGIO, 2000). Sendo assim, o mundo da tecnologia se torna, mais uma vez, uma forma de exclusão daquele que não tem conhecimentos para utilizá-la. Mas, para aquele que

deseja aprender a utilizar tais tecnologias, o mundo da tecnologia se configura como inclusão digital, e tal alfabetização possibilitará a inclusão do indivíduo na sociedade e no meio de trabalho.

A tecnologia é o agente das transformações e o responsável pela criação de novas linguagens, contribuindo para mudar o ambiente natural, os padrões de trabalho, os padrões de consumo e os padrões de lazer exercendo influência ao homem de maneiras diferenciadas (TARGINO, 1995).

A transição das tecnologias e das instituições sociais é o reflexo de uma mudança, de uma passagem de um estágio ao outro. As Tecnologias de Informação e Comunicação revolucionaram os séculos XIX e XX, transformando o mundo em uma grande sociedade globalizada (BORGES, 2000). O saber é, atualmente, produzido justamente para ser vendido (CARVALHO, KANISKI, 2000).

UMA SOCIEDADE INDUZIDA AO CONSUMO

As novas tecnologias atribuem um imenso valor ao fator econômico fazendo menção ao consumo e os supostos benefícios que são adquiridos pelo consumismo.

O capitalismo instalou uma sociedade de consumo. A urbanização é um dos fatores que auxilia a expansão do consumo, mediando as relações sociais e interpessoais. O suporte da comunicação é o consumo, não somente expresso na publicidade, mas também em instâncias como o jornalismo impresso ou eletrônico. A participação dos cidadãos se dá pelo consumo em um mercado político fundamentando-se a democracia de massas. Surgindo, então, desigualdades no consumo, mas todos são vistos, teoricamente, com o mesmo potencial perante as leis de mercado, não dando visibilidade às diferenças de níveis econômicos da sociedade (TARGINO, 1995).

O consumo chega a ser em alguns países o estabelecimento básico de relações, agravando o distanciamento da cidadania e aumentando as desigualdades sociais e econômicas.

CONCLUSÃO

A sociedade atual presencia inúmeras mudanças em diversas áreas do conhecimento humano. As tecnologias de informação e comunicação têm provocado mudanças de conduta, de costumes, de consumo, no lazer, nas relações entre os indivíduos e nas formas como eles se comunicam. Recriando, então, novas identidades, novos hábitos sociais, novas formas de interação.

Há uma relação intrínseca entre o surgimento dessas novas tecnologias e o capitalismo, pois o capitalismo tem interesse em aumentar cada vez mais o aparecimento das tecnologias por estar à espera do lucro que estas podem proporcionar (MORAN, 1995). Sendo assim, o capitalismo visa que a sociedade seja seduzida cada vez mais pelo consumo e, como resultado desse consumismo, haverá lucros cada vez maiores.

A expansão da informação e da cultura fazem com que os indivíduos percebam as dimensões globais da sua existência, passando a captar a diversidade que o mundo proporciona e também a notar as desigualdades existentes no mundo globalizado. As Tecnologias de Informação e Comunicação, principalmente a mídia, penetram na vida das pessoas o que proporciona uma mudança nas relações interpessoais e se torna algo de extrema influência social, cultural e psicológica (SILVEIRA, 2002).

Como citado no presente artigo, a televisão exerce uma grande influência na sociedade contemporânea. Esta influência pode ser realizada no comportamento e também na maneira de consumo demasiado dos indivíduos.

Conclui-se que cada vez mais a sociedade torna-se escrava das tecnologias de informação e comunicação. Tal escravidão pode estar relacionada tanto às influências como também ao consumismo, além do fato de a sociedade somente “assistir” àquilo que as tecnologias decidem mostrar, de uma maneira subjetiva, e não ter oportunidade de se interar, na maioria das vezes, na sociedade. Fica implícito que a sociedade passa a ser somente um objeto de persuasão das tecnologias de informação e comunicação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARRUDA, Eucídio. **Uma Análise Sobre as Novas Tecnologias e Trabalho**: Ambivalências Atuais. Disponível em: <<http://www.revistateias.proped.pro.br/index.php/revistateias/article/viewFile/76/77>>. Acesso em: 1 mar. 2008.

BAGGIO, Rodrigo. **A Sociedade da Informação e a Infoexclusão**. Brasília, v. 29, n. 2, p. 16-21, maio/ago. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n2/a09v29n2.pdf>>. Acesso em: 19 abril 2008.

BORGES, Maria Alice Guimarães. **A compreensão da sociedade da informação**. Brasília, v. 29, n. 3, p. 25-32, set./dez. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n3/a03v29n3.pdf>>. Acesso em: 19 abril 2008.

CARVALHO, Isabel Cristina Louzada; KANISKI, Ana Lúcia. **A sociedade do conhecimento e acesso à informação**: para que e para quem? Brasília, v. 29, n. 3, p. 33-39, set./dez. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n3/a04v29n3.pdf>>. Acesso em: 19 abril 2008.

COTRIM, Gilberto. **História Global**: Brasil e Geral. 6 ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2002. p. 275-277.

KOHL, Volnei Krause. **O reflexo da sociedade em rede nas organizações**: a tecnologia da informação, a flexibilização e a descentralização concentradora (de poder e riqueza). REAd – Edição 12 Vol. 5 No. 4, Nov-Dez de 1999. Disponível em: <http://read.adm.ufrgs.br/edicoes/pdf/artigo_293.pdf>. Acesso em: 19 abril de 2008.

MORAN, José Manuel. **Novas tecnologias e o re-encantamento do mundo**. Tecnologia Educacional. Rio de Janeiro, vol. 23, n.126, setembro-outubro 1995, p. 24-26. Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/prof/moran/novtec.htm>>. Acesso em: 1 mar. 2008.

MORIGI, Valdir José; PAVAN, Cleusa. **Tecnologias de informação e comunicação:** novas sociabilidades nas bibliotecas universitárias. Brasília, v. 33, n. 1, p. 117-125, jan./abril 2004. Disponível em: <<http://www.ibict.br/cionline/viewarticle.php?id=99>>. Acesso em: 12 abril 2008.

ORJUELA, Guillermo Maurício Acosta. **Como e Porque Idosos Brasileiros Usam a Televisão:** Um Estudo dos Usos e Gratificações Associados ao Meio. 2001. 299 f. Tese de Doutorado – Universidade de Campinas, Campinas, 2001. Disponível em: <<http://libdigi.unicamp.br/document/?code=vtls000237908>>. Acesso em: 14 abril 2008.

PALHARES, Márcia Maria; SILVA, Raquel Inês da; ROSA, Rosemar. **As Novas Tecnologias da Informação numa Sociedade em Transição.** Disponível em: <http://www.cinform.ufba.br/vi_anais/docs/MarciaPalhares.pdf>. Acesso em: 9 mar. 2008.

SALGADO, Luciana Maria Allan. **A Biblioteca Virtual do Estudante Brasileiro da Escola do Futuro da Universidade de São Paulo:** Um Estudo das suas Estruturas e de seus Usuários. 2002. 170f. Pós-Graduação da Escola de Comunicação e Artes – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27149/tde-02042004-111121/>>. Acesso em: 23 mar. 2008.

SILVEIRA, Milena de Castro. **No Limite do você decide?** Sobre a comunicação e a interatividade entre o telespectador e a televisão. 2002.138f. Mestrado em Multimeios do Instituto de Artes – Universidade de Campinas, Campinas, 2002. Disponível em: <<http://libdigi.unicamp.br/document/?code=vtls000281989>>. Acesso em: 19 abril 2008.

TARGINO, Maria das Graças. **Novas tecnologias de comunicação:** mitos, ritos ou ditos? Ciência da Informação - Vol 24, número 2, 1995 – Artigos. Disponível em: <<http://www.ibict.br/cionline/viewarticle.php?id=601>> . Acesso em: 12 abril 2008.