

10

Comunicação e consumo no varejo eletrônico contemporâneo

Autor: Osmar Renato de Barros Siqueira

Orientador: Prof. Dr. Wilton Garcia

Linha de Pesquisa: Mídias e Práticas Socioculturais



Resumo: Este projeto de pesquisa trata das relações entre a cultura emergente nos espaços digitais e o varejo eletrônico, a fim de propor uma reflexão crítico-conceitual. O presente estudo visa a estimular um pensar sobre processos de transformação na forma de consumo de bens e serviços que a sociedade contemporânea atravessa. O eixo da pesquisa pretende identificar alguns pontos que caracterizam e diferenciam o consumo em lojas virtuais do consumo em lojas físicas. Atualmente, a comunicação entre usuários-interatores e o comércio eletrônico ocorre a partir das mais variadas páginas na internet, como exemplo, pode-se citar os *websites* de compra coletiva, de leilão, serviços de comparação de preço e das redes sociais *on-line*. Os presentes apontamentos consideram aspectos socioeconômicos causados pelo consumo *on-line*, sobretudo no país. O percurso metodológico, aqui, caracteriza-se pelo desenvolvimento de uma pesquisa qualitativa (exploratório-experimental) acerca de objetos e respectivos contextos de consumo – abordados no âmbito da comunicação. E o embasamento teórico se faz com estudos contemporâneos, os quais contextualizam noções de atualização e inovação que aproximam os estudos culturais e as tecnologias emergentes. Observa-se uma tendência de crescimento do número de lojas virtuais e de usuário-interator ávido por melhores preços, comodidade, acesso à descrição detalhada de mercadorias e serviços de entrega em aprimoramento.

Palavras-chave: Varejo eletrônico. Sociedade contemporânea. Comunicação. Rede social. Consumo.