

TITULO: O CONSUMO DO TEMPO LIVRE E DAS NOVAS TECNOLOGIAS EM JOVENS: EXPRESSÕES MIDIÁTICAS DE UM TEMPO SEM FRONTEIRAS

Autores: Maria de Fátima Vieira Severiano (Profa. Associada III da Universidade Federal do Ceará – orientadora); Thassio Queiroz de Araújo (bolsista PIBIC-CNPq) e Rafael José Assunção de Oliveira (bolsista PIBIC-UFC)

Esta pesquisa se origina dos estudos sobre Cultura do Consumo, cujo propósito é o de investigar as relações do homem com os signos do consumo e suas repercussões enquanto fonte produtora de novas subjetividades e sociabilidades, privilegiando desta feita a categoria "tempo" como um dos objetos de consumo mais cobiçados na contemporaneidade e as novas tecnologias, enquanto instância privilegiada na ordenação do tempo, principalmente dos jovens. Considerando que o tempo e suas formas de organização e medição marcam a história da humanidade, expressando tanto os hábitos e estilos de vida dos grupos sociais, como a própria experiência subjetiva do sujeito no uso e domínio do seu próprio tempo, esta pesquisa aborda as relações entre “tempo de trabalho” e “tempo livre”, pondo em relevo a discussão sobre as consequências psíquicas e sociais do atual culto à velocidade, em especial nos jovens, e o conseqüente processo de aceleração do tempo propiciado pelo uso intensivo das novas tecnologias no decorrer do tempo livre. Deste modo, objetivou-se investigar as implicações psicossociais para os jovens da colonização do “tempo livre” pela lógica do capital, através do consumo das novas tecnologias informatizadas (celulares, *smartphones*, *tablets*, dentre outros *gadgets*) que, por sua vez, também é publicizada enquanto signo de juventude. As estratégias metodológicas desta pesquisa constam de um levantamento bibliográfico acerca das diversas temporalidades sociais, a partir do referencial teórico da crítica da cultura frankfurtiana e dos conceitos sociológicos de Braudrillard (sociedade de consumo), Bauman (sociedade líquida), Sennett (flexitempo), dentre outros, seguindo-se de uma coleta de dados oriundos de publicidades em revistas nacionais, *Outdoors* e na *internet* que veiculam o uso das novas tecnologias enquanto solução para “as urgências” do tempo atual, apelando para signos de juventude tais como: dinamismo, velocidade, praticidade e atualidade. As reflexões finais, interpretadas a partir de uma análise teórico-crítica, apontam para o império de um tempo da produção no interior do tempo livre, facilitado pelo fascínio das novas tecnologias, que travestido de ideologia libertária, captura principalmente os jovens, inserindo-os sedutoramente na lógica mercantil. A escalada vertiginosa da lógica produtivista do consumo aliada às novas tecnologias produz, assim, uma nova tirania do tempo dissolvendo as fronteiras entre tempo de trabalho e tempo livre, estendendo as atividades laborais para o âmbito dos lares e dos lazeres, com sérias implicações para a constituição de uma subjetividade crítica e cidadã. Refletir acerca das implicações de uma experiência de “tempo livre” intensivamente mediada pelo capital significa, em nosso entendimento, inserir a Psicologia Social no cerne de uma das mais instigantes problemáticas com que se depara o jovem contemporâneo no domínio de seu próprio tempo.
(Apoio PIBIC CNPq e UFC)

Palavras chaves: Jovem; Consumo de tecnologia; Tempo livre.