

Juventudes, Tecnologias Digitais e Novas Linguagens

Graziela Cruz¹

Resumo

A sociedade vive, de forma crescente, o impacto das tecnologias digitais em todas as esferas da vida social. Nossa forma de ser e estar no mundo, de nos relacionarmos, construirmos conhecimento, apreendermos informação e configurarmos a realidade sofreu profundas transformações com o advento da internet. As crianças e jovens nascidos nos últimos 30 anos, de forma particular, naturalmente desenvolveram e desenvolvem suas estruturas mentais integrando essas tecnologias. Neste artigo, apresentamos uma breve reflexão sobre as características da chamada “geração digital”, bem como sobre as possibilidades e desafios trazidos pela experiência da vida conectada em rede.

Palavras-chave: Nativos digitais; novas tecnologias; cultura digital

Introdução

Nosso desafio neste painel é grande, pois o tema proposto, além de bastante complexo, refere-se a situações que se encontram em pleno desenvolvimento. Pode-se dizer que nós vivemos, atualmente, no “olho do furacão” das mudanças de paradigmas, em muitos sentidos – geracional, cultural, educacional – de uma sociedade que se vê em profunda transformação em todos os aspectos.

É inegável a reviravolta vivida no mundo, nas últimas três décadas, e intensificada a partir da pandemia da Covid-19, devido aos avanços da tecnologia da comunicação digital. Todas as áreas da vida social - educação, comércio, entretenimento, política, religião, jornalismo, cultura etc. - sofreram o impacto da invasão das telas de computadores, celulares e laptops em praticamente todos os aspectos do nosso cotidiano.

Da Geração Baby Boom aos nativos digitais

Antes de compreendermos as características da “Geração digital”, formada por crianças e jovens neste início do século XXI, é importante nos situarmos em relação ao que veio antes. Voltamos aos idos da década de 1940, quando temos a Geração Baby Boom, nascida logo após a Segunda Guerra Mundial (1946-1964), quando o rádio e o cinema eram meios importantes de comunicação social, e a televisão, ainda incipiente, começava a provocar uma revolução nas práticas comunicacionais e de consumo. Em seguida, temos a Geração X dos nascidos entre 1965 e 1976. As pessoas dessa geração cresceram influenciadas pela programação da televisão e em meio a mudanças no ambiente familiar, como, por exemplo, o crescimento do número de mães que passaram a integrar o mercado de trabalho. No contexto nacional, esse grupo nasceu em meio ao período do Golpe Militar; à censura, à ditadura, à crise na economia brasileira, ao movimento Diretas Já, que buscava garantir eleições presidenciais diretas; à promulgação da Constituição de 1988; à primeira eleição direta para presidente da república após a Ditadura Militar, que elegeu Fernando Collor de Mello, ao impeachment desse presidente

¹ Doutoranda em Cinema no Programa de Pós-Graduação em Artes da UFMG; mestre em Cinema pelo mesmo PPG. Professora de Teoria da Comunicação Social e Caminhos do Cinema na Faculdade Jesuíta de Filosofia e Teologia. E-mail: graziela.cruz@faje.asav.org.br

e ao lançamento do Plano Real. Os meios de comunicação massivos, com prevalência da televisão, eram os principais meios de formação e mobilização da sociedade. Embora já houvesse internet nos anos 80, seu uso só ocorria por redes bancárias e financeiras.

Foi a partir de 1990, com a criação do sistema World Wide Web (www), que a rede de computadores começou a se tornar acessível à população. Chegamos, então, à chamada Geração Y ou Geração Millenium, de nascidos entre 1977 e 1997 (alguns autores divergem desse período, alguns situando entre 1980 e 1997), que hoje estaria com idades entre 27 e 46 anos. Essa Geração Y cresceu em uma era de transição tecnológica, com a popularização da internet e o surgimento de dispositivos móveis.

Em seguida, temos a Geração Z, também chamada de geração dos “Nativos Digitais”, nascidos entre 1997 e 2012. Esses são os adolescentes e jovens que já nasceram em um contexto de grande conectividade digital. São nativos digitais e cresceram com acesso instantâneo a informações e redes sociais. Assimilam a tecnologia de maneira muito mais rápida, pois cresceram com ela.

Geração Alpha é o nome dado aos nascidos a partir de 2010 e às crianças que ainda vão nascer até 2025. Portanto, é a geração atual. A principal característica da geração Alpha é a conectividade com a tecnologia. Essas crianças pertencem ao mundo tecnológico desde que nasceram e têm acesso aos estímulos desse ambiente desde os primeiros meses de vida.

Segundo a pesquisa Panorama, realizada pela Mobile Time e pela Opinion Box², 44% das crianças brasileiras entre 0 a 12 anos têm o seu próprio smartphone. O estudo também mostra que essas crianças passam quase quatro horas por dia conectadas ao aparelho. Isso faz com que a geração aprenda, se desenvolva e se relacione de maneira diferente. Os estímulos constantes podem auxiliar no desenvolvimento de diversas habilidades, como a fala e até mesmo a capacidade multitarefas, mas também podem prejudicar a atenção e a paciência. Nesse contexto, a dificuldade de concentração e o imediatismo são características comuns dessa nova geração.

Digitar: tal natural quanto respirar

Mas, voltemos ao nosso tema: os jovens, e, portanto, vamos nos concentrar naqueles que fazem parte das gerações Y e Z. Esses jovens veem a tecnologia como apenas mais uma parte de seu ambiente e a assimilam juntamente com os outros aspectos da realidade. Para muitos, usar a tecnologia é tão natural quanto respirar. A forma de ser e estar no mundo é altamente impactado por essas tecnologias digitais que afetam os costumes e a própria vivência em grupo. Um exemplo é o consumo de televisão: meio com maior apelo nas gerações anteriores, não integra o cotidiano da juventude digital. A Geração Internet assiste menos televisão do que seus pais, e o faz de uma maneira diferente. É mais provável que um jovem da Geração Internet ligue o computador e interaja simultaneamente com várias janelas diferentes, fale ao telefone, ouça música, faça o dever de casa, leia um livro e, também, quem sabe, assista à televisão. A tevê se tornou um a espécie de música de fundo para ele. (TAPSCOTT, 2010, p.32)

A juventude lida de uma forma bastante peculiar com as informações que recebe. Diferentemente das gerações anteriores, que eram impactados por meios de comunicação social impressos, radiofônicos e televisivos, em que o espectador era basicamente

² Resultados da pesquisa apresentados em reportagem publicada pelo jornal Edição do Brasil em 21/07/2023. Disponível em <https://edicaodobrasil.com.br/2023/07/21/79-das-criancas-passam-quase-4-horas-por-dia-com-smartphone/#:~:text=O%20estudo%20mostra%20que%2044,a%203%20anos%20de%20idade.>

passivo, a nova geração faz parte e é protagonista de uma cultura participativa. Os jovens são produtores e consumidores de conteúdo. Na internet, a comunicação não é mais *top down*, vertical, impositiva, mas é dialógica, horizontal, feita dentro do conceito de rede: horizontal, ligada por vários nós que se entrelaçam e se interconectam.

E aqui quero destacar o conceito de “Cultura de convergência” do pesquisador Henry Jenkins. Essa é a cultura própria das gerações Y e Z, e na qual nós, das outras gerações, dos imigrantes digitais, “pegamos carona”. No seu livro *Cultura da Convergência* (2009), Henry Jenkins define esse conceito como “o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação de múltiplos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam”.

Vamos entender um pouco melhor esse conceito, porque ele trata diretamente do tema de nossa fala aqui: a forma como as juventudes experimentam as novas tecnologias e suas linguagens. É importante constatar que Jenkins não analisa a noção de convergência por um ponto de vista tecnológico, mas sob uma perspectiva antropológica. Se pensarmos em convergência midiática, a primeira imagem que nos vem é a do *smartphone*, que reúne várias ferramentas de comunicação em um só dispositivo. Mas ele trata o termo “convergência” a partir de uma perspectiva cultural: uma transformação que “ocorre nos cérebros de consumidores individuais e suas interações sociais com os outros”. Jenkins explica que o processo de criação de novas plataformas existe devido a uma necessidade social e está relacionada ao fluxo de imagens, ideias, histórias, sons e relacionamentos. Na visão do autor, a convergência midiática vai além da tecnologia, abordando as novas relações de produção e consumo de conteúdos e de relacionamento entre as empresas e os públicos. O consumo de conteúdos – informação, entretenimento, educação etc. – tornou-se cada vez mais complexo, multidirecional, plural, e sua produção, colaborativa.

O jovem tem um comportamento migratório; está permanentemente em movimento, entre um canal e outro, entre uma plataforma e outra, buscando fontes diversas para construir a sua informação e a sua experiência de entretenimento. Explicando melhor: a cultura da convergência se apresenta sobre três pilares:

- Convergência tecnológica dos meios de comunicação
- Cultura participativa
- Inteligência coletiva

Cultura participativa consiste na interação do consumidor contemporâneo com as formas comunicacionais. O consumidor deixa de assistir apenas como um receptor passivo e passa a participar ativamente, criando e compartilhando conteúdos de forma coletiva. Em outras palavras, a cultura participativa se baseia na apropriação de elementos pertencentes a certo produto midiático por pessoas que não o produziram originalmente - fãs, por exemplo - e a partir desse produto, criam seus próprios. Um exemplo são os fãs da série *Star Wars* que, a partir dos produtos originais, desenvolvem outros vídeos, histórias em quadrinhos, *cosplay* etc.

A inteligência coletiva, por sua vez, refere-se à nova forma de produção de conteúdo, que se tornou um processo conjunto e colaborativo de construção do conhecimento. Ninguém detém todo o conhecimento. Cada um pode colaborar com o que sabe para a construção do saber coletivo. Um exemplo bastante conhecido é a *Wikipedia*, além de fóruns de debates e outros. A respeito do comportamento da juventude em relação ao contexto das novas tecnologias e da cultura midiática digital, vejamos uma fala do próprio Jenkins:

Meus alunos de pós-graduação entrevistaram estudantes de Ensino Médio em todo o mundo. Em quase todo caso, o que ouviram foi que os jovens têm uma vida intelectual e criativa mais rica fora da escola do que dentro dela, que suas aprendizagens e interesses mais importantes estavam relacionados a coisas feitas fora do horário escolar.

Quando pensamos sobre a mídia na internet, ela faz muitas dessas coisas, não é? As comunidades de fãs que eu tenho estudado em minha carreira escrevem histórias não porque desejam entrar na indústria ou querem ganhar dinheiro, mas sim porque adoram contar histórias e desejam contá-las uns aos outros. Se nós pensamos no YouTube, muitas pessoas estão nele produzindo mídia porque há algo que elas vitalmente desejam compartilhar. Pode ser um skatista que fez uma grande manobra, gravada por seus amigos e colocada on-line. Pode ser um artista amador de remix que viu um programa de televisão e colocou música nele. Pode ser um comentarista político ou alguém fazendo um videoblog para falar sobre sua vida cotidiana. Tudo isso se torna parte do que descrevo como uma cultura participativa.

Nós poderíamos apontar, por exemplo, o Harry Potter Alliance, que é um grupo organizado ao redor de questões de direitos humanos no mundo. Andrew Slack, o líder de 20 e poucos anos do grupo, disse que, quando ele leu Harry Potter, viu a história de um jovem que percebia o mal de sua sociedade que o governo encobria, sobre o qual os meios de comunicação de massa de seu tempo estavam mentindo, mas ele viu e organizou seus colegas de classe para formar a Armada de Dumbledore e saiu para mudar o mundo. Essa é sua versão do enredo de Harry Potter e ele disse: “Bem, e se nós tivéssemos uma Armada de Dumbledore em nosso mundo? Quais questões iria enfrentar? Quais preocupações teria? O que faria?”. E hoje ele utiliza essa fantasia da Armada de Dumbledore para mobilizar. Atualmente, 100 mil jovens em todo o mundo estão envolvidos com o Harry Potter Alliance e eles estão lidando com as violações aos direitos humanos no Terceiro Mundo, Darfur, Uganda, questões de direitos trabalhistas nos Estados Unidos no Walmart, propostas de lei sobre o casamento gay no Maine e na Califórnia para as quais eles têm feito mobilizações. Eles acabam de enviar um avião com mantimentos para o Haiti. Deste modo, eles trabalham numa série de questões. Assim, as pessoas envolvidas não são os jovens que participam tradicionalmente do governo estudantil. Eles são os jovens que, você sabe, jogam Dungeons and Dragons, os jovens que colecionam revistas de monstros, os jovens que leem um monte de livros de ficção científica. Eles repentinamente descobriram um meio para pensar politicamente a partir dessas redes de interesses. E temos visto cada vez mais como essas redes de interesses estão preparando o caminho para que eles vejam a si mesmos como cidadãos de uma nova maneira; mobilizando habilidades que eles desenvolveram enquanto contribuíam em comunidades on-line e da cultura participativa e que os direcionam a mudar a sociedade, mudar o mundo.” (ROMANCINI, 2017)

O lugar dos influenciadores digitais

Diante do exposto, concluímos que os jovens podem ser vistos como produtores culturais e difusores de informações, alterando as estruturas de validação social. Percebe-se uma nova configuração estrutural do campo da produção profissional ou intelectual da informação e do conhecimento. Se, antes, em outro momento, a academia, as escolas, os jornalistas, a crítica especializada e a própria mídia em geral eram responsáveis por legitimar o que podemos conceber como a alta-cultura, o conhecimento científico ou o conhecimento especializado em algum campo do saber, hoje, esses produtores do conhecimento disputam espaço com a “cultura participativa” e a “inteligência coletiva” apresentadas por Jenkins, e que abre espaço para os influenciadores digitais que produzem conteúdo - sem necessariamente terem uma formação profissional, técnica ou acadêmica - e são reconhecidos por milhares, milhões de seguidores que os consagram. Felipe Neto,

Whindersson Nunes, Monark e Igor Rodrigues Coelho, do *Flow podcast*, e tantos e tantos outros são *youtubers*, influenciadores digitais com muito mais influência sobre os jovens do que professores, familiares, ou profissionais da chamada alta cultura acadêmica. Vê-se, por exemplo, o fenômeno dos *youtubers* que se elegeram nas últimas eleições, graças, única e simplesmente, à sua visibilidade e influência em suas redes sociais.

Poderíamos falar aqui, também, sobre o fenômeno religioso nas mídias digitais – os canais no Youtube de grupos conservadores da Igreja, que atraem públicos de todas as idades, inclusive jovens. Mas isso seria objeto de um outro painel, que não é o caso. Mas toda a reflexão que estamos fazendo aqui pode se relacionar também ao contexto religioso.

O Youtube, as mídias sociais, as redes de compartilhamentos, os blogs e sites se consolidam como canais importantes. São os inúmeros bloggers, produtores de vídeos independentes, donos e participantes de canais do Youtube e *memes* da internet que vêm ganhando destaque e se tornando dominantes nesse processo. A juventude digital contesta as estruturas pré-estabelecidas de análise da realidade e busca, na velocidade da internet, novas formas de pensar essa realidade. Com as tecnologias digitais, cada vez mais, a produção cultural e a difusão de notícias e comentários não são exclusividade dos grandes críticos e jornalistas, que outrora legitimavam o campo da cultura, da política, das artes etc, e que foram substituídos por figuras/sites/blogs e consolidados pela própria audiência e pela classe consumidora de informação on-line.

Os jovens da Geração Digital não aceitam ser passivos diante de um processo comunicacional. Não basta enviar um e-mail ou dar um telefonema; eles querem compartilhar uma mensagem no *whatsapp* ou *telegram*, participar de chats e fóruns de discussão, interagir com o *youtuber*, publicar vídeos, jogar em rede com amigos virtuais localizados em partes diferentes do mundo, baixar músicas e clipes, fazer chamadas no “*discord*”, reunir-se para calls em grupos de amigos, frequentar o Tinder ou outros sites de relacionamento, enfim, utilizar naturalmente a capacidade máxima de seus computadores para interagir. O jovem da Geração Y ou Z é engajado e não aceita simplesmente o que lhe é oferecido. Ele é colaborativo, crítico e faz muito uso de *memes* para manifestar opiniões e críticas.

Embora as tecnologias digitais tenham trazido muitos benefícios, como maior acesso à informação e facilidade de comunicação, também apresentam uma série de desafios com que os jovens precisam lidar. Alguns deles são o cyberbullying; a dependência ou vício tecnológico; os problemas relacionados à falta de privacidade e à insegurança resultante do excesso de exposição da vida privada; a desinformação e as Fake News; a pressão social a partir de uma imagem corporal estereotipada e outros.

A Igreja, particularmente por meio de documentos publicados pelos últimos três pontífices, tem se dedicado a promover a reflexão sobre os impactos das novas tecnologias de comunicação digital. Destaco, aqui, um breve trecho da Mensagem do Papa Francisco para o Dia Mundial das Comunicações de 2019:

Hoje, o ambiente dos *mass-media* é tão invasivo que já não se consegue separar do círculo da vida quotidiana. A rede é um recurso do nosso tempo: uma fonte de conhecimentos e relações outrora impensáveis. Mas numerosos especialistas, a propósito das profundas transformações impressas pela tecnologia às lógicas da produção, circulação e fruição dos conteúdos, destacam também os riscos que ameaçam a busca e a partilha duma informação autêntica à escala global. Se é verdade que a internet constitui uma possibilidade extraordinária de acesso ao saber, verdade é também que se revelou como um dos locais mais expostos à desinformação e à distorção consciente e pilotada dos factos e relações interpessoais, a ponto de muitas vezes cair no descrédito. É necessário reconhecer que se, por um lado, as redes

sociais servem para nos conectarmos melhor, fazendo-nos encontrar e ajudar uns aos outros, por outro, prestam-se também a um uso manipulador dos dados pessoais, visando obter vantagens no plano político ou económico, sem o devido respeito pela pessoa e seus direitos. As estatísticas relativas aos mais jovens revelam que um em cada quatro adolescentes está envolvido em episódios de *cyberbullying*.(FRANCISCO, 2019)

Conclusão

A juventude digital é dinâmica e traz, em si, a efervescência criativa da inquietude característica dessa fase da vida. São adolescentes e jovens que criam comunidades virtuais, desenvolvem softwares e jogos, fazem amigos virtuais, vivem relacionamentos, simulam novas experiências e identidades, encurtam as distâncias e os limites do tempo e do espaço, enfim, vivem a cibercultura, termo cunhado pelo teórico Pierre Lévy (2010). Para os nativos digitais, a assimilação da tecnologia é muito mais rápida, a interatividade é realidade; a necessidade de participar ativamente do processo de produção e de difusão ganha espaço.

Mas, paralelamente a essa explosão de possibilidades trazida pelas tecnologias digitais, é importante que os jovens sejam educados sobre os diversos desafios e recebam orientação adequada sobre como navegar de forma segura e saudável no mundo digital. Isso inclui desenvolver habilidades de pensamento crítico, equilibrar o tempo de uso de dispositivos e redes sociais, bem como desenvolver a consciência sobre a importância da privacidade e da segurança on-line. Além disso, é fundamental que pais, educadores e a sociedade em geral estejam engajados em fornecer suporte e orientação aos jovens nesses desafios digitais.

REFERÊNCIAS

DIAS, Igor. **79% das crianças passam quase 4 horas por dia com smartphone**. Edição do Brasil, 21/07/2023. Disponível em: <https://edicaodobrasil.com.br/2023/07/21/79-das-criancas-passam-quase-4-horas-por-dia-com-smartphone/#:~:text=O%20estudo%20mostra%20que%2044,a%203%20anos%20de%20idade>. Acesso em 20/09/2023

FRANCISCO, Papa. **Mensagem para o 53º Dia Mundial das Comunicações Sociais** (2/06/2019). Disponível em https://www.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20190124_messaggio-comunicazioni-sociali.html Acesso em 25/09/2023

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Ed. Aleph, 2009

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 2010

MARTINS, Cristina. **Geração digital, geração net, Millennials, geração Y: refletindo sobre a relação entre as juventudes e as tecnologias digitais**. Revista Diálogo. Canoas, n.29, p. 141– 151, 2015 Disponível em <https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/Diálogo/article/view/2238-9024.15.7> Acesso em 20/09/2023

ROMANCINI, Richard. **Henry Jenkins sobre a Cultura participativa**. Transcrição do vídeo para o Curso de Comunicação Digital para Educadores. CENPEC, 2017. Disponível em https://s3-sa-east-1.amazonaws.com/educacaoeparticipacao-producao/wp-content/uploads/transcricao_henry_jenkins_modfoto_20-09-17.pdf
Acesso: 23/09/2023

SOUSA, Juliano Ferreira e GOBBI, Maria Cristina. **Geração Digital: uma reflexão sobre as relações da “juventude digital” e os campos da comunicação e da cultura**. Revista Geminis. ano 5 - n. 1 - v. 2, pp. 129-145. Disponível em <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/193> Acesso em 20/09/2023

TAPSCOTT, Don. **Growing up digital: the rise of the Net Generation**. New York: McGraw Hill Editions, 2010.