

UNIVERSIDADE PAULISTA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**A COMUNICAÇÃO E O DESAFIO EDUCACIONAL PARA
A GERAÇÃO MILLENNIALS NA “ERA *BIOS* VIRTUAL”**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

PATRICIA GOMES CARDIM ANASTASI MARTINS

SÃO PAULO
2018

UNIVERSIDADE PAULISTA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**A COMUNICAÇÃO E O DESAFIO EDUCACIONAL PARA
A GERAÇÃO MILLENNIALS NA “ERA *B/OS* VIRTUAL”**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Antonio Adami

PATRICIA GOMES CARDIM ANASTASI MARTINS

SÃO PAULO

2018

Martins, Patricia Gomes Cardim.

A comunicação e o desafio educacional para a geração
millennials na 'era bios virtual' / Patricia Gomes Cardim Anastasi
Martins. - 2018.

127 f. : il. color. + CD-ROM.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-
Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo,
2018.

Área de concentração: Configuração de Linguagens e Produtos
Audiovisuais na Cultura Midiática.

Orientadora: Prof. Dr. Antonio Adami.

1. Millennials. 2. Comunicação. 3. Educação. I. Adami, Antonio
(orientador). II. Título.

PATRICIA GOMES CARDIM ANASTASI MARTINS

**A COMUNICAÇÃO E O DESAFIO EDUCACIONAL PARA
A GERAÇÃO MILLENNIALS NA “ERA *B/OS* VIRTUAL”**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. Antonio Adami
Universidade Paulista - UNIP

Prof.^a Dra. Carla Montuori
Universidade Paulista - UNIP

Prof.^a Dra. Lucia Santaella
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP

DEDICATÓRIA

Dedico esta dissertação aos alunos universitários, razão maior da existência acadêmica.

AGRADECIMENTOS

Esta dissertação é resultado da percepção de todos os integrantes de um time que, desde o início, deu-me todo o suporte para seguir em frente. Para eles, que me inspiram e me incentivam todos os dias, contribuindo com muita experiência e olhar abrangente para a educação, é que meus agradecimentos seguem.

Meu mentor, Reitor, e pai, a quem eu devo todo o saber e a noção de servir à educação como um ato maior que nossos interesses próprios. À minha mãe, que é um exemplo de sabedoria emocional e que tem minha eterna admiração pela liderança doce.

À minha família, meu marido Caio e meus filhos, Olívia e Mário, que tornam tudo mais feliz e me preenchem de sentido.

Aos meus irmãos e cunhados, que me são meus melhores amigos.

Ao meu orientador Prof. Adami que, além de tudo que um grande orientador pode fazer, me trouxe a perspectiva da Comunicação como a chave fundamental para os problemas que eu identificava.

À minha grande amiga Flávia, que é minha parceira de leituras e debates eloquentes, juntas desbravamos tantos pensadores e nossa afinidade filosófica é tão profunda que se torna única.

À minha banca de avaliação, Prof^a Lucia Santaella e Prof^a Carla Montesori, que, em uma hora de conversa, foram arrebatadoras em abrir caminhos, possibilidades e aguçaram ainda mais a minha curiosidade, ali soube que eu nunca mais pararia de pesquisar.

**“Uma ilusão de muitos na atualidade foi imaginar
que se poderia obter conhecimento
exclusivamente por meios tecnológicos. Não é
assim. O uso da tecnologia não dispensa o
trabalho fundamental da escola. A educação, mais
do que nunca, é essencial. Não se chegará, pela
tecnologia, a eliminar a importância da pedagogia,
do ensino, do estudo e dos professores.”**

(Gilles Lipovetsky)

RESUMO

Bombardeados por imagens, informações e estéticas diversas, a geração millennials é reconhecida pela sociedade como a primeira a vivenciar com profundidade experiências digitais desde o seu nascimento e são, também, os maiores consumidores e utilizadores desse ambiente tecnológico no qual atuam com total destreza e competência. Assim, um dos nossos interesses com a pesquisa é buscar entender o fosso comunicacional que se instala entre a universidade e esse aluno e como conseguir que esse jovem em sala de aula mantenha-se atento e, ao mesmo tempo, interessado nos diálogos colocados de forma tradicional, estabelecidos no local físico da sala de aula, porém concentrado a vários acontecimentos, e também ao conteúdo mundial à sua disposição, via celular. Os millennials utilizam as mídias sociais digitais como forma de expressão e constroem a própria história profissional compartilhando experiências e valores, criando relacionamentos no ambiente virtual, fazendo da ubiquidade a concepção de novas experiências, às vezes compreendendo mais ou menos seu próprio percurso, sua própria história. A convivência com esta nova era, nova geração, obriga-nos a uma nova postura cultural diante da educação, do conhecimento, do trabalho, traduzindo o clássico e coexistindo com novos paradigmas comunicacionais da própria carreira e da sociedade: são os millennials, apontando possivelmente para uma convergência de experiências. Assim, justificamos a relevância social e científica da pesquisa a partir da visão de Bauman (2010, p. 43), que questiona “como fazer quando o mundo muda de uma forma que desafia constantemente a verdade do saber existente, pegando de surpresa até os mais bem ‘informados’”. Justificamos, ainda, a pesquisa a partir da perspectiva de Lipovetsky (2011, p. 150): “Pode parecer elementar dizer que, para instruir-se sobre o mundo, tudo passa pela Educação”. Encontramos também subsídios para justificar nossa pesquisa em Edgar Morin, quando escreve sobre a educação: “O grande desafio é navegar em um oceano de incertezas, através de arquipélagos de certezas” (MORIN, 2015, p. 51). Essas são questões de grande interesse neste trabalho.

Palavras-chave: Millennials. Comunicação. Educação. Tecnologia. Identidade.

ABSTRACT

Bombarded by diverse images, information and aesthetics, Millennial generation is recognized by society as the first to deeply undergo digital experiences since its birth and has also got the largest share of consumers and users of this technological environment in which they act with total skill and competence. Thus, one of our goals in this research is to understand the communicational gap that exists between the university and the student, and how to get young people in the classroom to be focused and at the same time interested in the stated dialogues in a traditional way, established in the physical place of the classroom, but concentrated to assorted events, as well as the global content at your disposal via mobile technology. Millennials use digital social media as a form of expression and build their own professional history by sharing experiences and values, creating relationships in the virtual environment, making ubiquity the conception of new experiences, often roughly comprehending their own path, their own history. The coexistence with this new era, this new generation, forces us to adopt a new cultural posture while facing education, knowledge, work, translating the classic and coexisting with new communication paradigms of career itself and of society: it's the millennials, possibly pointing for a convergence of experiences. In such a way, we justify the social and scientific relevance of the research from Bauman's (2010, p. 43) view, when he questions "what to do when the world changes in a way that constantly challenges the truth of existing knowledge, startling even those better informed". We also justify our research from the perspective of Lipovetsky (2011, p. 150), "It may seem elementary to say that in order to learn about the world, everything goes through Education". Additionally, we find support to sustain our research in Edgar Morin when he writes about education. "The great challenge is to navigate an ocean of uncertainties, through archipelagos of certainty" (MORIN, 2015, p. 51). These are issues of great interest in this research.

Key-words: Millennials. Communication. Education. Technology. Identity.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO: A GERAÇÃO MILLENNIALS	9
1 A GERAÇÃO DA ESTETIZAÇÃO E DO ESPETÁCULO.....	15
1.1 Estetização.....	30
1.2 Sociedade do espetáculo	36
2 A ERA BIOS VIRTUAL: FERRAMENTAS PARA OS TEMPOS HIPERCONECTADOS.....	42
2.1 Bios virtual.....	50
2.2 As mídias sociais digitais e os jovens millennials na sociedade “híper” das “tecnomediações”	55
2.3 A geração millennials e o hibridismo comunicacional	73
3 NOVOS DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO: MILLENNIALS-EDUCAÇÃO- UNIVERSIDADE	76
3.1 Educação, comunicação e tecnologia: Comportamentos Contemporâneos por Edgar Morin, Mario Vargas Llhosa, Gilles Lipovetsky e Zygmunt Bauman.....	87
3.2 A comunicação Millennials-Universidade.....	90
3.3 Educação e a busca do conhecimento: mídias sociais digitais na era millennials	93
3.4 O que as universidades estão fazendo em inovação e originalidade na Educação? O exemplo da “ <i>Harvard Project Zero</i> ”	99
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	115
REFERÊNCIAS.....	121

INTRODUÇÃO: A GERAÇÃO MILLENNIALS

Diante do vasto leque de mídias digitais, fazemos nesta dissertação uma reflexão a respeito do comportamento da geração denominada “millennials” diante da estetização e espetacularização da vida cotidiana presente em todas as mídias, mas particularmente nas mídias sociais digitais. As divergências e discussões ocorridas em sala de aula pelos millennials conduzem a uma riqueza de sentidos e de variados conhecimentos, formando um caldeirão de cultura, de arte e de educação, no sentido amplo do termo. Essa interação com demais colegas e professores, presentes fisicamente ou via digital, gera ainda a construção de conhecimento a partir de comportamentos em uma aprendizagem colaborativa. É nesse ambiente que se constroem novas metodologias interativas entre alunos e professores. Se no passado quem tinha informação a monopolizava e com ela detinha o poder, hoje isso ocorre com aquele que sabe compartilhar seu conhecimento e, segundo Adami (2013), esse intercâmbio é fundamental na construção de uma sociedade que procura se ver, se reconhecer, em busca de uma identidade como país. Interessa-nos analisar o jovem millennial e como utiliza as mídias sociais digitais como partes visíveis no processo de identificação por outros grupos sociais. Os millennials são precursores na composição de interação, prática utilizada para expressar novas identidades, pois o que rege/define o público jovem na sociedade contemporânea é a força da imagem e do áudio, articulados ou separadamente, e, em menor escala, a palavra. Na atualidade, a informação, seja palavra, imagem ou audiovisual, que circula de forma veloz, em minutos torna-se obsoleta por causa da tecnologia, que possibilita a rapidez na troca dessas informações.

Esta dissertação trata, ainda, da utilização das mídias como parte do processo de aprendizado, como elemento inclusivo dentro das instituições de ensino. Considera-se que, com o advento das tecnologias e das novas mídias, surge um novo cenário e o aparecimento de um novo pensamento, e é nesse contexto que surge o millennial, com novas demandas e experiências educacionais e comunicacionais. Entendemos que a universidade, enquanto espaço educacional, tem um papel fundamental de facilitar a inter-relação e a interação em sala de aula. Nesse sentido, as tecnologias digitais estão criando uma nova linguagem humana,

que mistura o visual, o verbal e o sonoro, linguagens que o ciberespaço se apropria, criando uma identidade própria e lhes dando uma nova configuração (SANTAELLA, 2010). As tecnologias proporcionam, ainda, que as relações sejam ampliadas a um nível nunca antes experienciado. Esse é o impacto exponencial das tecnologias digitais, que passam a simbolizar um problema de grandes proporções: o educar nesse contexto. Assim, a educação vem encarando e deve encarar ainda muito mais transformações significativas. Um dos muitos desafios é que os educadores consigam a atenção dos alunos que têm como foco principal de interesse os aparelhos eletrônicos. “A hipermobilidade tem a tarefa de criar espaços fluidos, diversos não apenas no interior das redes, como também nos deslocamentos espaço-temporais efetuados pelos indivíduos” (SANTAELLA, 2013, p. 15).

A educação está totalmente confusa sobre o que fazer em relação ao impacto da tecnologia na aprendizagem. [...] As escolas que pensam mais longe sabem que a infraestrutura de tecnologia provavelmente serão investimentos compensadores no passar do tempo. Mas muito poucas têm alguma ideia de como utilizá-las. E muito poucas escolas descobriram a conexão entre a maneira como o jovem estão aprendendo em uma era digital, tanto em ambientes formais quanto em informais, e suas próprias missões (PALFREY; GASSER, 2011, p. 268).

O século XXI está mergulhado no processo de arrebatamento informacional, das novas tecnologias de informação, na comunicação e no ciberespaço, no mercado globalizado, na utilização da comunicação digital e na Internet. A vida de todos é afetada pelas crises econômicas, por transformações exageradas, assim como no jeito de trabalhar, na procura de uma nova identidade. A mesma sociedade que absorve o sujeito de forma veloz é também a que ofusca os olhos e deixa todos cegos (CASTELLS, 2000).

A tecnologia não apenas penetra nos eventos, mas se tornou um evento que não deixa nada intocado. É um integrante sem o qual a cultura contemporânea – trabalho, arte, ciência e educação – na verdade, toda a gama de interações sociais, é impensável (SANTAELLA, 2010, p. 26).

Diante desse cenário, a educação para a geração millennial deve se utilizar de meios que possam ajudar a manter e capturar novamente a atenção dentro de uma sala de aula, visto que a escola está lidando com grupos de pessoas que respiram inovação, buscando sempre aperfeiçoar tanto as relações de ensino/aprendizagem como as próprias relações humanas, mas diante de uma

grande falta de conexão entre o sistema de ensino adotado e o real aprendizado do aluno. Contudo, podemos perceber que é por meio da inserção das plataformas midiáticas que as instituições de ensino buscam novas formas de interação com o aluno, tentando diminuir o “*Gap*” comunicacional existente entre ambos. Nesse sentido, conhecer a geração *millennial* é um fato importante para entender as mudanças pelas quais vêm passando esses indivíduos na era *bios* virtual. Eles estão por toda a parte, sempre ligados e com os olhos em seus aparelhos, são indivíduos que nasceram no meio do turbilhão de tecnologias. São capazes de estudar, trabalhar, escrever e, ao mesmo tempo, integrar-se com o outro de maneiras diversas. Leem blogs em vez de jornais, digitam nos aplicativos de conversa em vez de falar pessoalmente, fazem pesquisas por meio de aplicativos de busca em vez de livros, frequentam o mundo virtual em vez das bibliotecas tradicionais. Esse é o novo perfil dos jovens universitários, conectados entre si através de uma cultura comum (PALFREY; GASSER, 2011).

Esses jovens passam a sua trajetória universitária e, por que não dizer, também profissional conectados a algum tipo de tecnologia, numa realidade saturada de linguagens digitais, que se tornaram tão constantes e espontâneas como a comunicação face a face. A tecnologia e as formas digitais de comunicação conduzem vários autores, como Lucia Santaella, John Palfrey e Lipovetsky, a discutirem a influência das mídias digitais no cotidiano desses jovens, uma vez que, nos dias atuais, as tecnologias são incorporadas ao cotidiano do indivíduo em velocidade surpreendente, chegando-se a questionar o que se esperar do futuro dessas novas gerações digitais. Nesse contexto, conhecer, por exemplo, o sentido do conceito de “ciberespaço” é conhecer um pouco mais o jovem *millennial*. O termo, aliás, aparece pela primeira vez na literatura em 1984, na obra de ficção científica de William Gibson (2008), em que o ciberespaço se refere a um espaço virtual no qual cada computador e usuário estão conectados em uma única rede global. A questão da cibernética-tecnológica teve uma revolução que está afetando a rotina dos indivíduos, as comunidades virtuais, pois permite a oportunidade de navegar por todo o mundo. Foi no século XX que surgiu a rede digital e o ciberespaço, possibilitando ao sujeito a virtualização, uma prática social que se tornou indiscutível. O seu conceito inclui, ao mesmo tempo, o sujeito e as

instituições que, de algum modo, colaboram com a interconectividade e o espaço envolvendo indivíduo, documento e máquina.

Essas questões estão intimamente ligadas à educação. Estamos diante de uma geração que consome informações de maneira cada vez mais audiovisual, tornando o ensino um desafio, uma vez que o professor precisa criar mecanismos que desafiam essa geração a usar também pesquisas de fontes primárias, pois o importante é ensinar essa geração de conectados a lerem com mais qualidade, aprendendo a avaliar melhor diferentes canais de informações. A questão maior é que a troca entre esses dois mundos não foi escrita nem assinada, mas sem dúvida necessita ser conquistada. Mas mesmo com tantos avanços tecnológicos e pedagógicos, os docentes acabam por enfrentar dificuldades em deter a atenção e, ao mesmo tempo, engajar essa geração de millennials.

O millennials estão se tornando indivíduos de comportamento competitivo em todos os tipos de interação humana, e esse fato nos levou à nossa pesquisa, ou seja, buscar entender o papel da educação nestes tempos de absoluta tecnologia. Nesse sentido, para Bauman (2013, p. 17) há três tipos de educação: a primeira seria a transferência de informações; a segunda seria a “deuteroaprendizagem”, que consiste no domínio de uma “estrutura cognitiva” na qual a informação é obtida, podendo ser absorvida e agregada; a terceira e última tem a capacidade de expor e reestruturar a parte cognitiva anterior. O que o autor tratou como uma doença para a educação transformou-se no processo de ensino/aprendizagem, uma impressionante transfiguração no meio educacional e no próprio significado do conhecimento.

O jovem digital torna-se universitário e integrante da sociedade de trabalho, mesmo vivendo a maior parte do tempo conectado, diferentemente das gerações passadas. Para Oliveira (2011), esses jovens são os primeiros a se beneficiarem com o futuro, pois quando chegam à vida adulta, contam com uma infinidade de facilidades que para as gerações passadas não se encontravam disponíveis. Até que ponto essa vida que a geração millennial leva é benéfica para o desenvolvimento social e psicológico? Para eles, esses dispositivos são uma forma para mediar as conexões humanas. São jovens híbridos que levam a vida com

naturalidade em ambos os espaços, digitais ou não, e vivem na era da estetização, em que tudo é considerado uma forma superficial.

As mídias vendem programas tolos, a indústria não cessa de produzir produtos que não tem durabilidade e que são de fácil substituição e a publicidade não se importa em poluir os ambientes públicos com suas inacabáveis ofertas. [...] estamos no momento em que os sistemas de produção, de distribuição e de consumo são impregnados, penetrados, remodelados por operações de natureza fundamentalmente estética (LIPOVETSKY, 2015, p. 13).

Santaella (2013) considera que, a partir de 2006, o desenvolvimento tecnológico contemporâneo tornou a vida ubíqua. A hipermobilidade é um dos fatores que transformou os indivíduos em ubíquos, pois no mesmo instante em que se está em um determinado lugar, nesse mesmo tempo se encontram em outro, fazendo do sujeito um ser presente-ausente. No conceito de ubiquidade, não se localiza a mobilidade, porém com os aparelhos móveis é diferente, pois passam a ser considerados como ubíquos por considerar o seu deslocamento um fator importante desse processo e pela facilidade em se locomover e se encontrar em qualquer lugar.

Nossa introdução teve o objetivo de situar brevemente o campo pesquisado e questionamentos que serão melhor desenvolvidos nos capítulos ao longo da dissertação. A estrutura da dissertação pressupõe, então: o primeiro capítulo intitulado como **A era *bios* virtual: ferramentas para os tempos hiperconectados**, que procura contextualizar a era do *bios* virtual, o novo olhar do jovem sobre a expectativa quanto ao futuro em tempos hiperconectados como ferramenta enquanto prática de representação sociocultural. Explorar questões acerca da mudança comportamental dos jovens digitais no uso das mídias sociais digitais, pontuando a relevância desses meios de comunicação como contribuidoras na formação e transformação identitária da geração *millennial*, bem como a reflexão de um discurso moldado por mudanças comportamentais desse público. O segundo capítulo denomina-se **A geração da estetização e do espetáculo** e visa a investigar o jovem *millennial*, com enfoque nas novas formas de socialização através das mídias sociais, e também foca na sua visão quanto à estetização e à espetacularização da vida cotidiana, uma realidade na qual o que é heterogêneo, imediato e hedonista faz parte da existência desses indivíduos. Tais referências e transitoriedades são parte

dessa geração, retratam e disseminam seu próprio estilo de vida. E, por fim, o terceiro capítulo intitulado **Novos desafios da comunicação: millennials-educação-universidade**, que visa a compreender o rumo que está tomando o ensino universitário para atender às demandas de uma geração, a dos millennials, que a todo momento reivindica por inovação, interatividade e conectividade, com a finalidade de discutir possibilidades de interação como um meio de reduzir a lacuna existente entre universidade/aluno, na busca por um maior aproveitamento educacional, uma vez que os alunos da contemporaneidade vivenciam um mundo totalmente estetizado. Partindo desse pressuposto de que tudo no mundo está estetizado, é possível que a própria educação também esteja.

1 A GERAÇÃO DA ESTETIZAÇÃO E DO ESPETÁCULO

O jovem contemporâneo é descrito neste trabalho como “Millennials”, um termo cunhado pelos autores William Straus e Neil Howe, associado aos jovens da virada do século XX, no ano 2000. É a geração da interdependência; a vida *bios*, o *bios* virtual; as novas formas de produção e consumo de mídia. São profissionais e pessoais simultaneamente, executando diversas tarefas ao mesmo tempo. Esperam que os futuros empregos sejam tão flexíveis quanto eles. E isso, comparado a outras faixas etárias, leva-nos a perceber que, por exemplo, esses jovens estão mais propensos a aceitar a redução salarial, entre outras questões do nosso tempo, tudo para ter o controle de balancear tanto a vida profissional como pessoal. São uma geração com alto grau de criatividade e estão sempre buscando a inovação com intuito de se destacar. Os millennials nasceram e foram educados acreditando que cada um merece estar à frente de todas as coisas. Desse ponto de vista, nada mais natural do que o interesse nessa geração e juventude da época atual, se analisarmos que essa geração reflete as extensas transformações sociais pelas quais tem passado a sociedade contemporânea. “Os nativos digitais vão mover os mercados e transformar as indústrias, a educação e a política global” (PALFREY, 2011, p. 17).

O indivíduo transestético é reflexivo. Eclético e nômade: menos conformista e mais exigente do que no passado, ele se mostra ao mesmo tempo um ‘drogado’ do consumo, obcecado pelo descartável, pela celeridade, pelos divertimentos fáceis. Um hiperconsumidor certamente apressado, zapeador, bulímico de novidades, mas que nem por isso deixa de lançar um olhar estético, não utilitário, para o mundo (LIPOVETSKY, 2015, p. 31).

No pensamento de Lipovetsky, é o *boom* da nova cultura individualista, dando preferência ao desejo de liberdade, de realização pessoal. “A cultura hedonista e psicológica acarretou uma forte espiral nas aspirações a ser você mesmo por realizações singulares e pessoais” (2015, p. 112). Na nova cultura pós-materialista, a questão do ganhar dinheiro já não se torna tão importante: esses indivíduos procuram por empregos que não são tachados de tradicionais, sonham simplesmente por um trabalho não rotineiro e livre. Desejam se realizar profissionalmente, elaborar projetos que sejam estimulantes, elementos que muitas vezes a atividade profissional não permite.

Considerando esses aspectos abordando as novas demandas do mercado profissional de comunicação e os “profissionais do mundo”, ou seja, os novos profissionais oriundos das mídias sociais digitais no cenário após os anos 2000, bem como o fenômeno da comunicação atual, os desafios que as instituições de ensino superior (IES) têm se referem à busca por compreensão na formação de dessa geração. Uma geração dinâmica requer profissões tais como ela, uma vez que está ocorrendo uma mudança significativa no perfil desses novos profissionais, que têm acesso à tecnologia e que vivem a crise do modelo de ensino tradicional.

Essa geração é o nascimento de uma nova versão de líderes, e para que se possa compreender e interagir com ela, é necessário compreender que esta geração possui como características marcantes a quebra de paradigmas e premissas estabelecidas pela busca da satisfação imediata e o acesso a todo tipo de informação, de forma irrestrita e instantânea. Diante de um mundo em constante transformação, os jovens precisam da experiência e paciência das gerações anteriores para guiá-los, afinal estão sendo preparados para assumirem empregos que ainda não foram inventados, usando tecnologias que ainda não foram descobertas ou lançadas no mercado, resolvendo problemas que ainda não sabemos que se tornarão problemas. São jovens que estão crescendo em meio a todas essas mudanças e têm a necessidade de se redefinir constantemente. “A mobilização dos recursos e as potencialidades abertas aos jovens dependem diretamente de como eles estão inseridos na sociedade” (BARBOSA, 2009, p. 18).

Esses jovens estão chegando agora à vida adulta e ao mercado de trabalho e, portanto, começando a interferir de maneira mais direta nos destinos da sociedade. São extremamente informados, mas também possuem um componente importante de alienação, pois ainda não conseguem ou não sabem lidar com todas essas informações de forma produtiva (OLIVEIRA, 2010, p. 41).

Por falar em problema, o grande problema de muitas empresas que procuram vender bens e serviços para esses jovens é utilizar uma linguagem do século XX enquanto esse público já está com os dois pés no século XXI. Procurar aguçar a criatividade e incentivar o diálogo, aceitar a diversidade e reconhecer a pluralidade do jovem de hoje, que consegue ter vários focos sem que isso tenha um efeito paralisante, mas sim transformador (EXAME, 2011).

Algumas das terminologias como “*Millennials*”, “*Hipster*” e também os chamados recentemente de “*Yuccies*”, do inglês *Young Urban Creatives* (jovens urbanos criativos em tradução livre), referem-se aos jovens de uma fatia considerável da geração da população mundial, jovens nascidos no conforto das famílias, que têm a ideia clara de um estilo de vida e querem ter sua independência de forma rápida, mas sem abrir mão da criatividade. Não são adeptos a empregos formais e tradicionais, trabalham muito mais pela satisfação pessoal do que propriamente pelo pagamento e procuram ser remunerados pela sua criatividade e ideias. A internet foi uma ferramenta importante e que inspirou os *Yuccies* ao crescimento, mas de forma não tradicional, por isso a grande explosão de blogs, vlogs, *snapchats*, *instagrams*, são alguns dos instrumentos de trabalho desses jovens que passaram a ter dinheiro e fama com esses aplicativos, tornando-se bem-sucedidos, empreendendo com situações do próprio dia a dia. São indivíduos que dominam as novas tecnologias e as usam para se tornar empreendedores. Aliás, quem lançou o termo “*Yuccies*” foi o jornalista norte-americano David Infante (2015), de 26 anos, estudante de artes liberais, que usou tal terminologia para definir esse novo perfil de jovem em um artigo no Mashable (site de tendências).

Figura 1



Fonte: Conheça os Yuccies? **Site GPS Brasília**. Disponível em: <<http://gpsbrasil.com.br/news/p:0/idp:33029/nm:Conhece-os-yuccies/>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

Algumas das características mais marcantes que descrevem a geração dos “Yuccies”, segundo Jefferson Pancieri (2015), são:

Veste: Roupas dos anos 1990, incluindo sandálias no estilo ortopédicas, minimochilas, calça jeans de cintura alta, blusões e óculos de sol redondos.

Escuta: Longas *playlists* do Spotify.

Viaja de: Uber.

Come: Qualquer comida de *food truck*, donuts artesanal e sorvete vegano.

Bebe: Vodca e suco verde, e cerveja artesanal.

Fuma: No vaporizador.

Feriado: Um apartamento *AirBnb*.

Look: Algumas tatuagens com significados, bigode curto ou barbeado.

Estrelas yuccies: Mark Zuckerberg, Zoella.

Trabalho: Consultor de mídia social e *vlogger*.

Acreditamos ser necessário, aqui, esclarecer as nomenclaturas utilizadas para identificar essa geração de jovens, por exemplo a “Geração Digital”, “Geração da Internet” e “Nativos Digitais”. Estas denominações servem para esclarecer o perfil desses jovens que nasceram em meio ao universo digital, um atributo que os diferencia das gerações anteriores. Na verdade, é a geração tecnológica que nasceu e cresceu junto com a evolução da tecnologia, mas isso também tem seu ônus. Conforme Oliveira (2014, p. 42), “sabemos que é possível prestar atenção em muitas coisas ao mesmo tempo, porém, o preço a se pagar é a superficialidade, ou seja, haverá consequências para a quantidade de tarefas simultâneas”. O perfil multitarefa dessa geração destaca o aprendizado desses indivíduos ao exercer várias atividades ao mesmo instante, sendo bem diferente do modo de aprendizado das gerações passadas. A geração *millennials* tem por característica estar sempre conectada: esses jovens são viciados em mídias sociais, multitarefas, inovadores e consumistas, particularmente consumo tecnológico; estão incessantemente à procura de espaços preparados para representar e corresponder às suas expectativas e demandas.

Pensando em consumo, as mídias sociais são para essa geração uma importante fonte de informação e se tornaram também grandes consumidores de mídias sonoras, tais como MP3 e *Podcast*. Aliás, o *podcast* já faz parte da sociedade há algum tempo, utilizado pioneiramente em 2003 pelo jornalista Christopher Lyndon e, posteriormente, em 2004, como o conhecemos hoje, por Adam Curry, mas continua sendo um instrumento inovador como mídia, com múltipla utilização e, assim como o rádio, o *podcast* é uma mídia de transmissão de informações e sua utilização ainda está em evidência. Isso porque a internet também ainda está em evidência, pois pensando a internet como mídia, é quase uma recém-nascida se comparada com as mídias tradicionais. O *podcast* é uma forma de transmissão de arquivos multimídia na Internet criada pelos próprios usuários. Nesses arquivos, as pessoas disponibilizam listas e seleções de músicas ou simplesmente opinam. O *podcast* é como um blog, só que em vez de escrito, é produzido em áudio, podendo ser ouvido a qualquer hora. O *podcast* cria uma espécie de rádio virtual direcionado para assuntos específicos, ou seja, já nasceu segmentado, de acordo com as características de cada ouvinte. Esses arquivos podem ser captados, por exemplo, em um *player* portátil, no carro, etc. Em especial, o *podcast* é utilizado como ferramenta de socialização, permitindo a qualquer indivíduo que não pode ter visibilidade em outras redes de comunicação expandir o seu meio de discussão, possibilitando que os produtores desses áudios publiquem conteúdos de interesse de um grupo ou de outro. Na verdade, os *podcasts* são um meio de comunicação que divulga e aproxima as pessoas, além de ser um canal para serem ouvidos.

Enquanto pessoas de gerações anteriores poderiam se perder em meio a tantas ocorrências simultâneas, o jovem hipermoderno executa diversas tarefas com toda espontaneidade e facilidade: “pode-se ver jovens trabalhando no computador, escrevendo um trabalho para a escola, enquanto estão conversando com os amigos pelo MSN ou ICQ, ouvindo música, fazendo pesquisa no *Google* e falando ao celular” (OLIVEIRA, 2010, p. 19).

No contexto da comunicação e da educação, a impaciência e a alta conectividade com diversas tecnologias são aspectos do perfil da geração dos *millennials*. Esses jovens estão sempre em busca de descomplicar os processos e agilizar as soluções. Em correlação com a utilização das redes sociais, tais como o

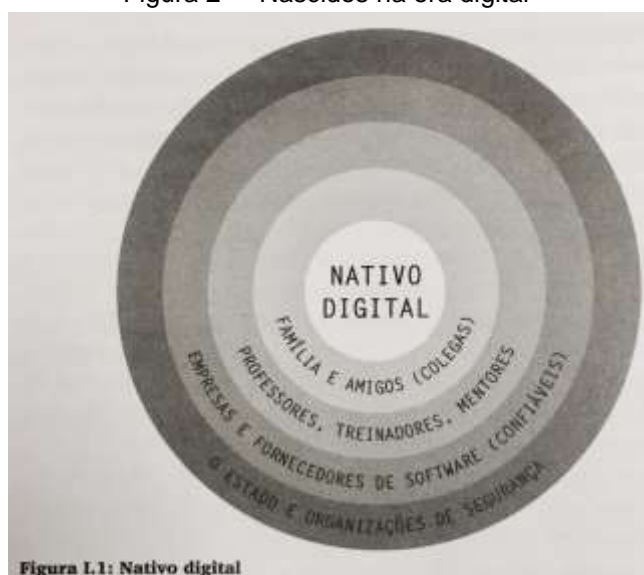
WhatsApp, uma plataforma social criada para enviar mensagens instantâneas, também esta plataforma teve que se adaptar ao tempo veloz desses jovens que têm pressa, inserindo em seu aplicativo a mensagem gravada, uma forma mais em tempo real de comunicação. Essa é uma forma que a indústria encontrou para satisfazer o seu cliente, criando um formato diferenciado de comunicação para os mais frenéticos usuários. O som, dessa vez, tomou o lugar da digitalização, uma nova experiência de consumo.

Esses jovens são altamente bem informados. Familiarizados desde cedo com a internet, dominam com facilidade todas as tecnologias disponíveis. São curiosos, hiperativos, geralmente pouco preconceituosos, comunicativos e quase sempre ambiciosos (OLIVEIRA, 2011, p. 14).

Oliveira (2011) também faz uma análise sobre o tema e escreve que essa geração da internet não tem limites e está sempre em busca de novos desafios, na tentativa incessante pelo que é diferente da sua realidade, remodelando, dessa forma, comportamentos e escolhas, criando uma nova cultura. Esses jovens têm a tendência de se tornarem imediatistas e autoconfiantes, correndo o risco de serem apontados como arrogantes. Eles passaram a pensar desde muito cedo em fatores como a vida pessoal, bem-estar e enriquecimento, bem como nas possibilidades de comunicação, que são muitas vezes modificadas pela tecnologia, transformando as relações pessoais frágeis e, não raras vezes, superficiais.

A Figura 2, abaixo, exprime exatamente a escala de importância da geração millennial em relação às suas prioridades, pois têm um perfil globalizado e procuram por referências de proximidade com grupos de interesse. No primeiro círculo, encontra-se a família e os amigos, que têm um impacto seja por orientação ou através de desenvolvimento colaborativo das normas sociais. No segundo círculo, a dos professores e mentores, no qual podemos observar a influência na maneira em que a geração digital navega nos ambientes digitais. Já no círculo que demonstra as empresas de tecnologia que disponibilizam serviços e *softwares* para os millennials, percebemos que as empresas têm grande interferência na maneira como os jovens irão enfrentar tais questões de modo mais responsável. Por último, o círculo Estado e organizações de segurança – instrumentos de poder são vistos pelos jovens millennials como o último recurso a ser pensado e preocupado (PALFREY, 2011, p. 21).

Figura 2 – “Nascidos na era digital”



Fonte: Palfrey; Gasser (2011).

A maior geração da história está desembocando em um turbilhão de talentos, gerado pela expansão da economia mundial, pela mobilidade do trabalho e pela maior e mais rápida aposentadoria geracional de todos os tempos. Eles estão criando novas abordagens para a colaboração, para o compartilhamento de conhecimentos e para a inovação em empresas e governos de todo o mundo (TAPSCOTT, 2010, p. 50-51).

Seguindo essa linha de raciocínio, a internet possibilitou ao indivíduo que fossem compartilhadas informações quase que instantaneamente, dando às mídias sociais digitais o poder de influenciar decisões na vida do indivíduo. Definitivamente essa revolução foi uma transformação brusca para a sociedade, alterando a forma de se comunicar e se relacionar com as pessoas e com o mundo. Porém, foi a sociedade que ambicionou por mudanças, e as mídias sociais digitais foram somente um suporte para essa modificação. Nos dias de hoje, os millennials podem se conectar de maneira direta por essas mídias sociais digitais, aprender uma infinidade de conhecimentos com outras pessoas de todos os lugares do mundo, proporcionando ao usuário vivenciar o mundo por uma perspectiva nova “sem fronteiras” e de forma gratuita.

A internet se tornou um espaço de mobilidade social. É através das redes sociais digitais que os indivíduos da geração millennials atuam para mobilizar, confabular, criticar, informar e denunciar. A internet aumenta substancialmente a oportunidade do jovem em produzir conteúdo, e as redes sociais passaram a ser espontâneas e horizontais, os indivíduos se unem por uma finalidade ou ideologia

comum. Essas pessoas conseguem se encaixar em algum grupo no qual será aceito, ou não. Manuel Castells (2007), pesquisador espanhol, escreve que, nos dias atuais, encontra-se uma alta taxa de mortalidade das amizades *on-line*. Mesmo com tanto avanço e conquista na área da informatização, é fundamental que os indivíduos readquiram valores de convivência, pois estamos vivendo uma desumanização das relações sociais.

No processo de passar tempo demais nesse ambiente de conexão digital, eles estão deixando mais vestígios de si mesmos nos locais públicos *online*. Na melhor das hipóteses, eles mostram que aspiram ser e colocam seus *selves* mais criativos diante do mundo. Na pior, estão colocando informações *online* que podem colocá-los em perigo, ou que poderão humilhá-los no futuro (PALFREY, 2011, p. 16-17).

Os millennials não estão preocupados com o amanhã, de forma que não estão temerosos com o que pode acontecer com as informações expostas na internet, pensam no agora, em satisfazer as necessidades momentâneas. Para Palfrey (2011), esses jovens não estão pensando no futuro e em como serão recebidos pelo empregador. As escolhas feitas no presente irão impactar a maneira que as próximas gerações passarão a reger a vida, tais como moldar sua identidade, proteger sua privacidade e se manter em segurança, e a maneira como vão aprender, inovar e assumir responsabilidades como cidadãos. Para que tudo isso aconteça, basta que essa geração faça escolhas inteligentes.

Não há dados seguros sugerindo que os Nativos Digitais sejam mais inteligentes do que qualquer um que tenha vindo antes deles. Nem há informações de que as crianças sejam mais tolas, ou de qualquer modo menos promissora do que as gerações anteriores. Os Nativos Digitais estão fazendo algo muito parecido com o que seus pais faziam com a informação, só que de maneira diferente. Embora eles possam não estar aprendendo as mesmas coisas através dos mesmos processos, não é verdade que os Nativos Digitais estão interagindo menos com as informações. O fato é que eles estão lidando com mais informações que chegam até eles de maneiras novas – e que oferecem novas possibilidades para envolvimento (PALFREY; GASSER, 2011, p. 274).

Para os autores Palfrey e Gasser, as questões de informação e sua suposta qualidade não são específicas do mundo da internet, tampouco são aspectos da nova era digital, uma vez que a produção de informação para web é diferenciada das mídias tradicionais, sendo importante apurar a acurácia das informações dispostas na internet, pois a todo momento baseamos nossas decisões em

informações, tanto na esfera pessoal como na política. Interessante constatar que os jovens millennials têm dificuldade em avaliar por si mesmos a qualidade e a veracidade das informações encontradas no mundo virtual. “Adicione esses fatores, e a qualidade da informação é enormemente relevante para a vida daqueles que nasceram digitais” (2011, p. 178).

Como descrito na Introdução desta dissertação, é notório ver que as grandes cidades do mundo estão abarrotadas de indivíduos usando algum tipo de eletrônico, entretanto, percebemos que estão alheios à existência de outras pessoas e do que está ocorrendo ao seu redor.

Figura 3



Ensaio “*Somewhere Else*”. Foto de Josh Pulman,. Disponível em: <http://www.joshphoto.com/projects/somewhere-else/>. Acesso em: 7 maio 2017.

A maioria desses jovens millennials já está na universidade ou ingressando em uma, usando deste meio para aprimorar seus conhecimentos e informações já obtidos por intermédio da internet. Segundo Tpscott (2010), a geração internet precisa de uma educação diferenciada, pois o que importa não é simplesmente com o que já se tem conhecimento, mas sim com o que e como o jovem pode aprender mais. O modelo tradicional de ensino contribuía para levar o máximo de informação possível aos alunos, para que depois conseguissem entrar no mercado de trabalho tradicional. Para o autor, esse modelo funcionava com maestria num mundo

considerado lento. Na verdade, hoje cada vez mais as profissões tradicionais dão espaço às profissões do mundo. A educação deverá caminhar para formar cidadãos do mundo.

Nessa direção e por outro lado, Oliveira (2014) destaca que os jovens dessa geração são conhecidos como os mais conectados da história, porém são também taxados como os mais distraídos, muitas vezes não enxergando o momento singular que estão vivendo e, por consequência, deixando passar várias possibilidades que podem um dia alcançar. "Nunca uma geração de jovens teve de disputar tanto por um espaço na sociedade como a atual" (2014, p. 15).

Mas agora estamos diante do mundo veloz da era da informação, no qual, à medida que os empregos mudam, você não tem tempo para mandar os trabalhadores de volta para a escola para serem treinados novamente. Entramos na era do aprendizado ao longo de toda a vida (TAPSCOTT, 2010, p. 156).

A capacidade da geração millennial em aprender coisas novas se tornou o elemento mais importante de uma sociedade em que é preciso processar o maior número de informações em grande velocidade, aprendendo a pensar de uma maneira mais criativa e crítica, para poder agir de forma inovadora (TAPSCOTT, 2010). A geração millennial é criatividade e está em constante busca por desafios. De acordo com Oliveira (2010), os jovens dessa geração tendem a demonstrar maior produtividade quando colocados em face a desafios que demandem alta criatividade com grande frequência. Ao expor as qualidades que fazem dessa geração um grupo tão peculiar, a questão não é criticar esses jovens pelo modo como levam a vida, mas fazer um esforço para compreender essas qualidades e ajudá-los a utilizar as ferramentas em seu benefício e de todos que estão ao seu redor, criando uma nova e mais moderna forma de liderança, condizente com a realidade social, tecnológica e corporativa que o mercado de trabalho atual exige (OLIVEIRA, 2010).

A forma de vida em que a geração jovem de hoje nasceu, de modo que não conhece nenhuma outra, é uma sociedade de consumidores e uma cultura 'agorista' – inquieta e em perpétua mudança – que promove o culto da novidade e da contingência aleatória. Numa sociedade e numa cultura assim, nós sofremos com o suprimento excessivo de todas as coisas, tanto os objetos de desejo quanto os de conhecimento, e com a assombrosa velocidade dos novos objetos que chegam e dos antigos que vão (BAUMAN, 2013, p. 34).

Para Bauman (2010), quem quiser se salvaguardar dessa sociedade do imediato tem que se movimentar com rapidez.

Os jovens millennials estão, aos poucos, provocando uma revolução silenciosa. Sem as bandeiras e os estardalhaços das gerações dos anos 1960 e 1970, mas com a mesma força poderosa de mudança, eles sabem que as normas do passado não funcionam, e as novas já estão inventando sozinhos. “Tudo é possível para esses jovens”, diz Anderson Sant’Anna (2009), professor de comportamento humano da fundação Dom Cabral. Eles querem dar sentido à vida, e rápido, enquanto fazem outras dez coisas ao mesmo tempo (GALILEU, ed. 219, 2009). Comportamento com dinamismo em excesso, urgência em crescer e pressa em atingir resultados são considerados positivos, se bem dosados. O mercado de trabalho aquecido e mais competitivo faz com que integrantes da geração digital não percebam que se não mudam alguns aspectos, podem colocar a carreira em risco, destaca o consultor de marketing Alexandre Prates (FOLHA.COM CLASSIFICADOS, 2011).

Steve Jobs, fundador da *Apple* e da *Pixar*, empresas mundialmente conhecidas pela capacidade de inovação, em uma palestra ministrada para universitários, citou a seguinte frase: “Seja faminto, seja tolo”. A frase citada por Jobs dá uma boa indicação do comportamento que hoje é o diferencial dos mais jovens, quando estes conseguem canalizar suas energias para algo que seja um conceito de sustentabilidade e de valor. “Avaliando o comportamento das novas gerações, destaca-se uma característica marcante nos jovens: a de serem curiosos e famintos por informações” (OLIVEIRA, 2010, p. 29).

Para essa geração, as tecnologias, o computador, os celulares, os *Sidekicks*, são os primeiros mediadores de conexão entre eles. Os millennials passam tanto tempo conectados a redes sociais que não conhecem muito além de uma vida conectada ao outro. Colaboram através da internet de forma criativa, inclusive sobre política, como seria impossível há 30 anos. Muitas das mudanças na maneira como vivem são motivos de preocupações, têm visão em relação à privacidade de comportamento diferente daquelas vividas por seus pais, muitas vezes comprometendo futuramente sua segurança (PALFREY, 2011).

Em nosso mundo volátil, de mudanças instantâneas e erráticas, os hábitos consolidados, os esquemas cognitivos sólidos e as preferências por valores estáveis – objetivos últimos da educação ortodoxa – transformam-se em desvantagens. Pelo menos, este é o papel que lhes oferece o mercado do conhecimento, que (como qualquer mercado em relação a qualquer mercadoria) odeia a fidelidade, os laços indestrutíveis e os compromissos a longo prazo, considerados obstáculos que atravessam o caminho e precisam ser removidos (BAUMAN, 2010, p. 47).

Passado esse ponto em que o mercado era muito mais fechado, conforme Bauman, estamos lidando agora com um mercado aberto, no qual qualquer coisa pode acontecer e a qualquer momento, em que as atitudes bem-sucedidas passam a ser uma questão, inclusive, de sorte. A geração millennial age por tentativa de acerto ou erro e não se importa em assumir suas tentativas empreendedoras, tornando mais importante a capacidade de abandonar depressa atuais hábitos do que a aquisição de novos. “Você vale tanto quanto seu último sucesso: esta é a máxima do bem viver num mundo em que as regras mudam durante a partida e não duram mais do que o tempo necessário para aprendê-las e memorizá-las” (BAUMAN, 2010, p. 49).

Em todo mundo, essa geração está inundando os locais de trabalho, o mercado e todos os nichos da sociedade. Ela está introduzindo no mundo sua força demográfica, sua sabedoria midiática, seu poder de compra, seus modelos de colaboração e criação de filhos, seu empreendedorismo e seu poder político (TAPSCOTT, 2010, p. 11).

Conforme Tapscott em seu estudo sobre a geração digital, trata-se de indivíduos com sede por conhecimento, porém não estão dispostos a decorar frases, uma vez que toda a informação necessária está ao seu dispor a um clique do dedo para acessar um mundo de conhecimento. São naturalmente ligados a todas as tecnologias e fazem delas um ponto importante de comunicação e inovação, com o intuito de desenvolver e impor sua cultura para o resto da sociedade. “Essas crianças já estão aprendendo, brincando, se comunicando, trabalhando e criando comunidades de forma muito diferente da de seus pais. Elas são a força de transformação social” (2010, p. 10).

Bauman, em entrevista concedida a Schuler e Mazzilli para o projeto Fronteiras do Pensamento¹, também discute acerca da contemporaneidade e

¹ Entrevista ao projeto Fronteiras do Pensamento Disponível em: <<https://www.frenteiras.com/videos/dialogos-com-zygmunt-bauman>>. Acesso em: 21 out 2017.

ressalta em seu discurso: “você tem que criar a sua própria identidade. Você não a herda. Você não apenas precisa fazer isso a partir do zero, mas tem que passar sua vida, de fato, redefinindo sua identidade”. Para o sociólogo alemão Ulrich Beck (2010), no livro *Sociedade de risco. Rumo a uma outra modernidade*, a sociedade contemporânea espera que o sujeito encontre individualmente o uso de inteligência individual e recursos individuais, soluções próprias para problemas comuns produzidos socialmente. Bauman (2010), citando Pierre Bourdieu, ressalta que o autor escreveu que a nossa sociedade é de consumidores e vivemos uma cultura de sedução, e não de regulamentação, na qual as relações públicas imperam, e não as forças policiais, com isso a nossa cultura é feita de ofertas, e não simplesmente de normas.

No espaço da globalização, finalmente, a sociedade passa a ser virtual e as diferenças sociais tornam-se um *spectaculum*, um show. Os indivíduos estão ao mesmo tempo isolados, difusos e, ao contrário, integrado, uniforme. Há um tipo de igualdade/desigualdade virtual, esperando as transformações tecnicamente possíveis (JUNIOR, 2005, p. 100).

Vivemos no tempo das mudanças e todas as modificações que observamos acontecer no nosso dia a dia acerca dos avanços tecnológicos ultrapassam qualquer avanço científico anterior. Esse é o símbolo enfrentado pela globalização. Diante desse cenário, é notório descobrir como o uso das tecnologias pode, de alguma maneira, dar suporte aos objetos pedagógicos. A tecnologia deve servir de suporte de apoio ao ensino, e não por si só.

Conforme Palfrey e Gasser (2011), esse é o comportamento da geração millennial, que a todo momento exige nada mais do que o novo, o diferente, transformando com isso as próprias atitudes e escolhas. O mundo virtual e as novas tecnologias oferecem excelentes oportunidades para aqueles que saibam aproveitá-las, possibilitando novas maneiras de aprendizagem, criatividade e inovação, viabilizando ao jovem millennial um pensamento crítico profundo e habilidades para solucionar as adversidades, porém de forma colaborativa.

A internet proporcionou a esses diversos e diferentes jovens um ambiente totalmente interativo e de grande potência, servindo como um espaço perfeito para demarcarem seu território. Esse anseio por liberdade, por ter poder e voz ativa

independe da época, gênero, classe social, religião ou tecnologias disponíveis, faz da internet um instrumento perfeito de inter-relação para o millennial.

Nas imagens a seguir, podemos identificar alguns tipos de jovens digitais na sociedade. A Infobase Interativa desenvolveu uma pesquisa com base em estudos na unidade de negócios do IBGE, com o intuito de discernir os jovens e o que eles mais utilizam na internet. Além disso, eles têm adotado satisfatoriamente a internet e as mídias sociais em decorrência da facilidade de conectividade para gerenciar seus relacionamentos. Segundo esses dados:

- 96% dos jovens usam a internet diariamente, todos os dias da semana;
- classes A, B e C não apresentaram diferenças na frequência de uso;
- já a classe D teve um aumento considerável se aproximando das demais;
- faixas etárias e gêneros não apresentam mais diferenças;
- os jovens utilizam mais de um meio de comunicação ao mesmo tempo.

Figura 4



Fonte: Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/infografico/64420-perfil-jovem-digital-brasil-infografico.htm>>. Acesso em: 17 dez. 2017.

Figura 5



Fonte: Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/infografico/64420-perfil-jovem-digital-brasil-infografico.htm>>. Acesso em: 17 dez. 2017.

Pode-se compreender, com base nesses dados, a importância que as mídias sociais exercem no cotidiano do millennial, pelo fato de que nessa fase da vida os jovens são qualificados pelo autodescobrimento, pelo aumento da independência e pelo desenvolvimento da identidade e socialização. “O que pode ser um fenômeno particular aos millennials, portanto, é a forte mediação das relações sociais entre os jovens por meio da internet e das redes sociais” (BARCELOS; ROSSI, 2014, p. 95).

De acordo com Barcelos e Rossi (2014), a internet juntamente com as mídias digitais possuem atributos que encorajam os jovens a fazerem experimentos de identidade, encontrando-se inteiramente disponíveis por meio de celulares e *smartphones*, oferecendo aos jovens entretenimento e estímulo social. De uma maneira geral, esses aparelhos têm se tornado companheiros inseparáveis, passando a ser um companheiro permanente deles. É comum que os millennials se utilizem de várias mídias simultaneamente, sendo um comportamento muito típico dessa faixa etária. Com tantas tecnologias disponíveis hoje, alguns pesquisadores argumentam fatores negativos quanto ao uso excessivo dessas mídias sociais e da hiperconectividade dos jovens, como, por exemplo, a individualização do lazer e a redução do tempo disponível para relacionamentos fora do ambiente *on-line* para amigos e familiares.

Os efeitos da sobrecarga de informações, nos piores caos, podem ser graves. Variam desde frequências cardíacas aumentadas, colesterol aumentado, enxaquecas e habilidades de leitura retardadas até abrangência de atenção reduzida ou inquietação, entre outros sintomas. Os efeitos negativos de se ter demasiadas informações vêm a se tornar o que está sendo chamado de 'tecno-estresse'. Além dos impactos psicológicos, o tecno-estresse pode ter efeitos físicos secundários (PALFREY; GASSER, 2011, p. 214).

Também foi verificado que os relacionamentos existentes no mundo virtual são mais instáveis e superficiais do que no mundo *off-line*. Outro importante ponto nesse apontamento é que as comunidades virtuais podem estar reproduzindo no ambiente *on-line* as mesmas desigualdades sociais vivenciadas pelos jovens no mundo real.

1.1 Estetização

Neste item, iremos dialogar com o campo de investigação desta dissertação, apresentando uma discussão a respeito da estetização do jovem millennial como forma de estilo de vida. Com o advento das tecnologias principalmente nas esferas da informática e comunicação, as distâncias foram reduzidas, criando, assim, uma estética juvenil com o propósito de gerar valores e normas de comportamento.

O indivíduo transestético é reflexivo, eclético e nômade: menos conformista e mais exigente do que no passado, ele se mostra ao mesmo tempo um 'drogado' do consumo, obcecado pelo descartável, pela celebridade, pelos divertimentos fáceis (LIPOVETSKY, 2015, p. 31).

A estetização do mundo econômico para os millennials corresponde a uma estetização de uma vida ideal, uma atitude totalmente estética da própria vida, eles não querem viver e renunciar aos princípios e bens exteriores, mas sim se descobrir, determinando para si novas regras com o intuito de uma nova vida, rica em sensações e espetáculos (LIPOVETSKY, 2015).

Há muitas controvérsias, preocupações e críticas relacionadas aos millennials por parte de muitos estudiosos, os quais apresentam visões negativas sobre essa geração digital, sendo algumas delas: jovens que vivem atrelados à tela do computador e, por isso, estão perdendo a habilidade de socialização; não sentem vergonha; são jovens à deriva, sem um rumo estabelecido, pois têm medo de

escolher um caminho; usam a internet para intimidar os amigos, são mais violentos; é uma nova geração narcisista; não se preocupam com o que as outras pessoas pensam.

O regime hiperindividualista de consumo que se expande é menos estatutário do que experiencial, hedonista, emocional, em outras palavras, estético: o que importa agora é sentir, viver momentos de prazer, de descoberta ou de evasão, não estar em conformidade com códigos de representação social (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 30).

Conforme Lipovetsky e Serroy (2015) em seu estudo sobre a estetização do mundo, o consumo torna-se um elemento estético relevante de tal maneira que estabelece um importante vetor na concepção da identidade dos indivíduos, atingindo de forma cotidiana tanto os aspectos da vida social como individual, passando a ser uma estética autorreflexiva e tendo como suporte o consumo hiperindividualista. Para os autores, a mídia passa a preencher uma lacuna existente na vida do jovem millennial pela falta de modelos a se seguir. Para a mídia, o jovem millennial passa a ser apresentado como a personificação do hedonista, uma juventude taxada como sinônimo de jovialidade, bom-humor e leveza, deixando a juventude de ser apenas como um período da vida para se transformar em um modo de ser. "Ao que se soma o desejo narcísico de visibilidade, de reconhecimento, de celebridade, largamente reforçado pelas mídias e pelo surto da individualização" (2015, p. 112). Dessa forma a vida passa a ser estetizada, transformando-se em espetáculo no qual o jovem passa a valer pelo que possui, e não simplesmente pelo que é. Nesse cenário, as redes sociais exercem o papel de encobrir uma imagem formada ou forjada pelo jovem, apresentando dessa maneira uma imagem positiva, pois a beleza, a boa aparência, a notoriedade, a popularidade são alguns dos atributos desejados por esses jovens, pois na sociedade contemporânea todos os indivíduos estão dentro do mercado simultaneamente como consumidor ou como produto. Estamos vivenciando uma sociedade hedonista, consumista e narcisista, ser jovem não é mais um benefício de uma estipulada faixa etária, porém passa a ser um estilo de vida que se faz além da juventude.

O comportamento da geração millennial se reflete no próprio cotidiano, buscando diretamente nas redes sociais digitais e em outros meios tecnológicos estarem em contato e a par das informações mundiais, procurando por uma identidade única que foge dos estereótipos estabelecidos pela sociedade

contemporânea, buscando definir características distintivas da cultura do seu tempo no contexto da globalização, da mundialização do capitalismo e dos mercados, bem como a extraordinária revolução tecnológica em que estão inseridos. Para os millennials, há uma busca frenética por empoderamento, e essa geração jovem manipula diversos meios de comunicação nessa procura, cada um com razões diferentes. É uma geração que se integra facilmente com o meio em que vive para seu próprio prazer, porém está descobrindo qual o seu papel na sociedade. Na pesquisa realizada pelo Conecta em 2014, por Juliana Sawaia (diretora da área de Learning & Insights do Ibope Media) e Laure Castelnau (diretora executiva do Conecta), as autoras apresentaram descobertas inéditas e *insights* sobre como melhorar a comunicação e as estratégias de marketing focadas nesse público, considerando que essa geração considera a sua própria pessoa como um dos maiores representantes por transformar o país num futuro melhor.

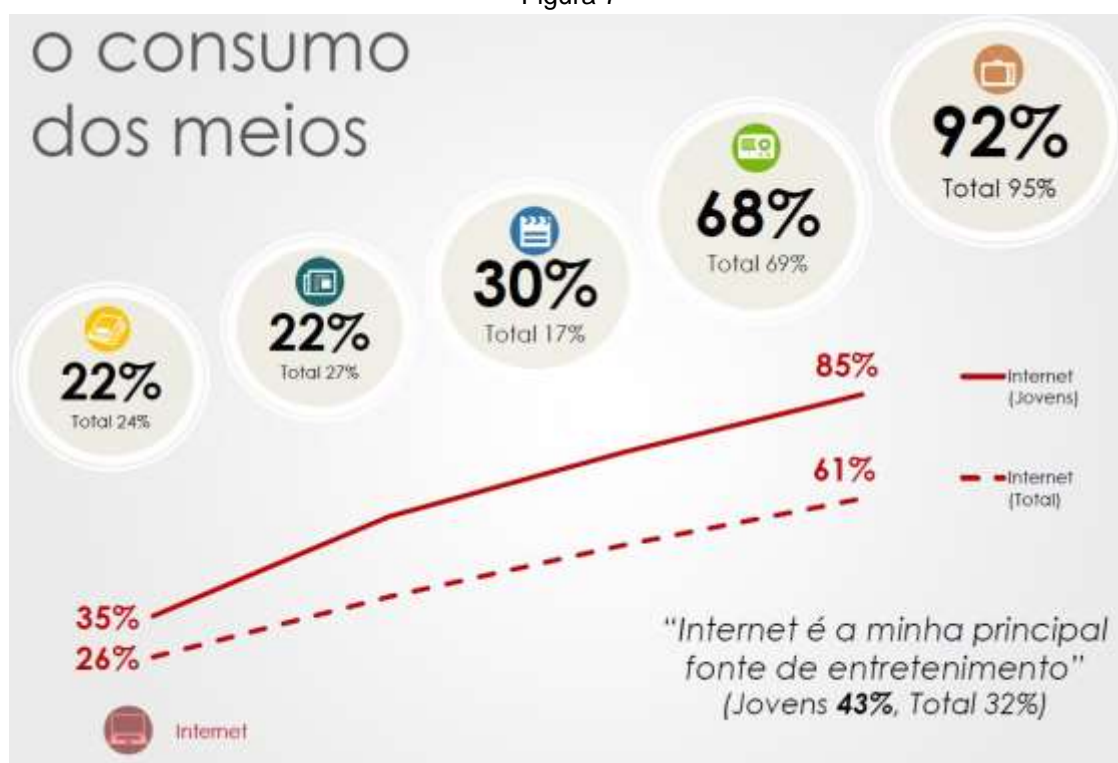
Nos quadros a seguir, ilustramos melhor a questão do consumo acelerado dos jovens millennials.

Figura 6



Fonte: Ibope. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Consumo-da-internet-pelos-jovens-brasileiros-cresce-50-em-dez-anos-aponta-IBOPE-Media.aspx>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

Figura 7



Fonte: Ibope. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Consumo-da-internet-pelos-jovens-brasileiros-cresce-50-em-dez-anos-aponta-IBOPE-Media.aspx>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

O consumo de mídia é uma realidade presente no dia a dia dos adolescentes, que estão conectados à multimídia como nunca antes por meio de diversas plataformas, incluindo TV, internet e celulares. Esse consumo de informação tende a aumentar, com 50 bilhões de aparelhos multiuso interconectados no mundo todo. Esses novos valores e normas de comportamento dos jovens se reciclam com uma velocidade impressionante.

A era do consumo “dessocializa” os indivíduos e correlativamente os socializa pela lógica das necessidades e da informação; trata-se, entretanto, de uma socialização com mobilidade. O processo de personalização faz aparecer um indivíduo informado e responsabilizado, despachante constante de si mesmo (LIPOVETSKY, 2009, p. 88).

Além de um discurso perspicaz, a geração millennial, se estabelece e contribui para a mudança do seu senso de identidade, um item primordial de transição nessa fase da vida à procura de um novo estilo de vida. De acordo com os pesquisadores Lewis e Bridges (2004), na dinâmica de consumo, a geração digital aspira por uma identidade e busca por autenticidade, individualização e customização, e constantemente aderem a uma tribo. São jovens que nasceram

com habilidades diferenciadas, para eles não é mais necessário estudar, experimentar ou mesmo expandir-se – basta adquirir o produto correto, pois para cada problema há uma solução, sem necessariamente ter a sua participação. Porém, quais serão as consequências futuras? Para Bauman, uma parcela crescente da população não conhece um mundo sem televisão, celular, computador ou internet. Não compreendem que possa haver uma forma de ser humano diferente, pois essa é a única maneira que eles conhecem.

Coisa cotidiana, o consumo transestético atinge em nossos dias quase todos os aspectos da vida social e individual: à medida que recusa a ascendência dos imperativos de classe, comer, beber, vestir-se, viajar, morar, ouvir música, tudo isso se torna uma questão de gostos subjetivos, de emoções pessoais, de opções individuais, de preferências mais ou menos heterogêneas: é uma estética autorreflexiva que estrutura o consumo hiperindividualista (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 31).

Ainda conforme Lipovetsky e Serroy (2015), a estética passou a ter uma releitura: se antes os óculos eram usados somente para tratar uma deficiência visual, hoje em dia passaram a ser um acessório da moda, usados muitas vezes somente para compor com determinado *look*. Para os autores, o mesmo raciocínio vale para todas as outras coisas, como o automóvel, aparelhos domésticos etc., destacando que estamos vivendo um capitalismo artístico, que absorve todas as dimensões artísticas em toda a indústria. Até mesmo nos produtos alimentícios podemos ver a estética, pois a aparência se tornou importante nesses tempos, passando a ser denominada de cultura da ostentação.

Consumir, portanto, significa investir na avaliação social de si próprio, o que, numa sociedade de consumidores, traduz-se em ‘vendabilidade’: obter qualidades para as quais já existe uma demanda de mercado, ou reciclar as que já possui, transformando em mercadorias para as quais a demanda pode continuar sendo criada. Os membros da sociedade de consumidores são eles próprios mercadorias de consumo, e é a qualidade de ser uma mercadoria de consumo que os torna membros autênticos dessa sociedade (BAUMAN, 2008, p. 57).

Para Bauman (2008), a sociedade do consumo chegou a um pensamento do “eu compro, eu tenho, então logo existo” e que o indivíduo vale pelo que tem. Essa ostentação no consumo faz desaparecer realmente as grandes prioridades sociais pelas quais estamos passando, camuflando a verdadeira realidade da maioria da população, na qual se esconde o seu real pertencimento social.

A 'universalização das coisas', digamos assim, acarreta mudanças não só na forma de consumir cultura, mas também, e principalmente, no imaginário dos cidadãos, na forma como eles se reconhecem enquanto pertencentes a uma nação, a uma cultura, a uma dada realidade, uma vez que os conteúdos midiáticos influem na construção da identidade (CANCLINI, 2008, p. 203).

Canclini (2008) também alude ao fato que os jovens consumidores passaram a refletir de maneira cada vez menos transnacional, pois se há alguma coisa de representativo no ato de consumir, é por meio dele que passam a ser construídos os signos de *status*.

A crescente valorização do *status* de ser jovem, tanto como valor quanto como estilo de vida, passa a ser interessante a todas as outras idades, pois a própria juventude, ou a ideia de que se faz dela, passa a ser um ato praticado e possível a todos como objeto de consumo. A ideia de juventude adquiriu formas particulares e vem marcando a sociedade contemporânea. Nesse sentido, eles passam a representar não o futuro, mas o ideal – no presente – de todas as idades posteriores (BARBOSA; VELOSO, 2009).

O que mais vemos hoje em dia na sociedade são jovens consumidores cada vez mais ávidos por *design*, *gadgets*, jogos, moda, decoração e por cirurgia estética. É uma geração gradativamente desejosa de coisas diferentes. Nunca na história se consumiu tanta música, séries de televisão, filmes e festivais, passando a ser consumidores famintos por novidades, uma vez que a estetização do mundo se instalou, remodelada pela mercantilização e pela individualização extrema (LIPOVETSKY, 2015). Como coloca Veloso e Barbosa (2009), o jovem deve ser visto pela sociedade como um indivíduo ativo e que age concretamente sobre o mundo em que está inserido.

Um hiperconsumidor certamente apressado, zapeador, bulímico de novidades, mas que nem por isso deixa de lançar um olhar estético, não utilitário, para o mundo. Nos museus de todo tipo que se multiplicam, cada coisa é, de fato, estética e adquire um 'valor de exposição' no lugar dos valores rituais ou funcionais. [...] Com o incremento do consumo, somos testemunhas de uma vasta estetização da percepção, da sensibilidade paisagística, de uma espécie de fetichismo e de voyeurismo estético generalizado (LIPOVETSKY, 2015, p. 31).

Para Lipovetsky, é nesse sentido que se constitui o modelo estético da vida pessoal: a antiga estética puritana deu lugar a um novo ideal estético de vida, que é

baseado na busca por sensações imediatas, nos prazeres dos sentidos, nas constantes novidades, na qualidade de vida e principalmente na realização de si mesmo. Hoje, a vida pessoal que é estetizada passou a ser o ideal mais usualmente compartilhado na nossa época, ele é a expressão e a condição do hiperindividualismo contemporâneo vivido pelo sujeito moderno. Cabe ressaltar que o jovem está a cada dia se empregando da dimensão simbólica para se estabelecer perante si mesmo e a sociedade.

Trata-se, portanto, de uma cultura especificamente jovem que os próprios jovens constroem através de suas experiências, dos espaços onde circulam, das redes sociais que constituem, e também das 'inspirações' recebidas através das novas mídias e demais processos globalizantes (como a Internet e outras tecnologias) (BARBOSA; VELOSO, p. 24-25).

Conforme as autoras, tal perspectiva não deve partir apenas de um único grupo, a juventude. Isso porque a sociedade contemporânea é marcada pela diversidade de experiências e pela velocidade de como as coisas ocorrem, trata-se de um tempo nômade, no qual a vida desses jovens é definida por essa multiplicidade. Para essa geração, sair das redes às quais já pertencem e trocar de opinião e de grupo tornou-se algo muito mais fácil do que em épocas passadas, fazendo com que esses jovens tenham que se adaptar às transformações com maior rapidez do que as outras gerações, devido a estímulos e à multiplicidade de informações crescente.

1.2 Sociedade do espetáculo

Neste item, vamos contextualizar a representação espetacularizada do sujeito millennial na contemporaneidade. Em particular, ao tomar como eixo norteador o impacto das mídias sociais digitais sobre o indivíduo, buscando elaborar possíveis caminhos interpretativos para os efeitos de sua discursividade sobre o estilo de vida desses jovens no processo de construção de si na sociedade contemporânea. Destacam-se nessa construção de pensamento crítico os autores Mario Vargas Llosa, Guy Debord e Peter Burke. Desse modo, esta análise se configurará uma interpretação do pensamento crítico acerca das repercussões causadas pelas mídias sociais digitais no cotidiano da geração millennial.

A civilização do espetáculo, está cingida ao âmbito da cultura, não entendida como mero epifenômeno da vida econômica e social, mas como realidade autônoma, feita de ideias, valores estéticos e éticos, de obras artísticas e literárias que interagem com o restante da vida social e muitas vezes são a fonte, e não o reflexo, dos fenômenos sociais, econômicos, políticos e até religiosos (LLOSA, 2008, p. 22).

Os millennials fazem parte da civilização do espetáculo, assim como constatou Mario Vargas Llosa em sua obra *A Civilização do Espetáculo* (2013), afirmando que essa civilização é de um mundo que dá valor, em primeiro lugar, ao entretenimento e no qual a diversão é um papel importante para deixar o aborrecimento de lado.

Sobre o campo, Sodré (2008) afirma que a espetacularização é, na prática, a vida transformada em sensação ou em entretenimento, com uma economia poderosa voltada para a produção e o consumo de filmes, programas televisivos, música popular, parques temáticos, jogos eletrônicos, efeitos de fascinação, celebridade e emoção a todo custo. Tudo isso permeia sistematicamente essa forma de vida.

A sociedade espetacular espalha seus bens principalmente através de mecanismos culturais de lazer e consumo, serviços e entretenimento, governados pelos ditames da publicidade e de uma cultura mercantilizada. [...] o espetáculo é o momento em que o consumo atingiu a ocupação total da vida social (KELLNER, 2006 apud DEBORD, 1997, p. 123).

A geração millennial, mais do que marcas e rótulos existentes, busca por inovação. Para esses jovens, a internet, aos poucos, está substituindo elementos e materiais importantes como, por exemplo, livros e materiais didáticos. Os dispositivos tecnológicos, hoje facilmente encontrados e incorporados por eles no cotidiano, tornaram-se uma necessidade quase que momentânea e indispensável.

Os jovens millenials tornaram-se a primeira geração a ter um perfil diferenciado no mercado de trabalho, contribuindo para a construção de novas carreiras. São novos profissionais com características únicas, e seu maior diferencial é que estão sempre 24 horas por dia conectados, possuindo, assim, a capacidade de se habituar facilmente às mudanças que possam decorrer no meio digital.

A cultura da mídia não aborda apenas grandes momentos da experiência contemporânea, mas também oferece material para fantasia e sonho, modelando pensamento e comportamento, assim como construindo identidades (KELLNER, 2006, p. 119).

Para Kellner (2006), essa é uma forma de celebração para comemorar os valores dominantes existentes, legitimando uma sociedade que é altamente fundamentada na competição e conquista. A cultura da mídia tem o poder de possibilitar espetáculos aprimorados, com o intuito de conquistar o público com suas tecnologias. Nos tempos de hoje, o espetáculo tornou-se corriqueiro no universo da geração millennial, pois esse público nasceu em meio às extravagâncias da tecnologia. Na "sociedade do espetáculo", termo este utilizado e desenvolvido pelo teórico francês Guy Debord (1997), o espetáculo tem o poder de unificar e esclarecer diferentes fenômenos existentes. Até o momento, é notório encontrar, tanto no meio acadêmico como em sites da internet, o conceito de Debord desenvolvido em 1960, e importante até hoje, como fonte para o entendimento da mídia e da sociedade do consumo.

À medida que avançamos no novo milênio, a mídia se torna tecnologicamente mais exuberante e está assumindo um papel cada vez maior na vida cotidiana. Sob a influência da cultura multimídia, os espetáculos sedutores fascinam os habitantes da sociedade de consumo e os envolvem nas semióticas do mundo do entretenimento, da informação e do consumo, influenciando profundamente o pensamento e a ação (KELLNER, 2006, p. 122).

O que estamos observando ao longo da última década é a espetacularização do indivíduo jovem quando retratada livremente em sites ou em algum aplicativo da internet, passando a ser utilizada como um confessionário a céu aberto. O jovem digital se apropria de diversas ferramentas que hoje estão disponíveis *on-line* para expor sua intimidade de forma explícita e sem constrangimento nenhum, fazendo com que a sua vida se torne uma "novela" seguida por outros milhares de usuários em velocidade e em tempo real. Contudo, são divulgados conteúdos dos mais diversos em *blogs*, *fotologs*, *YouTube*, *Twitter* e *Facebook* e *Snapchat*, criando um espetáculo da vida privada. Essa demanda é uma forma que os jovens encontraram de se expressar e se comunicar com outros usuários de tecnologia, transformando o espaço público e o meio privado em uma mistura jamais visualizada. Essas novas práticas e hábitos incitam a fazer da própria vida pessoal um show. Tais transformações são exatamente consequência dos avanços da tecnologia, que hoje nos possibilita realizar ações que antes eram impossíveis, porém têm relação, da mesma forma, com nossas crenças e valores, como também com elementos

socioculturais, políticos e econômicos. "A experiência e a vida cotidiana são moldadas e mediadas pelos espetáculos" (KELLNER, 2006, p. 123).

Hoje, a sociedade está imersa na cultura contemporânea, na qual predomina totalmente o sensacionalismo, o mesmo que preconiza a superficialidade e tem como particularidade a ausência de conteúdos consistentes. A sociedade do espetáculo é caracterizada como um modelo social moderno. Segundo Debord (1997), é como se a vida concreta dos indivíduos tivesse se transformado num universo especulativo. Nesse sentido, o indivíduo passa a viver a vida do outro e deixa de viver sua vida, com isso deixando de compreender a própria existência por consequência de seu próprio desejo (DEBORD, 1997).

Para Llosa (2013, p. 29), "o que dizer sobre a civilização do espetáculo? É a civilização de um mundo onde o primeiro lugar na tabela de valores vigente é ocupado pelo entretenimento, onde divertir-se, escapar do tédio, é a paixão universal". O autor afirma, ainda, que levar esses fatos anteriormente relacionados em valor supremo é uma gigantesca imbecilidade, trazendo consequências, tais como: a banalização da cultura e da informação, a generalização da frivolidade, o aumento do jornalismo inconsequente que traz fofocas e escândalos infundados, que consegue despertar no indivíduo desejos contundentes de maneira a produzir comportamentos indesejáveis, encorajando e reforçando um novo estilo de vida.

O espetáculo é o discurso ininterrupto que a ordem atual faz a respeito de si mesma, seu monólogo laudatório. É o autorretrato do poder na época de sua gestão totalitária das condições de existência. A aparência fetichista de pura objetividade nas relações espetaculares esconde o seu caráter de relação entre homens e entre classes: parece que uma segunda natureza domina, com leis fatais, o meio em que vivemos (DEBORD, 1997, p. 20).

Segundo Freire-Costa (2005, p. 229), "o mundo filtrado pela mídia deixa de ser um fato incontestável, visto e produzido por todos, para se tornar uma ficção volátil que existe enquanto é exibida e deixa de existir quando sai do noticiário". A verdade não é mais aquilo que se vê, mas sim o que os jornalistas e proprietários dos meios de comunicação desejam que a grande massa da sociedade deve ou não ver. Como já evidenciamos, com o aparecimento dos meios de comunicação de massa, quando tratamos da verdade, ficamos suscetíveis em uma estrutura de difícil compreensão. O indivíduo fica submetido a uma influência contínua de imagens e

sons, ou seja, exposto a uma discursividade que justifica a forma permanente e incessante disso (DEBORD, 1997).

Na sociedade do espetáculo, ser um jovem contemporâneo representa experienciar processos de concepção de si mesmo feitos por representação midiática, que é construída por agentes televisivos, radiofônicos, virtuais ou impressos. De certo modo, podemos considerar que os jovens contemporâneos, ordenados em volta do espetáculo, estão vivendo um momento de fundamentos morais e éticos para a própria vida, devido à presença constante de solidão afetiva. Jovens que passam a maior parte do seu tempo conectados a algum tipo de mídia e fazem desses dispositivos formas de alcançar visibilidade, estrelato e fama, como um forte signo de sucesso social.

Atualmente, vivemos mergulhados em um ambiente de exposição total da intimidade, segundo a antropóloga argentina Paula Sibilia, quando analisa o fenômeno da exposição da intimidade na sociedade contemporânea. Para a autora, mais do que somente um modismo, a espetacularização da vida passou a ser um fenômeno que apresenta uma nova maneira de ser e de viver do indivíduo. O que conta agora são as aparências, o modelo de identidade que era baseado na vida interior de cada sujeito foi sendo substituído por um outro modelo, em que os indivíduos só passam a existir se foram vistos por outras pessoas, uma nova forma de exibição. Uma nova transformação da vida privada vivenciada pela sociedade contemporânea, um fenômeno de espetacularização é direcionado a começar pela introdução das novas mídias, especialmente as mídias digitais, que foram inseridas no cotidiano da população (SIBILIA, 2016).

A crescente evolução da internet, que começou com os correios eletrônicos, partindo para os canais de bate-papo – os famosos “*chats*” –, as redes de sociabilidade juntamente com os blogs, causou um desejo de ênfase da vida privada e, simultaneamente, com a curiosidade sobre a vida privada alheia, tornou-se um instrumento do capital, transformando a capacidade criativa do sujeito em mercadoria. Para Sibilia (2016), na sociedade do espetáculo em que o indivíduo se encontra, a personalidade passa a existir e se afirmar a partir da exposição proporcionada muitas vezes pela internet. Hoje, o excesso da espetacularização que dissemina todo um ambiente midiaticado anda de mãos dadas com o auge do

realismo, uma vez que tudo se manifesta como informação verdadeira. Na sociedade do espetáculo e da visibilidade excessiva, se ninguém nos vê é provável que esse indivíduo pense não existir. Daí a ansiedade que leva esses indivíduos a se mostrarem e se tornarem visíveis para o mundo constantemente, espetacularizando o próprio eu. Esse fenômeno da exibição da intimidade passou a ocorrer na década de 1960, mas somente se firmou no começo do século 21. O que está acontecendo nos tempos de hoje é bem complexo: por um lado, a sociedade tenta de todo modo proteger seus dados pessoais, financeiros e comerciais contra invasões, causadas cada vez mais pelo estilo de vida contemporâneo. Já por outro lado, a excessiva invasão da intimidade decorre por exposição voluntária, demonstrada muitas vezes pelas telas globais, que antes somente ocorriam entre quatro paredes. Hoje, vivemos numa sociedade muito diferente das dos séculos 19 e 20, cujo modelo de *eu* interiorizado envelheceu.

Considerando-se que a tecnologia faz parte da atual cultura globalizada, essa seria uma interpretação compreensível de um fenômeno mais complexo, pois partiria do pressuposto de que os *millennials* apenas incorporam essas tecnologias, reproduzindo-as em vez de utilizá-las ativamente com o intuito de produzir novas manifestações e formas culturais. “É preciso, portanto, partir de um estudo das práticas sociais construídas a partir e através dessas tecnologias, e de como elas adquirem significados diferentes em casa, na escola, no trabalho [...]” (BARBOSA; VELOSO; DUBEUX, 2009, p. 33).

Parece-nos, pois, que se buscássemos delinear a forma como tem se organizado o tempo dos jovens, podemos chegar à conclusão de que um número significativo de horas nas rotinas extraescolares está sendo ocupado com algum tipo de mídia, televisiva ou virtual. Portanto, o surgimento de estudos, nos últimos anos, aponta o crescimento da divagação e da dificuldade de concentração dos jovens *millennials* nas universidades. Esse indivíduo contemporâneo e, em particular, aqueles que passam a adolescência encontram-se submersos consideravelmente em uma sociedade regida pela imagem.

2 A ERA BIOS VIRTUAL: FERRAMENTAS PARA OS TEMPOS HIPERCONECTADOS

Com relação ao nosso embasamento teórico, optamos por trabalhar com diferentes autores, descritos em outro ponto desta dissertação, e um desses autores serviu de pilar para nossas análises sobre os millennials, a educação, esta nova era: trata-se de Muniz Sodré, particularmente de sua obra *Antropológica do Espelho* (2009). Conceitualmente, o *bios* virtual, que ele próprio intitula de quarto *bios*, atua na construção de uma nova realidade social, bem como as diferentes formas de existência para indicar como os homens estabelecem sua relação com o mundo e compreender como desenvolver a habilidade de se conectar ao *bios* virtual das pessoas.

Trata-se de uma geração que está vivenciando e crescendo em meio a inúmeras mudanças tecnológicas. Para que se pudesse compreender o *bios* de Muniz Sodré, fez-se necessário buscar em Aristóteles, na *Ética a Nicômaco*, quando é citada a separação dos gêneros humanos: o *bios theoretikos* (vida contemplativa); *bios politikos* (vida política) e o *bios apolausticos* (vida dos prazeres). Foi a partir daí que Sodré introduziu mais um *bios*, o quarto *bios*, denominado midiático. Entendemos que Muniz trabalhou nessa evolução, pois a mídia se tornou parte constituinte de uma nova forma de vida. Esse novo *bios* causa um tipo de dependência, passando a ser um meio de sobrevivência, uma nova ambiência virtual, uma nova forma de vida. O *bios* midiático é algo mais à frente, além de unicamente tecnologia. O mesmo ocorre quando contrapomos o mundo 3D natural e a quarta dimensão que nós, humanos, adquirimos, um conceito utilizado por Muniz Sodré e que existe no mundo digital, um espaço que tem suas próprias regras, seu próprio *ethos*, em que se percebe uma sociedade paralela, uma outra esfera existencial: a esfera virtual. *Ethos*, segundo Sodré, é, de um modo geral, a consciência atuante e objetivada de um grupo social – no qual se manifesta a consciência histórica do sentido da existência, no qual têm lugar as interpretações simbólicas do mundo – e, portanto, a instância de regulação das identidades individuais e coletivas. Costumes, hábitos, regras e valores são os materiais que explicitam a sua vigência e regulam, à maneira de uma “segunda natureza”, o senso comum.

O *bios* midiático expande as formas de intercâmbio entre as mensagens, tratando-se de interfaces informativas que, não se limita aos modelos transmissionistas “um-todos” e que caracterizam os meios massivos, sustentados na lógica da competência quantitativa por meio do mero deslocamento de informação entre os polos de transmissão e recepção do sistema comunicativo. Nesse sentido, a comunicação *bios* midiática extrapola a linearidade dos processos apoiados na contiguidade (CIMINO; GARCIA, 2014).

A seguir, fazemos, através de imagens, a representação do que Sodré discute sobre o quarto *bios*.

1) A tecnologia nos tornou “melhores, mais fortes e mais rápidos”:

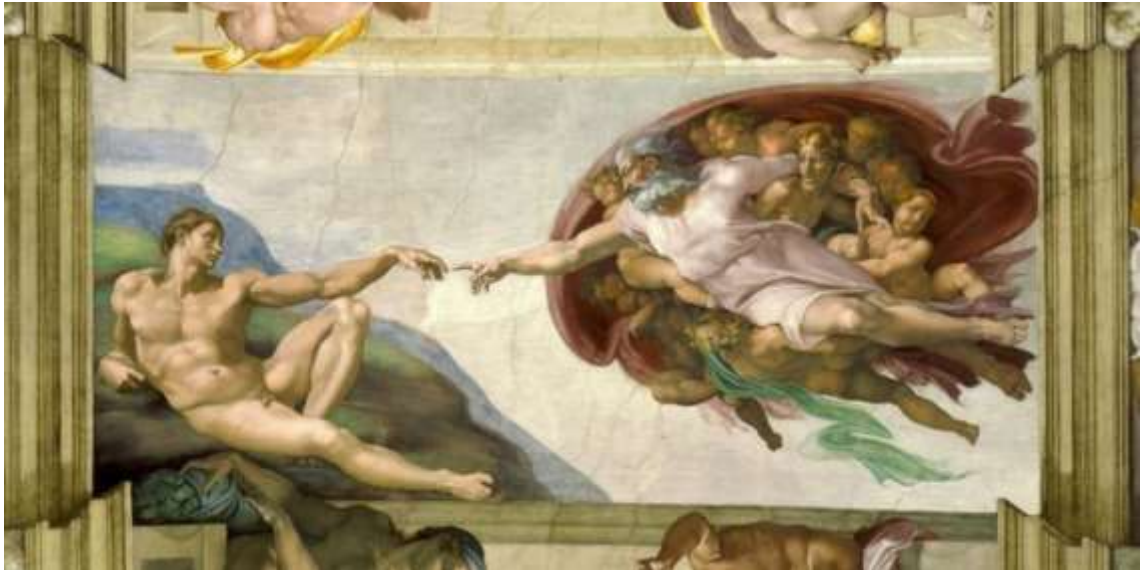
Figura 8



Fonte: Autor desconhecido. Disponível em: < https://fr.123rf.com/images-libres-de-droits/flying_man.html?sti=marfh0cxekt4z5zhduj&mediapopup=41327263 >. Acesso em: 20 nov. 2016.

2) Na esfera digital, temos poderes sobrenaturais e quase divinos:

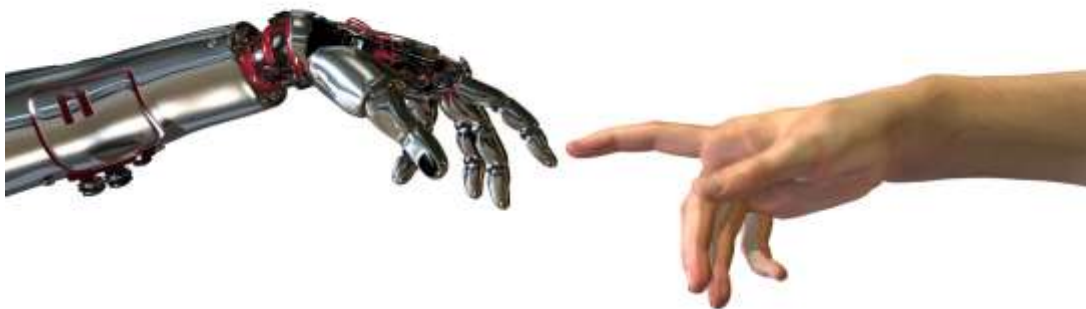
Figura 9



Fonte: Autor desconhecido. Disponível em: < <http://www.artnews.com/2016/12/05/heres-why-the-finale-of-westworld-mentioned-a-theory-about-michelangelos-sistine-chapel/>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

3) Nós nos tornamos onipresentes, oniscientes e digitalmente onipotentes:

Figura 10



Tres tecnologias del futuro cercano. Disponível em: <<http://www.caboco.org.bo/tres-tecnologias-del-futuro-cercano/>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

As tecnologias de controle (infocontrole ou datavigilância) desenvolvidas no contexto da Guerra Fria, hoje estão nas mãos tanto dos Estados quanto do mercado, controlando o cidadão como consumidor. Pois quem não domina ou sequer compreende a ética e a estética do mundo virtual se apavora.

4) Atualmente, a liberdade é a regra no mundo virtual:

Figura 11



Fonte: Autor desconhecido. Disponível em: < <https://www.shutterstock.com/pt/image-photo/young-businessman-acting-like-super-hero-297617348>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

Muniz (2009) aponta para a conformação de um contexto em que a tecnologia aparece atrelada à ideia revolucionária. Revolução traria o princípio da mudança e carregaria nesta um 'novo vigor ético', pois a ideia revolucionaria comporta uma nova justiça.

5) Vivemos num mundo onde passamos a maioria de nossos momentos conectados:

Figura 12



El Tecnologismo. Disponível em: <<http://noticiasdesanpablodebuceite.Blogspot.com.br/2016/05/desafios-universitarios11-el.html>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

O quarto *Bios* articula interesses de mercado com uma modalidade de cultura chamada tecnocultura, uma recente norma cultural que transforma os valores e as conexões do indivíduo com as novas tecnologias existentes, classificadas por Sodré de “mídiatização” (2009). A questão levantada é a de compreender como este *bios* atua na construção da realidade social. É aqui que trabalhamos com os millennials, uma geração para quem a sua *persona* virtual é mais importante que a física: eles possuem características muito peculiares, pois nasceram e cresceram em meio às tecnologias e, por conseguinte, com a dimensão *bio* virtual em banda larga.

6) Desprezam preconceitos:

Figura 13



Vos me importas: programa ressignifica a permanência da juventude nas escolas. Disponível em: <<http://educacaointegral.org.br/experiencias/vos-importas-programa-ressignifica-permanencia-da-juventude-nas-escolas/>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

7) Priorizam entretenimento:

Figura 14



Early Childhood Education: Trending Tools for Teachers. Disponível em: <<https://novakdjokovicfoundation.org/trending-tools-teachers/>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

8) Valorizam a sustentabilidade:

Figura 15



Fonte: Site Pensamento verde. **Geração millennial gostaria de fazer mais pelo meio ambiente.** Disponível em: < <http://www.pensamentoverde.com.br/sustentabilidade/geracao-millennials-gostaria-de-fazer-mais-pelo-meio-ambiente-aponta-estudo/>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

9) Vivem em constante conectividade:

Figura 16



Fonte: Site Garciamedia. **Millennials:** *perhaps they are more like us than we think*. Disponível em: <https://garciamedia.com/blog/millennials_perhaps_they_are_more_like_us_than_we_think/>. Acesso em: 20 nov. 2016.

Conforme Sodré, as novas tecnologias “apoiam e coincidem, em termos econômicos, com a extraordinária aceleração da expansão do capital” (2009). Hoje é evidente a interferência das tecnologias de informação sobre a capacidade de circulação do capital financeiro e, para Muniz Sodré, a globalização é, na verdade, a teledistribuição, e os elementos prioritários desta distribuição são o próprio capital e a informação. Esta informação se traveste em vários produtos culturais na composição de informações e condições de mercado. Tais mudanças tecnológicas são conservadoras de um mesmo modo de poder, mas isso não é explícito. Pode-se afirmar que se inicia um discurso democratizante possível pelas novas tecnologias, acompanhado de práticas conservadoras pouco visíveis. A especificidade desta época não é a mudança de caracterização da forma do tempo, antes linear e agora conectiva, mas sim, essencialmente, sua velocidade, e esse processo compõe-se também de nuances da “economia capitalista”, favorecendo uma “catalaxia”, ou seja, um ordenamento mercadológico do mundo. O autor indica, ainda, que o desenvolvimento dos sistemas de comunicação começou no contexto da Guerra Fria com a finalidade de controle, tendo como eixo central a rede de inteligência norte-americana, sistema denominado de “infocontrole ou datavigilância”, sendo que essas tecnologias de controle, hoje, estão nas mãos tanto do Estado como do mercado, controlando o cidadão como consumidor.

A tecnologia não apenas penetra nos eventos, mas se tornou um evento que não deixa nada intocado. É um ingrediente sem o qual a cultura contemporânea – trabalho, arte, ciência e educação – na verdade, toda a gama de interações sociais, é impensável (SANTAELLA, 2003 apud ARONOWITZ, 1995, p. 26).

Os millennials convivem com tudo isso nestes tempos hipermodernos e em um mundo plano, com um aumento acelerado de alienação, depressão e solidão entre os jovens conectados, o afastamento dos familiares e das amizades, em virtude, entre outros fatores, do grande número de horas passadas na internet. Por meio desses meios tecnológicos, os jovens criam importantes laços de comunidade virtual, tornam-se extremamente frágeis e se escondem da vida real por trás da fantasia criada por eles para se exporem nas redes sociais. “Eles têm muitos amigos, tanto no espaço real quanto nos mundos virtuais – uma coleção crescente de amigos que eles computam, para o resto do mundo ver, em seus *sites* de contato social *online*” (PALFREY, 2011, p. 14-15).

Os laços sociais também podem ser *fortes* e *fracos*, de acordo com Granovetter (1973, p. 1.361), ‘a força de um laço é uma combinação (provavelmente linear) da quantidade de tempo, intensidade emocional, intimidade (confiança mútua) e serviços recíprocos que caracterizam um laço’. O trabalho do autor é seminal no sentido de analisar e discutir como são formados e o quão importante são essas conexões (RECUERO, 2009, p. 41).

Recuero (2009) salienta que os laços fortes são caracterizados pela intimidade, proximidade e pela intencionalidade em criar e manter uma conexão entre duas pessoas. Já os laços fracos são caracterizados por relações independentes, que não traduzem proximidade ou intimidade. Nos laços fortes há muito mais trocas sociais de forma extensa e concreta, enquanto nos fracos essas trocas são difusas, o que chama atenção para os estruturadores das redes sociais. Segundo Palfrey (2011, p. 13), “o mais incrível, no entanto, é a maneira em que a era digital transformou o modo como as pessoas vivem e se relacionam umas com as outras e com o mundo que as cercam”.

As tecnologias caminham para a convergência, a integração, a mobilidade e a multifuncionalidade, a fim de que possam realizar atividades diferentes num mesmo aparelho, em qualquer lugar, como acontece no telefone celular (falar, enviar torpedos, baixar músicas) (MORAN, 2007, p. 103).

De acordo com Moran (2007), essa mobilidade e também a virtualização são elementos de liberdade dos indivíduos em espaços e tempos rígidos, em que são

esperadas e estabelecidas. A digitalização permite ao indivíduo formas diferenciadas, como registrar, editar, combinar ou mesmo manobrar as informações por qualquer meio, em qualquer lugar e em qualquer momento. Nesse ínterim, sobre o futuro, a hiperconexão² estabelece o primado do tempo presente, a vivência do processo em vez de uma finalidade futura, gera continuamente novos arranjos, combinações e oportunidades. Jovens preferem aproveitar as possibilidades atuais à medida que elas se apresentam do que viver como reféns de um futuro incerto. Por isso, passam a viver muito mais o processo do que focar num fim determinado para suas ações, não vendo mais sentido em planejar futuros rígidos a longo prazo.

2.1 *Bios* virtual

É fundamental, nesta dissertação, o conceito de *bios* virtual de Muniz Sodré. Isso porque encontramos nessa discussão subsídios teóricos para aprofundar nosso entendimento sobre a geração *millennials* e sua experiência na educação nestes tempos de alta tecnologia e de uma nova “estética” do conhecimento.

Para Sodré, é necessário que se entenda o alcance do termo “*mediatização*”, devido à diferença entre “*medição*” e “*interação*”, que é um dos níveis operativos do processo mediador. Na palavra “*mediação*” está presente o significado de fazer ponte ou comunicar-se duas partes, que indica diversos tipos de interações. “A linguagem é por isto considerada *mediação* universal” (2009, p. 21).

O autor destaca, ainda, que a mídia hoje faz parte da nova forma de vida do sujeito, ajudando a refletir sobre as transformações de interesses e costumes gerados a partir deste contexto de *mediatização* da sociedade. É chamado por ele de *bios* midiático, que causa certa dependência de ser um meio de sobrevivência do sujeito, transformando a sua relação com o trabalho, na socialização e no lazer. “Com efeito, já é lugar-comum afirmar que o desenvolvimento dos sistemas e das redes de comunicação transforma radicalmente a vida do homem contemporâneo” (SODRÉ, 2009, p. 15). Essa dependência pelas tecnologias pode ser chamada de *bios* midiático. A mídia passa a implicar uma nova capacidade da vida, um novo *bios*, e também um novo *ethos*, o *ethos* *mediatizado*. O *ethos* seria uma

² Hiperconexão é uma condição da desinstitucionalização desses jovens e de sua liberdade de engajamento a múltiplos projetos e grupos de ação temporários.

percepção atuante e objetiva, na qual se manifesta a compreensão, a interpretação simbólica e a regulação da existência humana, fomentada em um ambiente cognitivo.

No que diz respeito a Revolução da Informação, novo mesmo é o fenômeno da estocagem de grande volume de dados e a sua rápida transmissão, acelerando, em grau inédito na História, isto que se tem revelado uma das grandes características da Modernidade – a mobilidade ou a circularização das coisas no mundo (SODRÉ, 2009, p. 13).

Deve-se definir a mídia não somente como transmissor de informação, mas defini-la como ambiência, como uma nova forma de vida. A mídia, chamada por Aristóteles de “*BIOS*”, é a cidade acometida politicamente. Aristóteles discursa a respeito de três *bios*: do conhecimento, do prazer e da política. Muniz Sodré descreve a mídia como sendo o quarto *bios*, que é o “*BIOS MIDIÁTICO*”, o virtual. Da vida como visão, da vida como presença das coisas. Tudo se torna real, tudo que se passa é real, contudo não acontece na mesma ordem da realidade das coisas.

O *bios* virtual é a prótese, não apenas uma maquinaria comunicacional que permite ao cidadão inteirar-se das coisas do mundo, e sim uma ‘atmosfera’ magnética (um *ethos* feito de hábitos e afetos) onde, por um lado, ‘respira-se’ o consumo programado pela socialização latente do mercado e da ordem tecnológica; por outro, ‘habita-se’ um mundo de imponderabilidade, ubiquidade e interatividade (SODRÉ, 2013, p. 189).

A sociedade midiaticizada é o meio pelo qual a tecnologia participa ativamente do seu processo de conhecimento e evolução, levantando debates sobre até que ponto as novas tecnologias influenciam na identidade, nos aspectos sociais e culturais, bem como nas instituições de ensino. Entretanto, para Sodré (2013), o deslumbramento excessivamente centralizado na prática midiática e nas realizações da computação decorre do desempenho ideológico que concede à inovação em si mesma um poder mágico e soberano de esclarecer os problemas, independente das condições humanas e sociais.

De fato, os meios tecnológicos “estão em todos os lugares, no trabalho, no lazer, nos serviços, na educação” (WOLTON, 2007, p. 108) e, nesse sentido, do ponto de vista da comunicação, as tecnologias têm o papel de transformar as relações interpessoais e as atividades humanas, possibilitando ao indivíduo repensar os aspectos fundamentais de como interagir e se relacionar com o outro. É

possível acreditar que a sociedade e as tecnologias se unem em um processo de convívio único e, ao mesmo tempo em que a tecnologia abrange a sociedade, esta se aproveita das inovações (CASTELLS, 1999).

A comunicação é essencial para a sobrevivência dos indivíduos. Dessa forma, é imprescindível compreender como esse processo de poder muda a organização do homem desde as primeiras eras, assim como a de outros seres vivos que nem imaginamos terem tanto poder (COSTA, 2015, p. 3).

A comunicação é estabelecida por vários canais, e todos os seres humanos conseguem estabelecê-la. A transformação que vem ocorrendo em 20 anos mudou a relação entre indivíduo e máquina e fez com que os dispositivos eletrônicos se tornassem indispensáveis no dia a dia do sujeito contemporâneo. Não há como sair de casa sem estar portando um desses aparelhos de comunicação, todavia, o sujeito tornou-se condicionado ao uso das tecnologias – que renovam a todo momento, em tempo real, as informações –, cujas velocidade e rapidez são as chaves inevitáveis desses dispositivos eletrônicos.

Da mídia para o público não parte apenas influências normativas, mas principalmente emocional e sensorial, com o pano de fundo de uma estetização generalizada da vida social, onde identidades pessoais, comportamentos e até mesmo juízos de natureza supostamente ética passam pelo crivo de uma invisível comunidade do gosto, na realidade o 'gosto' médio, estatisticamente determinado (SODRÉ, 2006, p. 23).

Nos dias atuais, as tecnologias são incorporadas ao cotidiano do indivíduo em velocidade surpreendente, a ponto de se chegar a questionar qual será o futuro da nova geração de millennials, uma vez que as identidades eram formadas pelos costumes e origens. Atualmente, esse perfil está sendo modificado, passando essas identidades a serem moldadas pelas redes de comunicação, pela instantaneidade, pela mobilidade.

O que mais impressiona não é tanto a novidade do fenômeno, mas o ritmo acelerado das mudanças tecnológicas e os consequentes impactos psíquicos, culturais, científicos e educacionais que eles provocam. [...] desenvolvimentos técnicos sempre ocorreram. O que é novo agora é a rápida sucessão de seus saltos quânticos (SANTAELLA, 2003, p. 18).

A tecnologia disponibiliza materiais de fantasia e sonho, moldando o comportamento do indivíduo e, por fim, construindo identidades. O próprio consumo de produtos mediatizados ou simbólicos podem ser entendidos como uma prática

rotineira, ambientada em diversas particularidades cotidianas do indivíduo. "É o que se explicita na realidade do mercado: o sujeito é sempre individual e só existe socialmente enquanto tem algo para comprar ou vender, pelo menos assim pensa" (SODRÉ, 2006, p. 29).

Para Tapscott (2010), o século XXI, embora propício a perigos, se evidenciaria por caminhos da informação, destacando a internet como modelo dessa era. E de acordo com Castells (1999), essa revolução tecnológica pelo qual estamos passando está modificando a base visível da sociedade em velocidade acelerada.

Aprenda com eles e você verá a nova cultura de trabalho de alto desempenho, a escola a universidade do século XXI, a empresa inovadora, uma família mais aberta, uma democracia na qual os cidadãos são engajados, e talvez até mesmo a nova sociedade em rede (TAPSCOTT, 2010, p. 18).

As transformações ocorridas não se deram somente por terem as socialidades em rede se transformado em entornos de produção/representação, mas sim por possibilitarem novos usos e *status*, demarcadores do cultural/simbólico hipermediado. Logo, o ambiente virtual encontra-se sempre em movimento e transformação. O ciberespaço é um espaço simbólico baseado na tecnologia, uma rede de estruturas reticuladas postas entre si. O ciberespaço é definido como um ambiente de união universal, no qual é possível estar em vários lugares ao mesmo tempo e compartilhar das mesmas capacidades.

A questão da cibernética-tecnológica teve uma revolução que está afetando fatores do cotidiano do indivíduo, as comunidades virtuais, a oportunidade de navegar por todo o mundo. Mas foi somente no século XX que surgiu a rede digital e o ciberespaço, possibilitando o sujeito a virtualizar uma prática social que se tornou indiscutível. "O mundo está se tornando uma gigantesca rede de troca de informações" (SANTAELLA, 2003, p. 18).

A era da informação é nossa era. É um período histórico caracterizado por uma revolução tecnológica centrada nas tecnologias digitais de informação e comunicação, concomitante, mas não causadora, com a emergência de uma estrutura social em rede, em todos os âmbitos da atividade humana, e com a interdependência global desta atividade. É um processo de transformação multidimensional que é ao mesmo tempo incluyente e excluyente em função dos valores e interesses dominantes em cada processo, em cada país e em cada organização social (CASTELLS, 2006, p. 225).

Considerando os autores acima, podemos entender que fazemos parte de uma cultura que forma um abismo entre as gerações, fazendo-se evidente quando as atenções regressam para as conexões destas com a tecnologia. O mundo está tomado de novas tecnologias da informação, surgindo, dessa maneira, as transformações socioculturais, afetivas e comportamentais. Atualizar-se quanto às inovações atuais é estabelecer de forma sólida as habilidades e competências, de modo que as modificações e imposições que são exigidas pela sociedade em que se está inserido contribuam de alguma maneira para a construção de conhecimento (MILANI, 2012). Para Castells, a inclusão digital compreende muito mais do que simplesmente um aparato tecnológico: “O novo aprendizado é orientado para o desenvolvimento da capacidade educacional de transformar informação e conhecimento em ação” (2003, p. 103).

Uma leitura interessante também sobre tecnologia e as mídias sociais digitais está em Oliveira (2014), que ressalta que a incorporação das mídias sociais no estilo de vida dos indivíduos os atingem de maneiras bem antagônicas. Em primeiro lugar, quando se refere a uma determinada vantagem que se encontra em estabelecer conexões pessoais, possibilitando a ampliação de oportunidades profissionais. Não há uma determinação quanto à quantidade de atividades que o indivíduo exerce simultaneamente, porém se faz necessário prestar maior atenção em várias coisas ao mesmo tempo, contudo, o preço a se pagar é a superficialidade nas atividades praticadas, apresentando consequências por se fazer múltiplas tarefas conjuntamente.

Ao detectarmos mudanças ocorridas nas narrativas mediadas por computador, procuramos sugerir – a partir dos conceitos da teoria da informação, no seu significado abrangente, ou seja, de modo a compreender também a comunicação – novas formas de narrativas nas quais todas formas de comunicação coexistem e se relacionam com as formas mais antigas, que tendem a se adaptar (FERRARI, 2014, p. 79).

De maneira crescente, as mídias sociais digitais passam a representar os meios de comunicação tradicionais, agora utilizadas para se comunicar com o público de seu interesse. Segundo Ferrari (2014), se pensarmos que está surgindo um indivíduo reconfigurado, terá que se pensar em uma transfiguração da mídia de massa, uma mídia sob medida, unidirecional.

Ao mesmo tempo, a mídia é também levada a encenar uma nova *doxa* (no antigo duplo significado de ‘opinião’ e ‘celebridade’), a partir da qual se fala e se reconhece o valor social do outro. Com a Internet, mais do que encenação, há uma verdadeira virtualização do mundo, com possibilidades de caos e acaso (SODRÉ, 2009, p. 51).

Por sua vez, a tecnocultura é formada pelo mercado e pelos meios de comunicação, instituindo o quarto *bios*, implicando uma nova tecnologia perceptiva e mental, surgindo uma nova espécie de relacionamento do indivíduo com alusões concretas e verdadeiras, isto é, uma nova condição antropológica. A mídia transmite para o público não somente influências normativas, e sim emocionais e sensoriais, tendo como pano de fundo uma estetização generalizada da vida social.

Essa é a transformação que vem ocorrendo com o mundo tecnológico em quase 20 anos, que faz com que hoje todos possam ter uma conexão com dispositivos eletrônicos. O indivíduo está tão acostumado a essas facilidades que a tecnologia oferece que até mesmo as coisas simples do cotidiano, como saber o número de telefone de alguém, acabam por ficar no esquecimento. Já não usamos mais as agendas telefônicas de papel, tudo está condicionado nos pequenos aparelhos como o celular. Assim, ouve o nascimento de uma nova cultura, vertebrada pelas novas tecnologias da informação. Essa era das tecnologias da informação, e também do trabalho, está diretamente ligada ao afeto e ao desejo. A mídia tornou-se parte constituinte de uma nova forma de vida. É esse novo *bios* que causa dependência, tornando-se um meio de sobrevivência.

O que está em jogo é um novo tipo de formalização da vida social do sujeito, que implica uma outra dimensão da realidade, uma nova forma de perceber, pensar e determinar o que é real, impulsionada pela computação. Na esfera do tempo real, temos a comunicação instantânea, simultânea e global. Já no espaço virtual temos a criação por computador dos ambientes artificiais e interativos. Ambos tornam compatíveis a ligação com outros mundos e com regimes de visibilidade pública (SODRÉ, 2009).

2.2 As mídias sociais digitais e os jovens millennials na sociedade “híper” das “tecnomediações”

Atualmente, a web é um universo em crescimento de páginas e de aplicativos interligados, além de vídeos, fotos e conteúdos interativos. Com o tempo, as

tecnologias da web evoluíram para proporcionar aos desenvolvedores o *know-how* de desenvolver novas gerações de experiências na web úteis e imersivas. A web, nos dias de hoje, resulta dos esforços contínuos de comunidades da web aberta, que auxilia a definir suas tecnologias – como HTTP, HTML5, CSS3 e WebGL – e a assegurar que elas sejam suportadas em todos os navegadores disponíveis. A internet surgiu após a Guerra Fria na década de 1960, com o intuito de ser um modelo de troca de compartilhamento de informações para os militares. Ela teve início como um transmissor de dados, repassando informações importantes de guerra. E foi somente em 1969 que foi enviado o primeiro e-mail na história. Com isso, o governo americano desenvolveu a *Internet Protocol* (conhecida como IP), que possibilitou o compartilhamento de informações por rádio, fibra ótica e via satélite.

Na história de evolução da Web 1.0, ela foi criada em 1989 pelo cientista Tim Berners Lee. E em 1992 ele criou a *World Wide Web* (conhecida pelo prefixo www). Dessa forma, com base nesses dados ele desenvolveu a web como sendo uma internet estática e com pouca interatividade, porém já permitia a troca de e-mails e fazer busca em ambiente *on-line*. A web foi definida por três simples tecnologias:

- Localizador ou Identificador Uniforme de Recursos (URL ou URI) para identificar recursos (por exemplo, documentos, dados) na Web e saber onde encontrá-los.
- *Hypertext Markup Language* (HTML): Linguagem para representar o conteúdo em termos de páginas na Web e expressá-las em *links*.
- *Hypertext Transfer Protocol* (HTTP): Protocolo para mover dados na Web e em toda a Internet.

Com toda a evolução da tecnologia, a Web precisava de mais ferramentas que possibilitassem que deixasse de ser tão estática. Então, em 2004 surge a Web 2.0, que cresceu rapidamente e passou a ser vista como uma plataforma dinâmica com possibilidade de interação. Esse foi um grande avanço da internet, com mais de cem milhões de sites ativos; mais de 1 bilhão de pessoas passou a acessar a Web de: Hiperlinkagem de documentos para: Conteúdo dinâmico gerado pelos usuários. Como demonstra a Wikipédia, com mais de 2.400.000 artigos, e o *Youtube*, com 80 milhões de vídeos e 4 milhões de usuários. Com o surgimento dos blogs, as pessoas passaram a expor o que pensavam e a interagir virtualmente, surgindo,

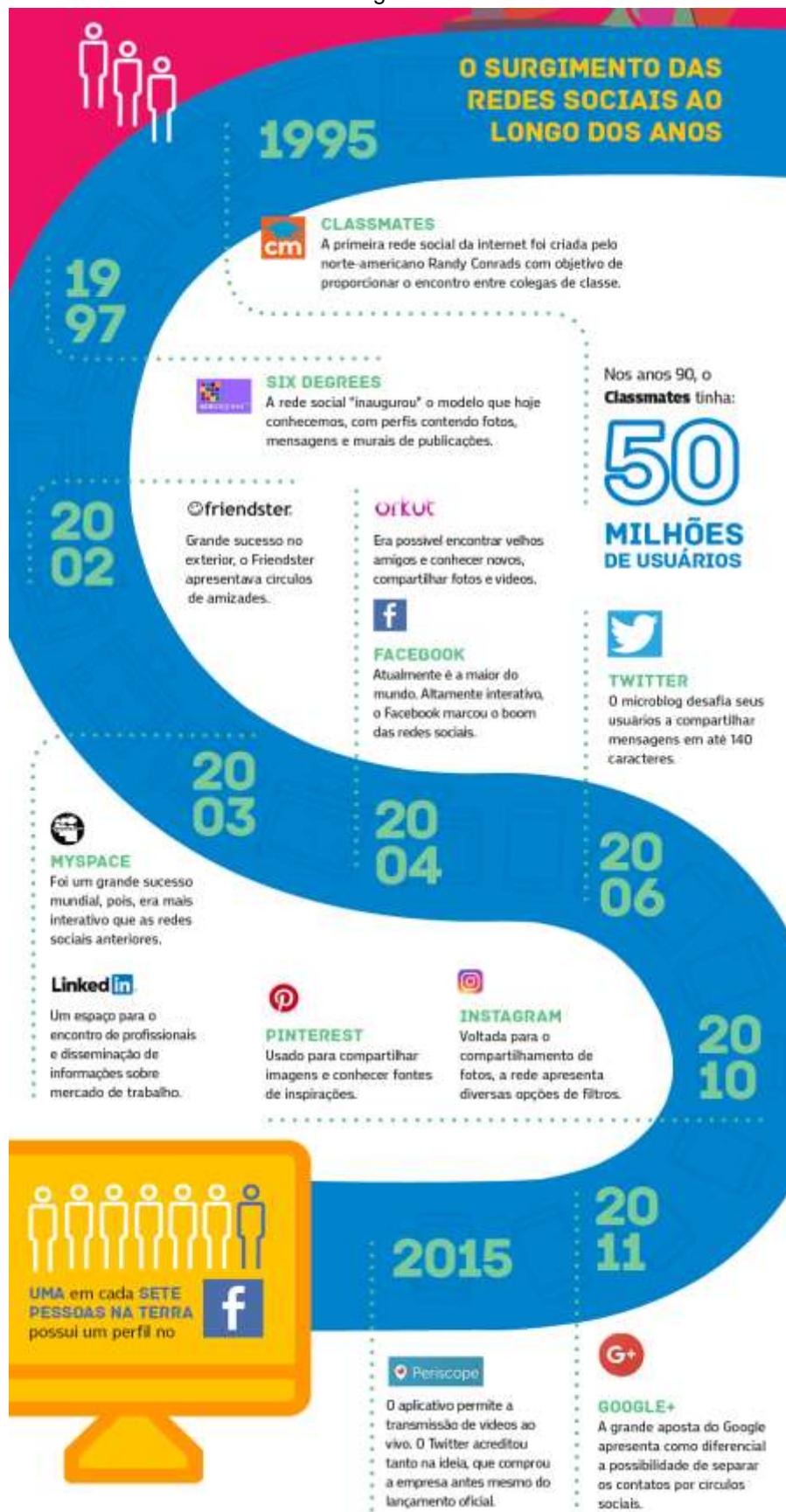
então, a interação em rede. A web 2.0 transformou a maneira de enxergar o mundo, de compartilhar ideias, negócios e a perspectiva de produzir conteúdo. A internet proporcionou ao indivíduo que é movido pela tecnologia um relacionamento social, viabilizando a comunicação e a interação com outros grupos sociais. “Os nativos digitais querem ser rápidos quando se trata de acessar os tópicos nos quais estão realmente interessados. Eles podem ler literalmente centenas de *blogs* de autores do mundo todo” (PALFREY; GASSER, 2011, p. 199).

Com o acelerado avanço das tecnologias, muito já se fala da Web 3.0: ela é a terceira geração da internet, ou seja, o presente momento tecnológico que estamos vivendo, revolucionando a “linkagem” de dados dispositivos, com novas formas de interação e combinação de dados para obter informações e ideias nunca antes exploradas. Também há novas maneiras de conectividade à internet por meio de inúmeros dispositivos de pesquisa que poderá combinar e analisar dados. Essa evolução na disseminação de informação em velocidades nunca antes observadas tem interação entre vários meios de comunicação, como TV e celular. Essa internet é conhecida também como “web inteligente”, e a nova versão do termo 3.0 é de autoria *John Markoff*, do *New York Times*.

Por mais maravilhosas que sejam as tecnologias digitais, não devemos ser levados a pensar que qualquer tecnologia isoladamente pode ser a solução para qualquer problema, que dirá para o problema da qualidade das informações (PALFREY; GASSER, 2011, p. 200).

Não importa a época em que estamos vivendo, a verdade é que a sociedade sempre percebeu a necessidade de se comunicar e interagir com outros indivíduos. E, portanto, para essa finalidade surgiram as “mídias sociais”, que foram criadas para possibilitar a interação social por meio do compartilhamento e da criação de informações em diferentes formatos. As mídias sociais passaram a surgir no século 19, com a invenção do telégrafo. Porém, a evolução dessas mídias sociais foi rápida, como podemos conferir a seguir no infográfico realizado pela Infobase Interativa sobre a evolução das redes sociais ao longo dos anos.

Figura 17



Fonte: Disponível em: <<http://www.proxima.com.br/home/proxima/noticias/2016/07/01/evolucao-das-redes-sociais-e-do-social-media.html>> Acesso em: 17 dez. 2017.

A prof.^a Santaella, na obra *Culturas e artes do pós-humano: a cultura das mídias à cibercultura* (2010), analisa a cultura midiática como uma Era da Comunicação Social, precedida pela Era da Comunicação de massa e anterior à Era da Cibercultura. Em decorrência da complexa análise da cultura midiática, os meios de comunicação de massa passaram a ter autoridade e grande utilidade para os indivíduos na sociedade. Pelo que está ocorrendo hoje no contexto das mídias sociais digitais, podemos dizer que as Eras da Cultura Midiática e da Cibercultura, obviamente com a sua importância, vão ficando para trás, pois é possível vislumbrar uma mudança significativa no comportamento e nos valores sociais dos jovens, aqui pesquisados como a geração millennials.

A informação é poder. A comunicação é contrapoder. E a capacidade de mudar o fluxo da informação a partir da capacidade autônoma de comunicação, reforçada mediante as tecnologias digitais de comunicação, realça substancialmente a autonomia da sociedade com respeito aos poderes estabelecidos (CASTELLS, 2006, p. 231).

A mídia tornou-se presente no cotidiano do ser humano, passando a exercer um papel significativo, e é a grande transformadora da cultura, difundindo linguagens e modificando comportamentos dos indivíduos. Para o prof. Adami (2014), o rádio e as demais mídias são os grandes mediadores da cultura, que é muito mais do que manifestações e festividades, comidas típicas, música, etc.: é produtora de sentidos e valores. Não podemos negar que, nesse contexto das mídias e da cultura, as mídias passaram a ser também responsáveis pela socialização e pela educação do público.

História convive com a necessidade de superar o passado. Novas fontes de informação surgem o tempo inteiro e, ao mesmo tempo, as pessoas se sentem cada vez mais perdidas. É um universo em construção e em contradição, mas é forte o bastante para mudar a forma como vivemos o nosso tempo (FERRARI, 2014, p. 170).

As mídias sociais digitais, muitas vezes estão vinculadas a grandes grupos de comunicação, o que lhes confere um caráter de “fonte confiável”.

Podemos dizer que o avanço da narrativa digital, da interatividade imersiva dos games, das novas formas interativas de acesso à informação, das conversas instantâneas (WhatsApp), até as manifestações sociais no Instagram, representam o mais novo território de disputa e luta na sociedade. Esses movimentos sociais utilizam-se da possibilidade que oferece a web, de troca individualizada de informação, para fortalecer a cibercultura atual (FERRARI, 2014, p. 29).

A geração millennial, dia a dia, se dá conta que faz parte de uma sociedade midiaticizada, passando a agir conforme os modelos sociais e culturais nos quais está inserida. São jovens que atuam gradativamente em vários grupos sociais, exercendo diversas ações sociais. Na sociedade contemporânea, a internet passou a ser a extensão da vida do indivíduo, possibilitando a mudança nas narrativas, pois esse jovem busca construir uma identidade em meio a uma sociedade fragmentada. O contato com a internet está cada dia mais precoce, fazendo esse indivíduo manipular as mídias sociais digitais como instrumento de relacionamento, de estudo, trabalho e divertimento. Isso, porém, gera um descompasso com a vida real, pois cada vez mais eles se distanciam da vivência com o mundo e passam a viver vinculados enormemente às tecnologias.

Nem o deslumbramento nem a crítica radical nos ajudarão a compreender melhor como lidar com as tecnologias. Elas tanto nos ajudam como nos complicam. Depende de como as utilizarmos. As tecnologias facilitam extraordinariamente nossa vida, mas também não podemos ignorar que a excessiva dependência delas nos torna vulneráveis individual e coletivamente (MORAN, 2007, p. 104).

O que se busca em pleno século XXI é desenvolver conhecimentos com referência não somente na linguagem, mas em decorrência de acontecimentos comunicacionais que ocorrem entre grupos sociais em sua relação com as mídias. No momento atual, em que são pensados os espaços públicos e os espaços midiáticos, os jovens procuram estabelecer relações entre as manifestações culturais e as produções midiáticas, levando em consideração que os indivíduos manifestam seu processo de compreensão, criatividade e memória de acordo com o meio em que vive. Conforme a reflexão do autor Don Tapscott: “A imersão digital proporcionou à Geração Internet as habilidades visuais que os tornam bons descobridores. Eles aprenderam a desenvolver os filtros necessários para separar o que é e o que não é importante” (2010, p. 141).

Nesse contexto, a imersão digital pode ter incentivado uma nova forma de inteligência, que segundo a pesquisa de Henry Jenkins, diretor do Programa de Estudos Comparativos sobre Mídia do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), analisada por Tapscott (2010, p. 141), mais da metade dos jovens produzem conteúdos para as mídias sociais digitais; já para um terço dos jovens esse conteúdo só é meramente compartilhado. “Nessa ‘cultura participativa’, a capacidade

de interagir tanto com pessoas quanto com tecnologias podem expandir as nossas capacidades mentais”, sustenta ele.

As mudanças sociais, levadas pelo avanço tecnológico, atingiram um patamar se precedentes na história recente. O impacto da chegada da web – e suas inúmeras possibilidades de interação – transformou o público consumidor em agente e hoje a ‘aldeia global’, vislumbrada por Marshall McLuhan, tornou-se realidade nas redes sociais. O desafio para comunicação vai além da identificação de seus produtores pelo público, passando pelo desafio de criar experiências de envolvimento, de participação e interação. É preciso trocar a lente para entender a sociedade atual (FERRARI, 2014, p. 93).

Para Ferrari (2014) surge, portanto, uma nova cultura midiática com uma linguagem própria e com uma característica única, que pertence à nova geração de jovens digitais. Eles têm estimulado uma nova forma de pensar e de estruturar as ideias, nas fases de relacionamento interpessoal, nos valores, na maneira de viver em sociedade e, até mesmo, no jeito de planejar a felicidade. Essa transformação da internet mudou de maneira veloz e irreversível os elementos fundamentais da existência humana.

É certo também que, em cada período histórico, a cultura fica sob o domínio da técnica ou da tecnologia de comunicação mais recente. Contudo, esse domínio não é suficiente para asfixiar os princípios semióticos que definem as informações culturais preexistentes. Afinal, a cultura comporta-se sempre como um organismo vivo e, sobretudo, inteligente, com poderes de adaptação imprevisíveis e surpreendentes (SANTAELLA, 2003, p. 14).

O progresso das tecnologias tem se refletido a cada dia na sociedade contemporânea. Hoje, o que vivenciamos está se moldando em vários aspectos pela tecnologia. Lúcia Santaella, em seu artigo “Da cultura das mídias à Cibercultura: o advento do pós-humano”, afirma que é possível observar esses reflexos nos dias atuais. Segundo a autora, as mudanças geradas pela tecnologia e e pela comunicação traz para a vida do ser humano mudanças no nível psíquico, social e antropológico. Porém, não é somente a tecnologia a grande perscrutadora das transformações culturais: pode-se concluir que os avanços tecnológicos proporcionaram à sociedade como um todo uma nova forma de se expressar, usando da narrativa digital como fonte de interatividade, o acesso às informações, os dispositivos de conversação no *WhatsApp*, até mesmo as declarações feitas no *Instagram* e *Facebook*, todos esses aplicativos tornaram-se recursos de

manifestação na sociedade. “Esses movimentos sociais utilizam-se da possibilidade que oferece a web, de troca individualizada de informação, para fortalecer a cibercultura atual” (FERARRI, 2014, p. 29).

O Brasil não é apenas um país que consome conteúdo, mas também publica muita informação. Nisso se destacam, primeiramente, os *blogs*. O estudo da comScore deste ano ressalta que o Brasil é o segundo lugar no mundo em relação ao alcance de *blogs*. Como exemplo pode-se citar a plataforma de *blogs* Wordpress, utilizada em mais de 120 idiomas (COSTA, 2015, p. 8).

A autora destaca que os blogs se tornaram fundamentais para a comunicação digital do País, tanto que o Ministério da Cultura publicou, em 6 de dezembro de 2017, pela primeira vez um edital com verba para apoio ao desenvolvimento de canal de conteúdos audiovisuais culturais brasileiros veiculados de forma gratuita na internet, inéditos e originais, com temática cultural livre. O livre valor do apoio para a realização do canal dos vlogs e do plano de execução é de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais). Segundo uma pesquisa do Ibope e dados da pesquisa do comScore de 2013, o fenômeno sobre as redes sociais no Brasil, no decorrer de cinco anos, já foi capaz de identificar o número de usuários que tinha acesso à internet pelo celular. A população consome 95% de conteúdo pelo computador, 3% pelo aparelho celular e 2% pelo *tablet* (COSTA, 2015, p. 8-9). Todas essas modificações culturais não são constituídas simplesmente pelo progresso das novas tecnologias na cultura midiática: em cada época podemos identificar um tipo diferente de cultura midiática, neste momento vivemos a combinação das misturas entre linguagem e meios (SANTAELLA, 1992).

Todas as formações sociais, desde as mais simples até a mais complexas, apresentam três territórios inter-relacionados: o território econômico, o político e o cultural. Embora essa divisão seja simplificadora, tendo em vista a enorme complexidade das sociedades atuais, ela serve para delinear o lugar ocupado pela cultura na sociedade (SANTAELLA, 2010, p. 51).

Nesse contexto a que nos referimos, Ferrari (2014, p. 158) escreve que a revolução digital já está em curso. A hegemonia será dos suportes eletrônicos, que permitem o acesso a informações constantemente atualizadas. É pouco provável que um adolescente de hoje, integrante da geração dos “*digital natives*” (nativos digitais), nascidos com internet, leia um jornal diário impresso quando chegar aos 30

anos de idade. Para a autora, tudo se acelera, e os jornais impressos vão se tornar anacrônicos a partir do momento em que houver ampla disponibilidade de telas de alta qualidade a baixo preço e quando as conexões de banda larga e sem fio se generalizarem. Ferrari também considera que o avanço das tecnologias da informação é uma das consequências da evolução tecnológica, que tem seus reflexos no lazer e em outras áreas da vida do indivíduo, na qual as tecnologias não só se transformam em elementos de entretenimento, como também em ferramentas capazes de melhorar e incentivar os meios profissionais e educacionais do sujeito. “Não podemos querer retratar o mundo atual como há 100 anos. Hoje, temos histórias que lidam com as pessoas e com toda a gama de expressões do mundo contemporâneo” (2014, p. 145).

É notório, hoje, perceber que as grandes cidades do mundo estão abarrotadas de indivíduos usando algum tipo de eletrônico, ficando totalmente alheios à existência de outras pessoas e do que está ocorrendo ao seu redor. Esse comportamento não era visto décadas atrás. Passamos a aceitar esse tipo de comportamento, e o fato de partilhar o mesmo ambiente físico não significa necessariamente partilhar da mesma experiência das outras pessoas. O celular, por exemplo, é, sem dúvida, o mais utilizado desses aparelhos eletrônicos, que possibilitou ao sujeito uma conectividade quase que momentânea, e desde a sua invenção ele tem sido um elemento de frenesi social e centro de inquietação tecnológica. O fotógrafo Josh Pulman³, autor do ensaio “*Somewhere Else*” (“Em outro lugar”, tradução nossa), traz uma reflexão quanto a essa ansiedade humana: “Se duas pessoas estão andando juntas, cada uma prestando atenção a seu telefone, elas estão realmente juntas?”.

³ “*Somewhere Else*” é um projeto que documenta o estado desconectado em que estamos. É um olhar para uma atividade particular que todos nós fazemos: observando essa ação normal e cotidiana, revela uma verdade mais profunda sobre nossa condição social – a saber, que enquanto nós aparecemos para operar em um mundo aparente, estamos todos, de fato, em outro lugar. Disponível em: <<http://www.joshphoto.com/projects/somewhere-else/>>. Acesso em: 14 fev. 2017.

Figura 18



Para Josh Pulman, já estamos sentindo os efeitos de conectar as mentes às redes. Disponível em: <<http://www.bbc.com/future/story/20150310-are-you-over-connected>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

As tecnologias fizeram com que as relações fossem ampliadas a um nível nunca antes experienciado. E esse é o impacto exponencial das tecnologias digitais, que passam a simbolizar o maior problema para as coisas que o indivíduo julgava serem comuns e estabilizadas. Sobre isso, Santaella argumenta que todas as formações sociais, desde as mais simples até as mais complexas, apresentam três territórios inter-relacionados: econômico, político e cultural. Na sociedade atual, as redes de comunicação deixaram de ser somente um meio de ordenação social. “A economia global é hoje constituída pelas trocas e fluxos quase instantâneos de informação, capital e comunicação cultural” (SANTAELLA, 2010, p. 16).

Vivemos em uma sociedade na qual o que consumimos hoje já não fará parte do amanhã, quase tudo é descartável, sendo assim, por que o conhecimento hoje adquirido pelos jovens digitais por meio das mídias sociais digitais deveria escapar à regra universal do descarte? Para Bauman (2010), mesmo com tantas mudanças é muito mais interessante o conhecimento criado para ser descartado, conhecimento este anunciado pelos programas de computador, aplicativos, etc., que fascina simplesmente pelo fato de estarem facilmente à disposição. “Mas como fazer quando o mundo muda de uma forma que desafia constantemente a verdade do saber existente, pegando de surpresa até os mais “bem-informados”?” (2010, p. 43).

A única certeza para o futuro é que ele será bem diferente do que é hoje e que assim será de maneira muito mais rápida do que nunca. A razão disso tudo, quase todos afirmam, está na revolução tecnológica, uma ideia que se tornou rotineira e lugar comum, nestes tempos de tecnocultura (SANTAELLA, 2003, p. 18).

Santaella (2007) salienta que o fenômeno das redes sociais digitais não teria uma atenção exacerbada se não tivessem surgido os dispositivos móveis, que deixam os usuários de forma cada vez mais próximos desses meios, possibilitando e colocando os indivíduos em conexão com o mundo.

[...] ‘a grande expansão dos meios de comunicação nos últimos cem anos colocou-nos face a face com indivíduos particulares do mundo inteiro, porém não nos disse como deveríamos nos relacionar com eles. A exploração do espaço ensinou-nos muito sobre todos fazermos parte de uma única sociedade, mas nada sobre como encontrar nosso lugar dentro dela’. Encontrar o seu lugar, os seus pares, a sua tribo é um dos motores da mídia social (FERRARI apud MURRAY, 2014, p. 110-111).

São bilhões o número de pessoas que utilizam as mídias sociais digitais ativamente, afirmou a pesquisa liderada pela Strategy Analytics (2015). A geração millennial está experienciando uma realidade que em tempo algum já foi vivenciada na história da humanidade, ou seja, a internet criou uma nova sociedade, mas foram as mídias sociais digitais que transformaram essa sociedade com suas condutas e regras próprias. Buscar entender como essa sociedade digital funciona é nos preparar para a realidade que já faz parte do dia a dia do indivíduo. Uma pesquisa realizada pelo Ibope divulgou o perfil do internauta brasileiro e o resultado foi surpreendente, 90% dos que utilizam a internet participam de alguma mídia social digital. Ou seja, um grande número de pessoas já aderiu à alguma rede de relacionamento disponível, e essa participação nas redes sociais, até este momento, é uma opção. Também 70% dos entrevistados pelo Ibope relatou a importância da atuação das empresas nas mídias sociais digitais. Interessante notar que 93% dos entrevistados ainda considera mais segura a indicação de produtos e serviços oriundos da publicidade tradicional. As redes sociais não foram criadas somente para o compartilhamento de informações, são também já usadas por muitas empresas no recrutamento e busca de novos profissionais – e estão apenas começando, pois são imensas as possibilidades de utilização das redes sociais digitais, e tudo está se construindo neste momento.

É fato que grande parte desse processo de velozes mudanças e transformações que todos estamos vivenciando é decorrente de dois fatores principais: a globalização e o desenvolvimento tecnológico. O mundo como conhecemos hoje faz parte desse processo ou advém dele. A globalização está presente na realidade e no pensamento, desafiando grande número de pessoas em todo o mundo (TELLES, 2011, p. 177).

As mídias sociais digitais têm relação direta com o processo de globalização, acelerado pelo desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação, o que causa transformações na cultura, na sociedade, no estilo de vida e no próprio indivíduo. Um conceito interessante do qual nós nos apropriamos é o de “circularidade”, que ilustra bem esta discussão. Esse conceito foi trabalhado por Carla Reis Longhi (2017), em sala de aula:

Este exemplo nos serve ainda para clarificar parcialmente o sentido dado ao conceito de circularidade aqui proposto. O conceito foi tomado por nós de Carlo Ginzburg (1989), historiador italiano, mas foi primeiramente proposto por Bakhtin. Ginzburg ao discutir o conceito de cultura no contexto dos anos 1960, momento este de quebra de paradigmas sobre a questão, entendeu que as referências à dicotomia cultura de elite – cultura popular não eram pertinentes, pois a cultura se constitui de modo circular, continuamente reapropriada pelas diferentes classes/ grupos num diálogo intencional ou não e nunca estanques em sua proposição (LONGHI, 2017).

Para Telles (2011), as mídias sociais digitais são uma estratégia de negócio que visa à preferência do cliente para com o prestador. Contudo, prestar atenção ao ponto de vista e aos comentários relatados nas redes sociais, tais como em blogs e vlogs, busca satisfazer as necessidades e a interação do indivíduo como usuário. Esse é o marketing de relacionamento das mídias sociais digitais.

A internet passou a ser tão importante para a sociedade que a Organização das Nações Unidas (ONU) declarou em 2010, que a conexão à internet é um direito humano e que desconectar a população da web viola tal política. A rede passou a ser uma ferramenta imprescindível para a efetivação de uma série de direitos humanos, passando a combater a desigualdade e também a acelerar o desenvolvimento e progresso do país. Por isso, a acessibilidade e o acesso a informação são primordiais a todos os níveis de governança de rede. Com o surgimento das mídias sociais digitais, o jovem naturalmente passou a constituir um novo espaço de convivência que por ventura também se torna o cenário para a construção de uma nova identidade, apropriando-se de um lugar de destaque. A inexistência de anonimato faz com que a geração millennial passe a usar as redes sociais como uma forma de prolongar o mundo *off-line*.

A natureza da identidade está mudando no século XXI. Essas mudanças afetam não apenas os nativos digitais e outros jovens, mas todos que vivem em sociedade conectadas com a *internet*. Os Nativos Digitais estão absolutamente certos em não distinguir entre as identidades *online* e *offline*. Cada vez mais, a identidade de qualquer um que viva em uma era digital é compreendido através de uma combinação do que ele expressa no espaço real e o que ele diz sobre si mesmo *online*. E, cada vez mais, o que importa é a sua identidade social, que está sendo moldada não apenas por suas próprias ações, mas pelas pessoas com quem ela está ligada e as coisas que seus amigos dizem e fazem (PALFREY, 2011, p. 45).

Os jovens, quando habitam as mídias sociais digitais, buscam mais do que informação: eles querem estabelecer essencialmente uma rede de relação social, que se torna um importante fator de socialização e de construção identitária. Esses efeitos contribuem para a autorrepresentação desses jovens e, de certa maneira, na conscientização que passam a ter de si mesmos, buscando, assim, compreender a relação entre o mundo *on-line* e o mundo *off-line*, que proporciona maneiras de interação que consentem a inferência sobre a concepção da identidade dessa geração digital. Tais identidades baseiam-se na especificidade cultural e no desejo de controle do próprio destino do sujeito (CASTELLS, 2000, p. 132).

Compreende-se que a composição dos grupos se determina mediante o desejo comum de busca da identidade. Hall (2006) defende que a modernidade com sua vasta transformação provoca com ela uma “Crise de Identidade” que fragmenta o indivíduo moderno, remodelando a percepção do ser humano sobre si mesmo e sobre o mundo que o cerca. Essa construção identitária passa a se entender no que se dá em relação com o outro, com a cultura, de maneira que a identidade seja o eixo central de conexão do eu interior com o exterior. Assim, o indivíduo terá o poder de assumir qualquer identidade que desejar e em qualquer momento desejar. Castells também defende que cada tipo de processo de construção identitária leva a um resultado distinto no que tange à constituição da sociedade (2000, p. 24).

Ao longo dos séculos, as cidades foram sofrendo mutações físicas e sociológicas: da Ágora grega, passando pelo surgimento de pequenas comunidades medievais que viviam a partir de colheitas de subsistência, pelo aparecimento das cidades fabris, voltadas para o abastecimento das indústrias e dos bens de consumo, chegando pôr fim às cidades de pedra, que estão sendo substituídas, aos poucos, pela sociedade informatizada, na qual o produto de maior valor é a informação (FERRARI, 2014, p. 151).

Muitos foram os elementos que possibilitaram as mudanças com relação à acessibilidade, por exemplo, a mudança do indivíduo do campo para a cidade teve

mudanças significativas, a verticalização da moradia, a caminhada feita no chão de terra substituída pelo automóvel e tantas outras mudanças que o mundo passou desde no pós-guerra. Com tantas mudanças, esse indivíduo passou por uma metamorfose cultural inevitável. Hábitos que antes eram sagrados passaram a ser algo banal. É interessante observar que essas transformações trouxeram também a insegurança, redução dos ambientes físicos residenciais e isolamento dos indivíduos na metrópole. Constatamos que 50% da população vivia em áreas urbanas em 2014, e até 2050 esse percentual será de 80% (FERRARI, 2014).

De tempos em tempos a humanidade se vê diante de desafios para migrar sua herança cultural e sua produção de conhecimento, cada vez mais complexa, para novas bases e suportes tecnológicos da inteligência, que desenvolvemos em determinados momentos históricos de nossa caminhada civilizatória. Algumas tecnologias históricas causam impacto profundo e alteram significativamente o modo como produzimos e tratamos as informações e nossas diversas representações no mundo físico e social, este é o caso das mídias sociais (TELLES, 2011, p. 8).

O mundo está tão veloz que vivemos um momento da História que, quando passamos a enxergar o presente, ele já está quase desaparecendo. Acompanhar as inovações tecnológicas é um esforço pelo qual é necessário saber distinguir o que irá permanecer e o que irá desaparecer rapidamente. Telles também expõe que as novas mídias, como eram chamadas as mídias sociais digitais tempos atrás, surgiram para ficar, porém é preciso descobrir qual dessas mídias terá um futuro prolongado. “As mídias sociais fazem parte de uma revolução poderosa, influenciam decisões, perpetuam ou destroem marcas e elegem presidentes” (TELLES, 2011, p. 17).

O fluxo de modernidade revolucionou a cultura e, através das imagens e da informação em excesso, manifestou uma espécie de “hipercultura universal” que ultrapassa qualquer tipo de fronteira, reestruturando a todo instante o mundo no qual vivemos, estabelecendo novos modelos de comportamento para a civilização que está por chegar. É exatamente isso que o filósofo francês Lipovetsky (2011) denomina de “cultura-mundo”. Os conceitos de “cultura-mundo” e “hipercultura” propõem a análise do uso das redes sociais enquanto representações prováveis, desafiadas pela “proeminência das imagens, das informações e dos produtos”, gerando no mundo a cultura do “hiper” do excesso. O autor ainda destaca o

indivíduo da contemporaneidade como um hiperindivíduo, espelho da cultura-mundo.

Qual o significado da cultura-mundo? Num âmbito mais imediato, o conceito se aplica à revolução das tecnologias da informação e da comunicação, à formação de vastas redes midiáticas supranacionais, à expansão da indústria cultural, que passam a introduzir uma parcela sempre crescente dos mesmos bens num mercado globalizado (LIPOVETSKY; JUVIN, 2012, p. 2).

Segundo esses autores, toda essa dinâmica é possível mediante o vasto crescimento do setor cultural, que está em constante transformação. Essa cultura-mundo é, portanto, ocasionada por um sentimento que amplia ao *status* de *know-how* a momentaneidade e a simultaneidade como expressões de um princípio individualizado do poder de si. Esta é a era da hipermodernidade, na qual o que prevalece e se difunde é o ilusório da disputa, a cultura do mercado, que redireciona o controle da vida social e cultural. Dessa maneira, pensar a cultura é refletir sobre qual o verdadeiro papel representado pelas redes de informação formadas no entorno dos indivíduos e da utilização que eles têm feito dos dispositivos. Assim, é importante o entendimento do momento em que vivemos, para podermos pensar o futuro. Para Lipovetsky, o mundo está vivendo um novo ciclo, o hipermodernismo, e o sujeito hipermodernista está na época do excesso de escolhas universalizadas “Tudo coabita de modo abundante num imenso mosaico, rachado e fragmentado, formado de produtos, práticas, culturas e memórias históricas diversificadas” (2012, p. 47). Esta era é reflexo de um saturamento do modernismo. A escolha excessiva, a rapidez, as questões coletivas, a globalização e as tecnologias precisam ser compreendidas pelo sujeito que quiser se estabelecer no mercado.

Vivenciamos nos últimos dois séculos a procura pelo desempenho individual, pela busca do lucro e de toda mais valia presente nas sociedades ocidentais. Trocar narrativas num ambiente multiusuário nos permite equipará-las de sentimento, de poesia, de resgate histórico de um momento que ficou no passado, que pode ser compartilhado ou mesmo continuado por outro usuário (FERRARI, 2014, p. 30).

Conforme Ferrari, ainda, tais narrativas asseguram ao indivíduo um mínimo de segurança em relação ao pluralismo das experiências vividas. “Todos esses aparelhos e tecnologias começaram a moldar uma sociedade que busca o consumo individualizado e não massivo, muito presente na sociedade fabril” (2014, p. 35).

A utilização e divulgação do termo hipermoderno destacou-se em meados dos anos 1970, mas só ganhou destaque em 2004 com o estudo de Lipovetsky e Sébastien Charles, na obra *Os tempos hipermodernos* (LIPOVETSKY, 2004). A hipermodernidade não é a contestação da modernidade, ela é caracterizada por uma cultura de excessos, do termo sempre mais. Tudo se torna incerto e urgente. Em sua reflexão, Lipovetsky expõe a construção do termo “hipermoderno” como designador de toda uma leva de valores culturais e sociais. A cultura de massa, de culto ao corpo e ao consumo, perpassando por inovadoras experiências tecnológicas, tais como internet, celulares, demolições de normas autoritárias e desinteresse pela esfera política. Considera Lipovetsky (2005) que a escala da era hipermoderna delegou ao indivíduo uma série de mudanças: seja com a perda da mortalidade, a incerteza quanto ao mundo futuro, a complexa distinção entre individualidade e individualismo, seja com o próprio arremesso desse indivíduo ao encontro direto com a vida centrada no trabalho e no consumo. Cabe-lhe trabalhar e consumir, ou seja, manter a continuidade da própria vida e de seus familiares, responsabilizando-se pela sobrevivência da espécie humana e focando-se no exercício que satisfaz seu próprio processo vital.

As mídias sociais teceram um novo padrão social, onde cada indivíduo faz parte de várias redes complexas (família, colegas da faculdade, colegas de trabalho, da academia, do bairro etc.). ‘A Internet fornece o suporte material para que esse tipo de sociabilidade se torne dominante’, diz Castells (PALFREY, 2014, p. 40).

Nesse caso, para capturar a atenção de diversos internautas famintos por informação, a indústria da internet passou a disponibilizar em seus espaços imagens, conteúdos, serviços, comunidades, blogs, entre outros recursos para satisfazer ao desejo dos usuários. “A internet transformou o ciberespaço em uma grande biblioteca e o bigdata está transformando o mundo em um grande banco de dados comportamental” (2014, p. 41).

As redes sociais começaram antes de qualquer tecnologia. O seu conceito está ligado ao que se pode denominar de diálogo. É com base nisso que se pode afirmar que todo tipo de encontro que possa gerar alguma interação é uma forma de rede social (COSTA, 2015, p. 6).

A autora considera que um indivíduo sozinho não é uma rede social, contudo, quando tem mais de um indivíduo com quem ele possa se comunicar, cria-se assim

uma nova forma de comunicação. A internet possibilitou que tais contatos pudessem ter destaque. As redes sociais ultrapassam os limites e proporcionam ao jovem millennial a aproximação de outros indivíduos de diversas regiões do mundo que tenham interesses em comum. Contudo, aos poucos a história digital vai se transformando. Santaella (2010) salienta que sem as tecnologias comunicacionais de hoje a globalização não seria algo possível. Conforme Bauman, “vamos às compras” para sentir e convencer os outros do que somos, para fazer acreditar que somos, atrair atenção, fazer novos amigos, obter amor. “A lista de compras não tem fim. Porém por mais longa que seja a lista, a opção de não ir às compras não figura nela” (2001, p. 87). Como destaca o autor, é um jovem cada vez mais agraciado nas mídias e na publicidade, de forma a ser acolhido como “diversidade cultural” ou como sendo uma circunstância de diferença.

Ser acolhido como “diversidade cultural” leva Santaella (2007) a discutir a questão da linguagem. Para a autora, a linguagem vem passando por transformações e, também, por efeitos e definições que se fazem ao mesmo tempo do devir do ser humano. Porém, a linguagem é sempre a última a ser explorada, uma vez que faz parte do íntimo da constituição humana. Com isso, traz o assunto para o primeiro plano em sua obra *Linguagens líquidas*.

[...] nesta era da comunicação móvel, todos testemunhamos o desaparecimento progressivo dos obstáculos materiais que até agora bloqueavam o fluxo dos signos e das trocas de informação. Cada vez menos a comunicação está confinada a lugares fixos, e os novos modos de telecomunicação têm produzido transmutações na estrutura da nossa concepção cotidiana do tempo, do espaço, dos modos de viver, aprender, agir, engajar-se, sentir, reviravoltas na nossa afetividade, sensualidade, nas crenças que acalentamos e nas emoções que nos assomam (SANTAELLA, 2007, p. 25).

Já não existe um lugar fixo, nenhum ponto específico que garanta para qualquer tipo de linguagem, em razão de que todas elas se encontram na roda-viva da instabilidade. Os textos já não são o que costumavam ser, perderam a solidez, transformaram-se em visões, presença efêmera que desaparecem ao toque do teclado (SANTAELLA, 2007). Vivemos num mundo onde o tempo é contado por segundo, na qual se faz tudo ao mesmo tempo, tomar decisões, planejar as férias, cuidar dos afazeres pessoais, tudo ao mesmo tempo. “Mas qual ser pensante não reclama neste nosso tempo líquido? Falta o tempo da decantação, de esperar a

areia descer para o fundo do balde, da maré baixa, do mar se acalmar” (FERRARI, 2014, p. 53).

Em entrevista ao projeto *Fronteiras do Pensamento* (2017), Zygmunt Bauman recebeu os produtores em sua casa, no Reino Unido, em 2015, para analisar as narrativas e habilidades propostas por desafios contemporâneos. O filósofo polonês discursa sobre vidas fragmentadas, em que os indivíduos estão se deslocando para lugares distantes para se protegerem contra o sentimento de viverem de forma desagradável e vários outros males da sociedade. Porém, não têm como fugir, a todo momento o indivíduo é levado a interagir com outros indivíduos, levando-os à realidade multicultural, tendo a dolorosa percepção de que existem diferentes seres humanos. A internet está diretamente ligada ao que se tornou agora esse sujeito. "As habilidades não são mais necessárias. Não é mais preciso estudar, experimentar, expandir-se; basta comprar o produto certo. Sua única função é alcançar um cartão de crédito ou cheque", avaliou Bauman.

No entendimento de Muniz Sodré (2006), a sociedade contemporânea rege-se pela midiatização, pela propensão à virtualização das relações humanas. A midiatização provoca uma qualificação particular da vida, uma nova forma de presença do indivíduo no mundo, pensando a midiatização como uma ordem de mediações socialmente realizadas – um tipo particular de interação, portanto, a que poderíamos chamar de tecnomediações (SODRÉ, 2006, p. 20).

A midiatização pode ser pensada como um novo bios, uma espécie de quarta esfera existencial, com uma qualificação cultural própria (uma 'tecnocultura'), historicamente justificada pelo imperativo de redefinição do espaço público burguês (SODRÉ, 2006, p. 22).

O processo inicial é procurar compreender como essa qualificação atua na influência/poder, na construção de uma realidade social (costumes, significações, percepções, afetos entre outros), a contar das mídias tradicionais até as atuais, com base na relação entre o tempo real e na expectativa de gerar espaços artificiais ou virtuais, levando à convicção de qual mídia é estruturadora ou reestruturadora da percepção e cognição. Dessa maneira, esse é, na realidade, o problema central da Sociologia, da Antropologia, da Educação e da Comunicação na contemporaneidade.

2.3 A geração millennials e o hibridismo comunicacional

O hibridismo surge da fusão de dois elementos de natureza diferenciada, se transformando em uma nova estrutura, uma nova forma. No hibridismo, há inúmeros meios de mediação entre os elementos que se fundem, podendo haver maior contundência em um mais do que em outro ou a total modificação de ambos os elementos. “O que antes estava separado se combina para gerar novas estruturas, objetos e práticas”, na concepção do estudioso argentino Néstor García Canclini (2008, p. 14). O estudo sobre hibridação transforma a forma de falar sobre identidade, cultura, diferenças, desigualdade, multiculturalismo, entre outros. Isso nos leva ao questionamento: no que concerne a questão do híbrido, e por que ele adquiriu tanto peso, pois é uma característica antiga do desenvolvimento histórico? A questão se funde em estruturas e práticas sociais, gerando novas estruturas e novas práticas, que, por vezes, ocorrem de forma não planejada ou até mesmo de um resultado que não era previsto dos processos migratórios de intercâmbio comunicacional ou econômico, surgindo da criatividade individual ou coletiva. O hibridismo cultural é formado por um fenômeno histórico-social que perdura desde os deslocamentos dos seres humanos, gerando contatos permanentes entre grupos distintos. Burke (2008) destaca que as práticas culturais híbridas têm o poder de serem identificadas também na linguagem, música, religião, esportes e nas festividades, a começar pelas conexões entre instituições e os indivíduos, baseando-se na inter-relação identidade, representação social e linguagem.

[...] começamos a perceber que a textura híbrida da hipermídia está presente em tudo, sem falar que o hipertexto nos permite derrubar as fronteiras entre os gêneros ficcionais, participativos, ou seja, entre o real e o virtual. Saímos do mundo da sequencialidade para o mundo da associação, onde o ato de ler e clicar é a peça-chave para o sucesso ou fracasso de um produto na Internet, seja ela um romance ou uma manchete de jornal (FERRARI, 2014, p. 35).

Segundo Ferrari (2014), quando começaram a surgir os aparelhos móveis que possibilitaram a individualização da sociedade, isso fez com que todos os aparatos tecnológicos, aos poucos, influenciassem o sujeito nas suas escolhas quanto ao que ouvir, ler ou assistir, surgindo uma sociedade em que a mídia individualizada proporciona ao sujeito uma seleção de conteúdos, alcançando o ápice da individualização, ditando estilos diferenciados de narrativas nas mídias. Conforme

Schlemmer e Lopes (2015), o híbrido se compreende pela mistura entre diferentes elementos, que resultam num novo elemento composto dos anteriores. “Híbridas são as ações e interações entre atores humanos e não humanos, em espaços e culturas analógicas e digitais, constituindo-se em fenômenos indissociáveis, redes que interligam naturezas, técnicas e culturas” (2015, p. 408).

Hoje, ‘ciberespaço’ sedimentou-se como um nome genérico para se referir a um conjunto de tecnologias diferentes, alguns familiares, outras só recentemente disponíveis, algumas sendo desenvolvidas e outras ainda ficcionais. Todas têm em comum a habilidade para simular ambientes dentro dos quais os humanos podem interagir (SANTAELLA, 2010, p. 99).

Pelas inúmeras definições e descrições que o ciberespaço herdou, podemos dizer que se trata de um meio híbrido e convergente. Nele estão inseridos os elementos que compõem o universo das mídias convencionais, como a imprensa, rádio, TV, gerando uma estrutura midiática avançada em que sons, imagens e informações estão de alguma forma interagindo no mesmo ambiente. Diante desse contexto, cada vez mais o ciberespaço tem sido utilizado de maneira extensa, inclusive nomeando ambientes urbanos, tornando-se espaços de encontro entre cibernautas, fornecendo, assim, um local de socialização único. Considerando o exposto e pensando no nosso tema central de pesquisa, até que ponto essa vida que a geração *millennial* leva é benéfica para o desenvolvimento social e psicológico desses nativos das mídias sociais digitais? Para eles, os dispositivos são os principais mediadores da conexão humana. São jovens também híbridos, que levam a vida com naturalidade em ambos os espaços, digitais ou não. Eles vivem na era da estetização, em que tudo é considerado uma forma superficial, as mídias vendem programas de massa, a indústria não cessa de lançar produtos que não têm durabilidade e que são de fácil substituição e a publicidade não se importa em poluir os ambientes públicos com suas inacabáveis ofertas. “[...] Estamos no momento em que os sistemas de produção, de distribuição e de consumo são impregnados, penetrados, remodelados por operações de natureza fundamentalmente estética” (LIPOVETSKY, 2015, p. 13).

Percebemos que quando mais a rua fala, quanto mais os dispositivos móveis nos conectam, mais desejamos consumir e pertencer a um espaço virtual, os atuais simulacros das praças de encontro, como as redes sociais *Facebook* e *Instagram* (FERRARI, 2014, p. 25).

As tecnologias vêm proporcionando dimensões da nossa inter-relação com o mundo, como também na interação e modificação do conceito de tempo e espaço. O indivíduo tem a possibilidade de estar em qualquer lugar ao mesmo tempo, facilitando essa conexão. O millennial se encontra ligado a algum lugar isolado, a uma biblioteca, aos colegas e a vários outros serviços oferecidos pelas novas tecnologias. “São possibilidades reais inimagináveis há pouquíssimos anos e que estabelecem novos elos, situações, serviços, que dependerão da aceitação de cada um, para efetivamente funcionar” (MORAN, 2007, p. 106).

3 NOVOS DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO: MILLENNIALS-EDUCAÇÃO-UNIVERSIDADE

O brasileiro é um dos povos que mais tempo passa conectado, segundo pesquisa realizada em 2016 pela MMA - Millward Brown Brasil e NetQuest, na qual é apontado que o jovem millennial passa em média três horas por dia conectado a algum aparelho móvel. Nesse contexto, percebe-se que os pais não são os únicos a temerem o impacto que a internet possa causar nos seus filhos, também os educadores se incomodam com o fato de eles mesmos estarem, em muitos momentos, um passo atrás de seus alunos e, ainda, que as habilidades antes passadas possam estar em desconformidade com as mudanças ocorridas no mundo de hoje, que se constrói num panorama digital. “Todos os pais, educadores e psicólogos têm razões legítimas para se preocupar com o ambiente digital em que os jovens estão passando grande parte do tempo” (PALFREY; GASSER, 2011, p. 17).

O comportamento do consumidor atual com a internet deixou de ser um simples receptor da comunicação para se tornar retransmissor e formador de conteúdo. Ouça bem: cada pessoa com um computador e um pouco de habilidade tem as ferramentas para fazer suas opiniões sobre sua marca ser ouvidas por outras pessoas (TELLES, 2011, p. 176).

Trazemos, a seguir, alguns pontos de vista de diferentes autores sobre a questão da educação neste nosso tempo de tecnologias no qual se situa a geração millennial. Nesse sentido, um ponto importante que precisa ser revisto é o papel dos docentes, pois é necessário um novo perfil de professor, uma vez que essa tarefa não é simples. O ideal seria um profissional que tivesse conhecimento sobre a sua área e também sobre sua aplicabilidade, rompendo assim com a forma tradicional de passar conhecimento, e que possam desenvolver em sala de aula competências que estimulem e coloquem os seus discentes mais próximos a realidade do século XXI. Tais mudanças podem vir a ser fundamentais para a formação de um profissional que possa suplantar todos os desafios de uma sociedade ligada à tecnologia. O que observamos é que o ambiente universitário deve ser favorável ao progresso da potencialidade em diversas áreas e que os docentes estejam preparados para incentivar e direcionar o desenvolvimento do potencial dessa geração millennial.

Alain de Botton em entrevista para o projeto Fronteiras do Pensamento em 2011, sobre educação hoje, salienta que mesmo as melhores escolas e universidades não podem ensinar a cada indivíduo exatamente o que ele ou ela quer saber: você tem que ir até o último e mais importante pedaço de si por conta própria para fazer suas próprias descobertas. Deve ir em uma biblioteca, mas sem um currículo escolar, em busca de conhecimento para o seu bem, para alimentar a sua própria curiosidade e seus próprios projetos. Para Lipovetsky (2016), investir no conhecimento é a regra do presente e do futuro, pois o conhecimento não é uma despesa, mas uma forma de inovação, pois vivemos em um mundo que funciona a partir da velocidade, e essa rapidez se torna um dos princípios fundamentais da nossa época.

O modelo clássico de educação, funcionando com salas de aula convencionais, muitas vezes separadas por faixas etárias e também por gênero, tendo o professor como o único possuidor da informação e o único encarregado pela transmissão de conhecimento e conteúdo já não funciona. Hoje, com o advento das tecnologias digitais e da globalização, já não se pode mais conviver com os antigos paradigmas da educação – para prosseguir, os educadores e o processo educacional têm de se adaptar aos novos tempos.

Uma ilusão de muitos na atualidade foi imaginar que se poderia obter conhecimento exclusivamente por meios tecnológicos. Não é assim. O uso da tecnologia não dispensa o trabalho fundamental da escola. A educação, mais do que nunca é essencial. Não se chegará, pela tecnologia, a eliminar a importância da pedagogia, do ensino, do estudo e dos professores (LIPOVETSKY, 2016, p. 12).

Em pesquisa realizada pela empresa Instructure LMS Canvas⁴, foram ouvidos 1.006 estudantes de cinco regiões do Brasil, com idade superior a 15 anos. Essa pesquisa mostrou que 43% dos jovens universitários estão dispostos a pagar mais por uma experiência de aprendizagem híbrida (*blended learning*), tanto com aulas presenciais quanto *on-line*, e 40% dos universitários afirmam que o curso superior precisa trazer conteúdos interessantes que atendam às necessidades do mercado

⁴ “Sistema de Gestão de Aprendizagem”, do inglês *Learning Management System*. Trata-se de uma forma de simplificar o ensino e o aprendizado, conectando todas as ferramentas digitais que os professores utilizam em um único lugar de fácil acesso. Disponível em: <<https://www.canvaslms.com/brasil/>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

de trabalho. Por isso, a escolha por uma instituição de ensino gira em torno da qualidade e da reputação de seus docentes e da forma de usar as tecnologias.

Pela pesquisa, percebemos ser importante a utilização das tecnologias de informação e comunicação como meio para as atividades curriculares, de maneira a acrescentar e trabalhar melhor os elementos formadores do conhecimento. Nesse sentido, as mídias sociais digitais são essenciais para o aluno *millennial*, que necessita de autonomia e liberdade para demonstrar maior comprometimento, conseguindo, assim, novas competências, uma forma de interagir em grupo, bem como com indivíduos de outros meios culturais e sociais. A demanda, por exemplo, no uso de aparelhos multifuncionais, entre eles o *Ipad*, crescerá ainda mais no futuro, como suporte para o conhecimento. Um outro exemplo são os proprietários de *Iphone*, que utilizam os seus aparelhos por 20 minutos a mais do que os que possuem outros aparelhos. Entretanto, 50 bilhões de aparelhos interconectados ao redor do mundo permitirão aos jovens consumidores ter total mobilidade e conectividade e estarem aptos a fazer várias tarefas ao mesmo tempo – isso será essencial para o profissional em 2020.

Não obstante, um estudo da Universidade de Stanford, nos Estados Unidos (EUA), postado pelo *O Globo* em 2011, realizado com cem estudantes divididos em dois grupos, chegou à seguinte conclusão: a partir de um primeiro grupo intitulado de "multitarefaadores pesados" e outro grupo, de "normais", constatou-se nessa pesquisa que os estudantes que receberam tarefas simultaneamente se distraíam com maior facilidade e se tornaram menos hábeis em comparação ao outro grupo. Contudo, há algumas pessoas nomeadas de "supertarefaadoras", que são capazes de realizar várias tarefas de forma eficiente e rápida. É necessário aproveitar tal oportunidade e desenvolvê-la da maneira mais eficiente possível, pois não é sem razão que muitas empresas buscam os talentos nos bancos das escolas, utilizando a busca por "sangue novo" nos concursos destinados exclusivamente aos jovens.

Não se espera mais, nem se presume, que os jovens 'estão se preparando para ser adultos como nós': eles são vistos como uma espécie 'de nós' por toda a vida. As diferenças entre 'nós' (os velhos) e 'eles' (os jovens) não são mais um problema temporário que vai se resolver e evaporar quando os mais novos tiverem (inevitavelmente) que encarar as coisas da vida (BAUMAN, 2010, p. 64).

Bauman destaca que, nesse caso, as gerações antigas e as novas passaram a se olhar mutuamente, porém com uma mescla de incompreensão e incerteza. Os indivíduos das gerações anteriores acreditam que a nova geração mudará de forma inconsequente a “normalidade” que foi construída por seus pais. No entanto, os jovens, ao contrário, constataam que é preciso colocar em ordem e corrigir o que foi danificado e desequilibrado pelas antigas gerações, segundo eles. Contudo, ambos não se encontram satisfeitos, culpando-se mutuamente pelas suas insatisfações (BAUMAN, 2010).

Na internet tudo é muito rápido, é um palco para a democracia. É formado por múltiplos emissores/receptores que se comunicam com outros múltiplos emissores/receptores e daí por diante. Uma estrutura de comunicação descentralizada e sem hierarquia, de forma direta, sem intermediários (TELLES, 2011, p. 196).

Conhecer a geração millennial é um fato importante para entender as mudanças pelas quais vem passando a sociedade e, particularmente, esses jovens no processo de aprendizagem. Eles estão por toda a parte, sempre ligados e com os olhos atentos em seus aparelhos, são indivíduos que nasceram no meio do turbilhão de tecnologias, num ambiente mutável e híbrido, na “modernidade líquida”, de Bauman, no “hibridismo cultural”, de Peter Burke. São capazes de estudar, trabalhar, escrever e, ao mesmo tempo, se integrar com o outro de maneiras diversas. Leem blogs em vez de jornais, digitam nos aplicativos de conversa em vez de falar pessoalmente, fazem pesquisas por meio de aplicativos de busca em vez de livros, frequentam o mundo virtual em vez das bibliotecas tradicionais. É o retrato de uma geração movida pelo som. Se olharmos ao nosso redor, esse é um dos aspectos marcantes desses jovens, que buscam nos sons uma forma de concentração, pois muitos desses jovens escutam algum tipo de som na hora de estudar e alegam que, desse modo, conseguem ter uma melhor memorização e concentração. Esse é o novo perfil dos jovens universitários, conectados entre si através de uma cultura comum, de uma linguagem própria (PALFREY; GASSER, 2011).

Para o autor espanhol Manuel Castells, catedrático em Sociologia e Planejamento urbano e regional na Universidade da Califórnia e membro titular da Academia Europeia, em sua obra *A era da informação: economia, sociedade e cultura* examina as duas maiores tendências heterogêneas que marcam a sociedade da informação: globalização e identidade. O escritor destaca o aparecimento de uma

forte identidade coletiva que provoca a globalização e o cosmopolitismo em serviço da singularidade cultural e do autocontrole individual, tudo induzido pela tecnologia. Ações coletivas com um determinado propósito, cujo resultado tanto em caso de sucesso como de fracasso transforma os valores e instituições da sociedade. “[...] não existem movimentos sociais bons ou maus, progressistas ou retrógrados. São eles reflexos do que somos, caminhos de nossa transformação” (CASTELLS, 2000, p. 20).

Em um plano mais amplo, assiste-se hoje um verdadeiro culto ao mercado, onde a capacidade de competir sobressai como virtude e competência, ocultando e deixando à margem necessidades humanas básicas, universais e essenciais à construção da dignidade. Mais do que isso. O culto ao mercado que está se tornando uma condição de sobrevivência, de pessoas e países, influencia de forma crescente a educação, começando mesmo a determinar-lhe os fins e, por consequência, subtraindo ao indivíduo uma das mais caras conquistas do homem ocidental que é a liberdade de ser e de fazer opções e escolhas (MORIN, 2007, p. 8).

Com tal demanda por parte da geração millennial, os próprios jovens buscam alternativas secundárias para o seu próprio conhecimento por meio das plataformas de busca e pesquisas superficiais. Não é raro se escutar que os novos jovens são dotados de muitas informações superficiais. Esse cenário tão inconveniente para os dois lados, tanto para o estabelecimento de ensino como para os millennials, é indispensável que seja averiguado, porque ambos precisam estar em consonância tanto na hora de se adequar às circunstâncias atuais como na troca de conhecimento que, para tanto, torna-se enriquecedor para ambos os lados. A questão é que a troca entre esses dois mundos não foi escrita nem assinada, mas precisa ser respeitada.

Os jovens millennials estão se tornando indivíduos comportamentalmente competitivos. Com relação ao tema proposto, no que diz respeito à educação em tempos de absoluta tecnologia, Bauman cita a distinção entre três tipos de educação. O primeiro é a transferência de informações a se memorar; o segundo tipo, “deuteroaprendizagem”, que consiste no domínio de uma “estrutura cognitiva”, na qual passa a informação obtida e pode ser absorvida e agregada; o terceiro e último tipo tem a capacidade de expor e reestruturar a estrutura cognitiva anterior. O que o autor desses três níveis tratou como uma doença para a educação transformou-se no processo de ensino/aprendizagem. Uma impressionante

transfiguração no meio educacional, e no próprio significado do conhecimento (BAUMAN, 2013, p. 17). Na verdade, o papel da educação não é somente assumir a obrigação de transmitir informação, mas tem como compromisso provocar e recuperar as potencialidades de cada indivíduo, com o objetivo de construir um conhecimento coletivo, no qual a experiência de um se relaciona com a vivência do outro. Conforme Zabala (2010, p. 83), "o comportamento do indivíduo não depende só do que é estabelecido socialmente, mas acima de tudo, das relações pessoais que cada sujeito determina como objeto da atitude ou valor".

Acredito que os estímulos cognitivos e criativos podem se transformar numa ferramenta de aprendizagem. Estimular nossos alunos a criarem conteúdos, sejam eles textuais, imagéticos ou sonoros, ao mesmo tempo, que ampliam sua percepção sensorial do mundo, deveria ser nossa grande missão como educadores especialistas em hipermídia, profissionais, como eu, que acreditava que a independência nunca é absoluta (FERRARI, 2014, p. 118).

O desafio é saber exatamente o que fazer quando a instituição lida com um cenário no qual seus alunos estão completamente inseridos nos meios digitais e a maioria de seu corpo docente ainda se encontra *off-line*, em um ambiente que as aulas são presenciais e tradicionais. Os millennials, nascidos justamente na expansão das tecnologias, percorrem por 24 horas a internet, são indivíduos sem medo de arriscar e procuram fazer todas as suas atividades via internet: estudam, pesquisam, compram e se comunicam. Esse é o ponto divergente entre alunos, professores e, na maioria dos casos, também os pais. Como poderá o professor proceder em sala de aula para que se tenha uma maior atenção dos alunos que estão acostumados a obter informações rápidas pelo celular? O indivíduo digital, atualmente, torna-se universitário e integrante da sociedade de trabalho, mesmo vivendo a maior parte do tempo conectado, diferentemente das gerações passadas. "O mais incrível, no entanto, é a maneira em que a era digital transformou o modo como as pessoas vivem e se relacionam umas com as outras e com o mundo que os cerca" (PALFREY, 2011, p. 14).

Da contraposição entre digitais e análogos nasce um problema mais inquietante da universidade: predominantemente, os professores ainda são análogos e os estudantes já são digitais. Pela primeira vez na história, os alunos possuem saberes (informática, línguas, experiências de viagem) que os professores ignoram. Pela primeira vez os adultos propõem aos jovens algumas metas que estes repelem, alguns sacrifícios que estes julgam inúteis, alguns valores que estes consideram obsoletos (MASI, 2017, p. 490).

Hoje, o grande desafio das universidades tradicionais é fazer crescer a sua contribuição com os alunos e a sociedade, devendo ser utilizada, de forma inovadora, a pesquisa em conjunto com o corpo estudantil e seu corpo docente, na busca por preservar e difundir a memória do ensino.

Embora o novo ambiente tecnológico e competitivo seja uma ameaça para o *status quo* do ensino superior, ele também pode tornar as universidades mais apreciadas pelos estudantes e mais livres. [...] As universidades serão reconhecidas pelos conhecimentos que conseguem transmitir, e não pela admissão dos estudantes de maior brilhantismo intelectual (CHRISTENSN, 2014, p. 381).

São alunos que anseiam por novos modelos de ensino. Mesmo os docentes não possuindo o mesmo domínio com as tecnologias desejam mudanças, pois estão munidos de uma valiosa sabedoria e de informações completas, concretas e verídicas para a construção do conhecimento. Nesse contexto é que nos damos conta do valor inserido na pessoa do professor. Porém, a instituição juntamente com seus docentes precisam saber que o ensino/aprendizado está se moldando de forma veloz e irreversível.

O modelo de educação que ainda prevalece hoje foi projetado para a Era Industrial. É centrado no professor, que dá uma aula padronizada, unidirecional. O aluno, trabalhando sozinho, deve absorver o conteúdo ministrado pelo professor. Isso pode ter sido bom para a economia de produção em massa, mas não funciona mais para os desafios da economia digital, ou para a mente da Geração Digital (TAPSCOTT, 2010, p. 150).

Não é de surpreender que nos dias atuais os jovens digitais não tolerem o ensino como está e o que é imposto a eles. Mesmo com essas divergências, os alunos acreditam que ter um diploma de ensino superior é mais importante nos dias atuais do que pensavam as gerações anteriores. Alguns fatores como tédio e desinteresse pela matéria ainda são importantes elementos na evasão escolar, em todos os níveis, e é preciso que seja feita uma melhora no ensino e inovação na grade curricular, a fim de transformar o ensino mais atrativo e motivador para ambos os lados, discentes e docentes.

Os jovens da Geração Internet não se contentam em ficar sentados, calados, ouvindo a aula expositiva de um professor. Os jovens que cresceram em um ambiente digital esperam poder responder, conversar. Eles querem uma opção em sua educação em relação ao que, quando e como aprendem. Querem que sua educação seja relevante para o mundo real, o mundo em que vivem. Querem que ela seja interessante, até divertida (TAPSCOTT, 2010, p. 155).

Na visão do autor, infelizmente há de ser lembrado que a nova fonte de conhecimento não se baseia necessariamente no professor, e sim nas informações obtidas pela internet. O importante hoje não é mais o que você supostamente sabe, e sim o que você é capaz de aprender. “A capacidade de aprender novas coisas é mais importante do que nunca em um mundo no qual você precisa processar novas informações em grande velocidade” (TAPSCOTT, 2010, p. 156). A função da escola hoje não é passar somente conteúdos didáticos, pois estes seriam encontrados facilmente pelos millennials. Cabe aos professores serem muito mais mediadores no processo de aprendizado do que simplesmente transmissores de conhecimentos. Os jovens, diferentemente de seus pais e professores, usam mais do que nunca as mídias para compartilhar informações pessoais. Segundo Bauman, “se queres colher em uma década, deves plantar árvores, mas se queres colher a vida inteira, deves educar e capacitar o ser humano” (2013, p. 22).

A geração hipermoderna encontra-se marcada por ter acesso ao conhecimento e à informação instantaneamente, pois praticamente nasceram com o acesso à internet disponível dentro de suas casas. Em um simples clique, sites que abordam os mais diversos assuntos são acessados, indicando que o papel da escola não se baseia somente em conteúdos didáticos. Há 20, 30 anos as informações que precisavam ser consumidas eram exclusividades impressas em livros, dissertações ou teses, e de pouco acesso, pois estavam em determinadas bibliotecas ou acervos pessoais. A internet e o conteúdo que circula através dos sites modificou o acesso às informações. Os jovens da geração X pesquisavam seus conteúdos em enciclopédias, livros e revistas, já os jovens da geração Y fazem suas pesquisas no *Google* e têm acesso a vários textos que apresentam, infelizmente, o mesmo conteúdo (REVISTA PARÂMETRO, 2012). Os pais, educadores e psicólogos estão se preocupando com o ambiente digital em que seus jovens estão passando grande parte do tempo (PALFREY, 2011, p. 18).

Na visão de Bauman (2010), a ideia de que a educação pode consistir em um “produto” feito para ser absorvido e depois descartado certamente vai na contramão da educação formal. O filósofo questiona: “Como fazer quando o mundo muda de uma forma que desafia constantemente a verdade do saber existente, pegando de surpresa até os mais bem ‘informados’?” (2010, p. 43). Na percepção de Lipovetsky,

“pode parecer elementar dizer que, para instruir-se sobre o mundo, tudo passa pela educação. É daí, portanto, que deve partir toda reflexão, tendo em vista as dificuldades porque passa a escola hoje” (2011, p. 150). Para Bauman (2010), os educadores estão passando por um momento de desafio incomparável: “A arte de viver num mundo hipersaturado de informação ainda não foi aprendida. E o mesmo vale também para a arte ainda mais difícil de preparar os homens para esse tipo de vida”.

A dinâmica e a velocidade cada vez maiores das mudanças sociais, políticas, econômicas e culturais da sociedade moderna caracterizam o que se convencionou chamar de “novo milênio”. No passado, as mudanças significativas na vida humana exigiam, no mínimo, o tempo correspondente a uma geração para ocorrer. Gradativamente, passaram a ser imprevisíveis. O sentido de “novo milênio” identifica-se, assim, com as transformações globais que caracterizam o mundo moderno. Informatização, globalização e sociedade do conhecimento são alguns fatores que estão pressionando o *status* da vida atual. Como decorrência, há a consolidação da sociedade do conhecimento e, sobretudo, mudanças profundas de valores e crenças pessoais e culturais marcam a sociedade atual. Palfrey (2001) relata que, finalmente, a escola do futuro deve também estar mais bem conectada com o mundo em geral. É um mundo grande. Aprendemos muito pouco sobre as pessoas e os lugares que estão distantes de nós. Mudanças de valores e crenças pessoais e culturais apontam para uma nova visão de mundo, em que a valorização do ser humano e do espírito passa a ser a própria essência da vida. Esse rápido panorama evidencia a importância da Educação Superior no País, que, indubitavelmente, é uma das mais respeitadas instituições sociais. A busca e o acesso a oportunidades de ingresso no ensino superior representam valores importantes na sociedade brasileira.

A educação é um processo social que, muitas vezes, envolve grupos pequenos, como a família, ou grandes, como a comunidade. Os processos educacionais dependem muito do estado em que se encontra, de maneira geral, o corpo social. O fato é que toda mudança na estrutura política, econômica, social desse grupo mais amplo influencia na educação.

Por isso, a educação deveria mostrar e ilustrar o Destino multifacetado do humano, o destino da espécie humana, o destino no individualismo, o destino social, o destino histórico, todos entrelaçados e inseparáveis (MORIN, 2000, p. 61).

Estamos vivendo um processo bem mais abrangente. O aprofundamento e a relação entre as disciplinas fazem nascer um profissional caracterizado e postulado por uma visão mais global e consistente do que vem a ser conhecimento. O elo entre as disciplinas cria espaço para o fortalecimento da interdisciplinaridade, que nada mais é que um conhecimento sistêmico, interdisciplinar, que busca o sentido de totalidade, respeitando a especificidade das disciplinas, viabilizando a possibilidade de um pensar que possa se complementar em outro, desenvolvendo assim a inteligência.

Segundo Palfrey (2001), a sobrecarga de informações é uma questão contra a qual precisamos lutar, mas não é, de modo algum, o principal problema para os jovens millennials. Embora a sobrecarga de informações não esteja causando um dano terrível à grande maioria dos jovens nas sociedades conectadas, mas sim será um desafio persistente. É necessário um esforço de inteligência e de compreensão para que possamos também superar a fragmentação existente hoje no universo do saber. Sobre isso, Morin (2000, p. 35) conclui: “o conhecimento do mundo como mundo é necessidade ao mesmo tempo intelectual e vital. É o problema universal de todo o cidadão do novo milênio”.

Devido às mudanças que ocorrem atualmente na sociedade, às novas exigências na área da tecnologia e à necessidade de um conhecimento global, vivenciamos uma crise profunda nas instituições, pois estas não conseguiram acompanhar essas mudanças, mantendo basicamente a mesma estrutura e as mesmas práticas. A fragmentação do conhecimento escolar, que apresenta uma matriz curricular por disciplinas, não responde a essas novas necessidades, pois dificulta ao educando a apropriação do conhecimento e a construção de uma visão contextualizada, que lhe permita uma percepção crítica da realidade. Perante essa situação, surge a necessidade de refletir sobre a metodologia usada tradicionalmente nas instituições de ensino superior, procurando novas formas de aprimorá-la, superando os problemas.

Atualmente, o que prevalece nas instituições de ensino são professores com a cultura de ensinar e a do aluno de ouvir, mas nessa situação nem sempre existe a colaboração da nova geração de digitais que, por vezes, presta atenção no que é exposto pelo educador. É necessário que haja uma transformação na própria sala de aula, para que se torne um ambiente interativo e propício à construção do conhecimento, um formato que inspire tanto docentes quanto discentes na troca de informações, alunos como protagonistas e educadores como condutores no processo de conhecimento.

A educação é vítima da modernidade líquida, que é um conceito meu. O pensamento está sendo influenciado pela tecnologia. Há uma crise de atenção, por exemplo. Concentrar-se e se dedicar por um longo tempo é uma questão muito importante. Somos cada vez menos capazes de fazer isso da forma correta — disse o pensador. Isso se aplica aos jovens, em grande parte. Os professores reclamam porque eles não conseguem lidar com isso. Até mesmo um artigo que você peça para a próxima aula eles não conseguem ler. Buscam citações, passagens, pedaços (BAUMAN, 2015).⁵

Durante sua fala no Projeto Fronteiras do Pensamento, já citado, Bauman defende que os educadores precisam encorajar certas características que são de alguma forma prejudicadas pelo uso das tecnologias. É necessário que se trabalhe a habilidade de se condicionar focado num mundo em contínuo movimento. Com o advento da vida moderna, a correria cotidiana se ampliou e o tempo se transformou cada vez mais reduzido. Isso influenciou na arte da escrita, para esses jovens quanto menor o número de caracteres tiver a palavra na comunicação entre eles, melhor.

Os jovens passam a maior parte do tempo em seus computadores, tanto para estudar como para passar o tempo ocioso com os amigos. A rede social se torna responsável por essa mudança comportamental, e nela é que se determina uma nova forma de comunicação, ou seja, os jovens falam mais, porém com menos letras. Conforme Levy (1996), cabe à escola ensinar a norma culta escrita, não se pode menosprezar as demais modalidades da língua consideradas “erradas” por alguns segmentos tradicionais do sistema educacional. Analisando esta sociedade

⁵ Entrevista ao projeto Fronteiras do Pensamento em Zygmunt Bauman “Há uma crise de atenção” em 14 set. 2015. Disponível em: <<https://www.frenteiras.com/noticias/zygmunt-bauman-ha-uma-crise-de-atencao>>. Acesso em: 27 out. 2017.

atual, pode-se observar transformações que incitam mudanças profundas na vida humana individual e coletiva.

O indivíduo nasce, educa-se e trabalha, passa a vida ligado a um sistema, na realidade, são responsáveis pela consistência do destino social. O indivíduo é um só tempo físico, biológico, psíquico, cultural, social e histórico. A natureza humana é totalmente desintegrada pela educação por meio das disciplinas, tendo-se tornado impossível aprender o que significa ser humano (MORIN, 2000, p. 15). O papel da educação não é somente assumir a obrigação de transmitir informação, mas tem o compromisso de provocar e recuperar as potencialidades de cada ser humano com o objetivo de construir um conhecimento coletivo, no qual a experiência de um indivíduo se relaciona com a vivência de outro. O comportamento do indivíduo não depende só do que é estabelecido socialmente, mas, acima de tudo, das relações pessoais que cada sujeito determina como objeto da atitude ou valor.

3.1 Educação, comunicação e tecnologia: Comportamentos Contemporâneos por Edgar Morin, Mario Vargas Llosa, Gilles Lipovetsky e Zygmunt Bauman

Achamos importante escrever este subcapítulo com uma análise paralela e trazendo as discussões dos autores citados, pois seus estudos sobre os temas educação, tecnologia, sociedade, realmente têm uma vertente teórica comum que os aproxima, como demonstrado no texto desenvolvido até aqui. Para Morin, Bauman, Lipovetsky e Llosa, a educação é muito mais do que simplesmente ensinar ou aprender. Os estudiosos são unânimes ao ressaltarem a importância da educação na vida do indivíduo e acreditam que a escola se desenvolveu de maneira diferente do mundo para a qual ela deveria educar, e pensar em uma perspectiva de se refletir a educação no contemporâneo. "Precisamos da educação ao longo da vida para termos escolha. Mas precisamos dela ainda mais para preservar as condições que tornam essa escolha possível e a colocam a nosso alcance" (BAUMAN, 2007, p. 167).

Para Bauman, seguir a rotina passa não ser um bom conselho, a amabilidade é a palavra da atualidade, a capacidade de deixar de lado hábitos antigos com tamanha rapidez transforma-se em algo ainda mais importante do que a

aprendizagem de novos hábitos. Atualmente, a grande massa de conhecimento hoje denominada de “informação” está se aglomerando de forma vigorosa e resistente como resumos contemporâneos da atual desorganização e caos na educação, tornando-se um volume imensurável de informações rasas que aparece disponível para o jovem digital. Nesse cenário, as instituições, sejam elas escolas ou universidades, observam que seus direitos uma vez inquestionáveis, para resolver questões do “bem viver” e da capacidade e aptidão profissional, estão de alguma forma perdendo a sua legitimidade diante da velocidade da tecnologia, na qual alunos e professores têm acesso imediato a todo tipo de informação.

Conforme Lipovetsky, “não há educação digna desse nome sem enquadramento, sem imposição de normas e regras, sem frustração, única maneira de aprender a adiar a satisfação e se apropriar das diversas imposições do mundo” (2015, p. 400). Segundo o autor, com a enorme quantidade de livros, artigos e conselhos em todas as mídias sociais digitais, esses mostram em algum momento o desleixo educacional que o mundo está vivenciando. Até mesmo os pais resistem ao hedonismo existente e forçam os filhos a se submeterem a aulas particulares e em atividades extracurriculares com o intuito de os manterem em determinada disciplina.

Evidentemente, há tensões, contradições: nem tudo está assentado. Em face dos impasses e dos prejuízos psicológicos criados pela ética estetizada radical, ergue-se um outro tipo de exigência necessária para estar à altura da formação de seres capazes de se cultivar, de se autocontrolar, de se organizar, de se adaptar a um mundo móvel e em permanente mutação (LIPOVETSKY, 2015, p. 400).

A educação, nesse sentido, ainda caminha na contramão da cultura dos prazeres imediatos, como salienta Lipovetsky (2015). Até os anos 1960, a educação baseava-se em valores tradicionais e impositivos, naquele tempo educar os indivíduos com rigidez era visto como algo autêntico, pois tinham a certeza de educar para que pudessem enfrentar o duro caminho da vida. Porém, esse método passou a enfrentar duras críticas a partir do século XX, mas foi ainda no decorrer de 1960 que essa realidade começou a tomar novos rumos, tornando-se mais permissiva, compreensiva e psicológica, passando a educação a se alinhar com o social, fazendo com que os valores educacionais se ordenassem com a cultura individualista-hedonista que foi incentivada pela era do consumo.

Na visão de Mario Vargas Llosa:

A diferença essencial entre a cultura do passado e o entretenimento de hoje é que os produtos daquela pretendiam transcender o tempo presente, durar, continuar vivos nas gerações futuras, ao passo que os produtos deste são fabricados para serem consumidos no momento e desaparecer (2013, p. 27).

Edgar Morin, em entrevista para o projeto Fronteiras do Pensamento, critica a noção contemporânea de “bem-estar” quanto à questão da educação na contemporaneidade: “precisamos reformar a educação totalmente: o verdadeiro educador ensina a enfrentar os problemas da vida e a enfrentar incertezas” (2011). Para o autor, “a globalização origina o melhor e o pior das coisas”. Morin também concorda com Bauman quando este se refere ao ensaio de Freud *O Mal-Estar na Civilização*, ou seja, o fato de as sociedades negociarem a liberdade em troca de segurança, ou vice-versa. Diante desse cenário, ainda discutindo a respeito do “mal-estar” apontado por Bauman e Morin, estes fazem duras críticas ao que é de fato a ideia contemporânea de “bem-estar”, nesse sentido relacionado às conquistas materiais, invocando, assim, uma modificação de percepção não de “bem-estar”, mas de “bem-viver”. Para Bauman (2001), é indispensável saber como o outro indivíduo age em acontecimentos semelhantes aos que passamos, pois a noção de bem-estar para o sujeito pode depender unicamente das suas específicas habilidades e capacidades, criando uma procura obsessiva por orientações e referências, uma vez que é na falta de condutas já preestabelecidas que se possibilita indagações quanto à habilidade de estabelecer o que será de melhor para sua própria vida.

Para traçar o novo caminho, que será feito no próprio caminhar, como diz o poeta espanhol Antonio Machado, citado pelo conferencista, será necessário reformular a educação, reintegrando os saberes hoje fragmentados, e levar em conta não só o aspecto quantitativo. ‘O quantitativo abafa o qualitativo. O viver é a qualidade poética da vida’, considera o pensador. ‘A vida é prosa e poesia. A prosa é a parte das obrigações, o que nos aborrece e que temos que fazer para nosso sustento. Na poesia estão a alegria, o amor, a liberdade’. Nessa perspectiva, Morin sugere que o conceito de bem-estar deve ser trocado pelo de bem-viver. ‘O bem-estar foi reduzido só ao conforto e aos recursos materiais e técnicos. O bem-viver inclui as outras dimensões que constituem o tecido da nossa vida’ (MORIN, 2011)⁶.

⁶ HEBMULLER, Paulo. Edgar Morin: O bem-estar foi reduzido só ao conforto e aos recursos materiais e técnicos. Disponível em: <http://www.inclusive.org.br/arquivos/20638>. 18 ago. 2011. Acesso em: 27 set. 2017.

Morin afirma não ser fácil esse caminho, mesmo porque as relações humanas são muito complexas e também viver em comunidade e em proximidade não é simples, pois o próprio desconhecimento reside na família, no trabalho e na universidade. Para ele, "tendemos a nos projetar sempre nas nossas próprias imperfeições, carências e culpas, e ao mesmo tempo nos inocentar". Porém, já vislumbramos mudanças, e Morin as enxerga em várias modificações já feitas na Europa, com a alimentação, com a maior valorização dos pequenos produtores locais e seus produtos orgânicos. Já no Brasil pode-se ver orquestras montadas com habitantes das periferias, permitindo que os jovens tenham acesso e oportunidade de conhecer a arte, são essas pequenas ações que, ao seu ver, fazem toda a diferença.

3.2 A comunicação Millennials-Universidade

Neste subtítulo, iremos trabalhar com a comunicação existente hoje entre millennials e universidade, no sentido de explorar as dimensões da crise educacional que estamos vivendo, não somente por causa da falta de recursos. É necessário que as universidades propiciem para a educação a oportunidade de trabalhar novos enredos que possibilitem interação, interdependência, convergências, sentidos e necessidade de uma construção coletiva entre professor/aluno no processo educativo. Para Edgar Morin, "há uma crise de sentido que se amplia em função da crescente complexidade e incerteza que dominam os horizontes da vida contemporânea" (MORIN, 2007, p. 7).

O notável avanço das tecnologias vem causando grande desconforto quando tratado em sala de aula, devido ao grande grau de desinteresse por parte dos alunos quando o assunto é integração. Para os professores, a tecnologia aparece muitas vezes como uma ameaça, pois não conseguem a atenção devida em sala de aula por tratarem com alunos que estão tão conectados que se sentem devidamente já entendidos nos assuntos, por terem com facilidade, em seus aparelhos celulares, as informações necessárias. É notório que a educação precisa dar um importante passo no processo de construção de uma nova aprendizagem para os alunos do século XXI. Na visão de Edgar Morin, "ao meio dessas incertezas, a escola sente-se cada vez mais impotente para o exercício pleno de sua missão de educar e de formar pessoas" (MORIN, 2007, p. 7).

Os jovens millennials estão sempre em busca por conhecimento, independente do ambiente em que se encontram. Nasceram em meio aos avanços da tecnologia, e a web faz parte da essência desses jovens. É por esse motivo que as instituições de ensino precisam renovar a aprendizagem, disponibilizando para esse público único uma nova forma de ensino com processos pedagógicos mais dinâmicos e interativos, estabelecendo, dessa forma, uma nova abordagem efetivamente positiva desde a entrada desse aluno em sala de aula até a sua formação. A instituição de ensino deve ser para o aluno um espaço de diálogos e trocas, falar a linguagem dessa geração é um passo importante na mudança para um aprendizado mais participativo e comunicativo. Os jovens millennials têm se tornado aptos a administrar o próprio aprendizado utilizando a tecnologia como um método desenvolvido por eles mesmos como suporte na aquisição de conhecimento, escapando dos métodos convencionais oferecidos pelas instituições de ensino, forçando a universidade a buscar por novos formatos de ensino e novos padrões de educação.

Levou mais de dois milênios, desde que os sábios da antiga Grécia inventaram a noção de *paidea*, para que a ideia de 'educação por toda vida' se transformasse de paradoxo (uma contradição em termos) em pleonasmo (como 'manteiga amanteigada' ou 'ferro metálico'). Essa notável transformação ocorreu muito pouco tempo atrás, nas últimas décadas, em consequência do ritmo radicalmente acelerado da mudança no cenário social dos dois principais conjuntos de atores da educação: professores e alunos (BAUMAN, 2013, p. 19).

Como salienta Bauman, os jovens millennials têm o poder de direcionar o seu próprio aprendizado de maneira que melhor os satisfaçam, têm a capacidade de aprender e aprender depressa como antes nunca visto. Porém, da mesma forma e com o talento em aprender de maneira única e ágil é também a possível capacidade de esquecer instantaneamente o que foi uma vez aprendido anteriormente. "Toda informação que adquirem envelhece depressa; em vez de fornecer uma orientação confiável, ela pode induzi-los a erro, a menos que se possa descartá-la prontamente" (BAUMAN, 2013, p. 21).

A sobrecarga de informações é uma questão contra a qual precisamos lutar, mas não é, de modo algum, o principal problema para os Nativos Digitais. Embora a sobrecarga de informações não esteja causando um dano terrível à grande maioria dos jovens nas sociedades conectadas, será um desafio persistente (PALFREY; GASSER, 2011, p. 231).

Com o passar do tempo, o indivíduo tem cada vez mais demonstrando inacreditável capacidade de adaptação referente às novas tecnologias, e às escalas de informação. Para a geração millennial, a comunicação social fica à disposição das tecnologias, quanto ao comportamento dos indivíduos e de que forma elas irão manipular as ferramentas que são proporcionados pelas mídias sociais digitais. Tais acontecimentos afetam o comportamento do jovem para com esses dispositivos. Para o jovem millennial, a tecnologia é essencial para uma boa convivência com o mundo que os cerca, ou seja, privar-se dos meios de acesso à internet é, de alguma forma, estar em descompasso com suas próprias necessidades. Esses jovens passam a ter um pensamento não linear por conta de diversas informações acessadas por eles em rede, gerando assim, uma ansiedade causada pela facilidade em obter conhecimento.

A relação com a mídia eletrônica é prazerosa – ninguém obriga –, feita através da sedução, da emoção, da exploração sensorial e da narrativa. Aprendemos a partir das histórias dos outros e das que os outros nos contam. Mesmo no período escolar, a mídia mostra o mundo de outra forma – mais fácil, agradável, compacta –, sem necessidade de fazer esforço. Ela fala do dia-a-dia, dos sentimentos, das novidades. A mídia continua educando como contraponto à educação convencional: educa enquanto entretém (MORAN, 2007, p. 162).

Na visão do autor, a educação precisa compreender e incorporar outros meios e linguagens com o intuito de dominar novas possibilidades de expressividade e de utilização no uso das tecnologias, facilitando a evolução para o jovem. Muito se espera do professor, que ele seja comunicativo com seus alunos para que possa motivá-los, que mantenha o grupo concentrado em seus dizeres, que seja competente e que esteja sempre se inovando quanto aos métodos de ensino/aprendizagem. Para educar são necessários espaços propícios, com ambientes interativos e comunicacionais, que auxiliem na autonomia do aluno, assim a aquisição de informação deixará aos poucos de pertencer somente ao professor. Atualmente a tecnologia faz o papel do professor em oferecer de forma rápida e atraente as informações e conhecimentos necessários. Para que possam sair bem na luta contra a sobrecarga de informações, é necessário que se encontre uma maneira de auxiliar os jovens a distinguir entre situações que exijam que estejam concentrados e focados em alguma tarefa, e os momentos em que as multitarefas não sejam prejudiciais à aprendizagem do aluno. “Ao educar, facilitamos, num clima

de confiança, interações pessoais e grupais que ultrapassam o conteúdo, para através dele, ajudar a construir um referencial rico de conhecimento, emoções e práticas” (MORAN, 2007, p. 167).

A revolução tecnológica permanente e continuada transforma a técnica adquirida e os hábitos aprendidos em desvantagens, e não mais em bens, e encurta drasticamente o período de vida de habilidades úteis, que muitas vezes perdem sua utilidade e 'poder habilitante' em menos tempo do que se leva para adquiri-los e certificá-los por meio de um diploma universitário (BAUMAN, 2008. p. 167-168).

Em seu livro *A Sociedade Individualizada*, Bauman relata que o Estado tomou a responsabilidade de educar e socializar o indivíduo, tornando-se uma fábrica de indivíduos, sempre submetido a uma determinada ordem. Nesse cenário, os professores se transformam em mestres e possuidores únicos do conhecimento e os alunos simplesmente seriam as "jarras vazias", sujeitos a um possível preenchimento. Bauman destaca, ainda, que esse modelo de educação atual vivenciado está transitando por uma crise por causa da passagem da modernidade sólida para a líquida, da modernidade para a pós-modernidade. Porém, em uma outra visão sobre a educação do momento, ela é vista como um produto, a educação na modernidade sólida seria o que se pode ser consumido hoje e sempre, que todo o tempo gasto pelo indivíduo com estudo ele passa a ser definido como mais educado; já na modernidade líquida essa situação não ocorre devido à ausência de imutabilidade. A crise hoje existente na educação como produto passou a ser efêmera, não tendo como mensurar o tempo gasto com estudo, uma vez que estudar por toda uma vida já não garante uma educação linear. Na visão do filósofo, muita coisa mudou no trabalho dos professores, todos os dias a quantidade de novas informações disponibilizadas por minuto pela internet excede em muito a capacidade do cérebro de retê-las.

3.3 Educação e a busca do conhecimento: mídias sociais digitais na era millennials

Estamos assistindo, nos últimos anos, a profundas mudanças no funcionamento das melhores universidades do mundo. Não obstante, no futuro próximo, essas mudanças serão ainda mais inéditas e intensas, com projetos

tecnológicos e científicos, e um ensino inovador será fundamental para o desenvolvimento das instituições de ensino, pensando em um modelo de educação que seja pensado e adequado ao século XXI. A tecnologia será a chave principal para essas transformações e terá um papel significativo nas universidades: em vez de somente transmitir conhecimento, caberá a ela a função de ensinar e raciocinar.

Recentemente, na Califórnia, foi criada a Universidade de Singularidade (*Singularity University*), que tem como apoiadores a Nasa e a *Google Co.*, com a missão de reunir alunos tanto de graduação como de pós-graduação, com intuito de compreender as novas tecnologias e suas interações, e essa demanda deverá orientar os passos das universidades do futuro. As universidades não podem deixar de lado sua missão principal, que é constituir alunos capacitados e a de gerar conhecimento, de forma rápida e eficiente para os tempos em que estamos inseridos.

As ideias são a matéria-prima dos projetos. Na sociedade pós-industrial, vence quem consegue planejar o futuro e impor seu projeto a todos os outros. Para planejar, porém, são necessárias competências e criatividade, ou seja, mais ideias. Para produzir ideias, é preciso ter uma adequada plataforma de conhecimentos e a formação para a criatividade fornecida pela escola (MASI, 2017, p. 482).

A comunicação na era digital é essencial. Passamos a conviver com as múltiplas variações tecnológicas ao nosso redor. Compreender, emocionar, indagar, dialogar. Iremos indagar aqui, por exemplo, o uso da mídia sonora no aprendizado e na produção de sentido, que faz parte de um meio facilitador no processo de concepção do conhecimento, pelo entretenimento e pela informação, por meio de condutas direcionadas por uma programação ao mesmo tempo diversificado e contextualizado. Segundo Glaucia Brito, professora do departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e especialista em Tecnologia na Educação, neste momento são as instituições de ensino que precisam estar em consonância e se atualizar quanto à era digital. “Estamos no século XXI, não tem como dar aula como se dava há 10 anos” (publicado por Brunno Brugnolo, A Gazeta do Povo, 7 set. 2014). Para a professora, a escola está em descompasso com os avanços tecnológicos, estamos numa era na qual os alunos já não são como os de 30 anos atrás, e os professores precisam estar capacitados para orientar seus alunos diante das mudanças que estão ocorrendo.

Um dos eixos fundamentais da educação é fazer com que o professor e o aluno desenvolvam autoconfiança, autoestima; que tenham respeito por si mesmos e acreditem em si; que percebam, sintam e aceitem o valor pessoal e o dos outros. [...] sem essa base de autoestima, aluno e professores não estarão inteiros, plenos para interagir, e se digladiarão como opositos, quando deveriam enxergar-se como parceiros (MORAN, 2007, p. 169).

Algumas ferramentas podem ajudar nessa hora, como o *e-learning*, por exemplo, para o qual a sonorização é fundamental. É preciso encarar as dificuldades que a escola enfrenta por ter em seu discurso menções ainda tradicionais de ensino, que podem vir a atrapalhar futuras propostas educacionais. Contudo, a escola tem que procurar desenvolver uma nova maneira de fazer educação, tentando de algum modo proporcionar a inserção das Tecnologias de Informação e Comunicação os (TICs).

Para as escolas se adaptarem aos hábitos dos Nativos Digitais e à maneira como eles estão processando informações, os educadores precisam aceitar que a maneira de aprender está mudando rapidamente. Antes de responder as perguntas sobre com que precisão usar a tecnologia nas escolas, é importante entender as mudanças. Para isso, é necessário expandir a estrutura para toda a aprendizagem, não apenas para o tipo que acontece na sala de aula (PALFREY; GASSER, 2011, p. 268-269).

Nesse caso, um importante aspecto é o reposicionamento dos docentes em relação a aprendizagem e seus alunos, de maneira a aprimorar competências fundamentais à resolução de problemas que assolam o mundo contemporâneo. Em consonância com Lipovetsky (2016), pensando propriamente no ensino fundamental e médio, acredita-se que seja necessário que a escola desde cedo reconheça as individualidades dos alunos, por exemplo, um aluno é mais avançado em matemática, outro tem mais dificuldade, e assim por diante. Ora, não basta apenas ter acesso a quase tudo via tecnologia, mas resolver as pendências, às vezes menores, mas de suma importância para a aprendizagem, ou seja, cada aluno tem seu próprio tempo. Sobre isso, percebemos que não há um projeto pedagógico sério que reconheça as diferenças entre alunos. No discurso, sim, mas na prática é mais complexo. As universidades que pensam mais longe sabem que as infraestruturas tecnológicas serão investimentos compensadores com o passar dos anos. Porém, poucos sabem realmente como utilizá-las. Poucas universidades descobriram a conexão de como os millennials estão adquirindo conhecimento em uma era digital. Para que as universidades se adaptem aos novos hábitos e à forma como o jovem

millennial está processando as informações, é preciso que tanto a instituição quanto os educadores aceitem que existe hoje uma nova forma de aprender.

Para Ferrari (2014), a educação no mundo contemporâneo vive uma crise de identidade, uma vez que existem as diferenças individuais e a falta de um padrão de ensino. A realidade é que os jovens estão aparentemente cada dia mais heterogêneos, mas na verdade se mostram, por suas ações, cada dia mais homogêneos. Nesse sentido, a sala de aula é o grande laboratório para a construção de identidade e de conhecimento sobre si próprios, suas possibilidades e as diferenças entre os grupos. Porém, para a educação criar um padrão de ensino particular para cada um seria humanamente impossível. Contudo, não podemos deixar de assumir que a internet proporcionou um acesso à informação de maneira única.

Com tamanha demanda por parte da geração millennial, ela busca alternativas secundárias para o seu próprio conhecimento por meio das plataformas de busca e pesquisas superficiais. Não é raro se escutar que os novos jovens são dotados de muitas informações, no entanto, muito rasas. Com base nesse cenário, as universidades necessitam encontrar uma forma de estimular os alunos a terem maior compromisso e vontade de aprender, com a possibilidade de seguirem de acordo com suas próprias aspirações. O importante é que o millennial se identifique com as possíveis mudanças na área do ensino superior, fazendo com que as aulas passem a ser mais atrativas e dinâmicas. Para isso, é preciso renovar as práticas pedagógicas em sala de aula, de modo que os docentes possam trabalhar com o aluno tanto na parte de conhecimentos gerais quanto nas habilidades socioemocionais.

Poucas escolas de qualquer tipo dão o primeiro passo simples de proporcionar aos professores uma capacitação, para ajudá-los a ensinar usando a tecnologia de uma maneira que apoie seu estilo pedagógico específico (PALFREY; GASSER, 2011, p. 280).

Os professores sabem quais os problemas a serem resolvidos e querem aproveitar as oportunidades. A escola, nesse caso, precisa apoiar o seu corpo docente e recompensá-lo pelas suas experimentações em sala de aula, fazendo das mídias, em geral, e das mídias sonoras, particularmente, elementos a mais,

importantes no engajamento à aprendizagem. "Os líderes das escolas precisam ter visão e apoio suficientes para a experimentação para que se consolide e floresça, no mesmo passo que a reforma curricular" (PALFREY; GASSER, 2011, p. 278).

É preciso desenvolver o senso crítico dos alunos. O papel do professor precisa passar por uma transformação, já que a criança não aprende apenas com os amigos, a família, a escola. Outro ponto importante: é necessário criar meios de transmissão do conhecimento a serviço da curiosidade dos alunos. O modelo de educação, sobretudo, não pode ignorar a curiosidade das crianças (MORIN, 2017).⁷

Ainda segundo Edgar Morin, os alunos podem ter acesso a todo o tipo de conhecimento sem a presença de um professor, e isso somente é possível por conta dos aparelhos com acesso à internet. São alunos que anseiam por novos modelos de ensino. Mesmo o corpo docente não possuindo o mesmo domínio com as tecnologias, deseja por mudanças, contudo, estão munidos de uma valiosa sabedoria e de informações concretas e verídicas para a construção do conhecimento. Nesse contexto é que nos damos conta do valor inserido na pessoa do professor. Porém, a instituição e seus docentes precisam saber que o ensino/aprendizado está se moldando de forma veloz e irreversível. Diante desse cenário, é preciso desenvolver o senso crítico dos jovens millennials e criar meios de transmitir conhecimento com a missão de aguçar a curiosidade desses jovens. Para Morin, é importante que o professor passe também por transformações, uma vez que o jovem não aprende somente com os familiares e os amigos, mas também com a escola.

A educação, antes autoritária, tornou-se altamente permissiva, atenta aos desejos das crianças e dos adolescentes, enquanto, por toda parte, a onda hedonista elimina a culpa do tempo livre e encoraja a nossa entrega a ele sem entraves e o aumento da quantidade de lazeres (LIPOVETSKY, 2009, p. 5).

As mídias tornaram-se presentes no cotidiano do indivíduo millennial, passando a exercer um papel significativo no seu cotidiano. São as grandes transformadoras da cultura, difundindo linguagens e modificando comportamentos. A cultura é muito mais que festividades e comidas típicas, ela é fornecedora de

⁷ Entrevista ao projeto Fronteiras do Pensamento Edgar Morin: É preciso educar os educadores. Disponível em: <https://www.fronteiras.com/entrevistas/entrevista-edgar-morin-e-preciso-educar-os-educadores> em 2 jan. 2017. Acesso em: 27 out. 2017.

sentidos e valores. Consequentemente, as mídias passaram a ser responsáveis pela socialização e pela educação do indivíduo. Não basta a gama de diversidade tecnológica que a mídia proporciona, compreender a sua utilização de forma coerente possibilita um ensino/aprendizagem de modo contínuo.

Cabe sempre às novas gerações promover as transformações necessárias para o avanço e evolução da sociedade. Entretanto, não cabe aos jovens simplesmente contestar por contestar, adotando um comportamento rebelde para tudo, ou ainda abraçar toda novidade sem uma avaliação criteriosa (OLIVEIRA, 2014, p. 49).

Para Oliveira (2014), o aspecto de ser jovem nessa sociedade hipermoderna não necessariamente significa ser adepto às mudanças, contudo cabe o fato desses jovens terem uma postura contestadora no que se refere ao seu aprendizado diante da realidade hoje vislumbrada por eles e passem a questionar livremente tudo que envolva o seu bem-estar, pois vivem num ambiente no qual tudo acontece praticamente simultaneamente.

O simples fato de que os Nativos Digitais não aprendem as coisas da mesma maneira que seus pais aprenderam não significa que eles não estejam aprendendo. Considere a maneira em que os Nativos Digitais se informam sobre os eventos nos noticiários (PALFREY; GASSER, 2011, p. 270).

A maneira como essas informações chegam aos jovens preocupa pais e professores, uma vez que essas informações advêm de sites tendenciosos, e não de organizações de respeito, e podem ter um entendimento sobre os eventos um tanto raso e limitado. “Muitas pessoas temem que a versão da história que os Nativos Digitais encontram *on-line*, se não estiver totalmente errada, possa ser superficial” (2011, p. 270).

Segundo o autor José Manuel Moran em seu livro *Desafios na comunicação pessoal* (2007), a escola desvaloriza as imagens e as linguagens, considerando-as negativas para o conhecimento. Ignorando a televisão, o vídeo, exigindo somente o desenvolvimento da escrita e do raciocínio lógico, um pensamento antiquado para esse tempo de tamanha velocidade nas informações. Não se trata de opor os meios de comunicação às técnicas convencionais de educação, mas de integrá-los, de aproximá-los para que a educação seja um processo completo, rico e estimulante. A

escola necessita aprender a observar o que está ocorrendo nos meios de comunicação e mostrá-los em sala de aula, levando aos alunos as discussões ali presentes, ajudando-os a perceber os aspectos positivos e negativos das abordagens sobre cada assunto. Nesse sentido, as mídias sociais digitais são importantíssimas, principalmente porque a geração *millennial* está cada vez mais conectada e tornando-se grande consumidora digital em uma nova realidade.

3.4 O que as universidades estão fazendo em inovação e originalidade na Educação? O exemplo da “*Harvard Project Zero*”

As redes sociais, blogs, *vlogging*, jogos, mensagens instantâneas, *upload* e compartilhamento, *download* de música e outros conteúdos, são atividades tornadas possíveis pelas mídias sociais digitais. Elas são ricas em oportunidades e para os jovens *millennials*. Desde que as tecnologias digitais passaram a ser disponíveis para o indivíduo, diversos estudiosos, educadores e pais estão debatendo fortemente as implicações que possam gerar na alfabetização e no aprendizado das crianças e jovens.

Diante dessa perspectiva, em 1990 a Faculdade de Direito de Harvard investiu um valor alto na tentativa de renovar e modernizar algumas de suas salas de aula, com o propósito de atender à chegada da geração digital. Com o intuito de modernizar tais salas de aula, foram inclusive instaladas tomadas para internet em todas as cadeiras, juntamente com uma tomada para o *laptop* dos alunos. Porém, ocorreu que essa inovação coincidiu com a era “ponto-com”, fazendo com que cada aluno tivesse acesso à internet. Mas o corpo docente não considerou qual seria o efeito que a internet causaria em sala de aula. “Uma década mais tarde, ninguém mais usa tomadas para a *internet* nas salas de aula renovadas. Mas os alunos estão definitivamente na internet durante a aula [...]” (PALFREY; GASSER, 2011).

O simples fato de os Nativos Digitais não aprenderem as coisas da mesma maneira que seus avós o fizeram não significa que a maneira como estão aprendendo seja pior. As evidências que temos não indica que eles aprendam menos do que seus avós, ou mais superficialmente. Na verdade, os Nativos Digitais são bastante sofisticados na maneira como coletam as informações. As pessoas com os quais devemos nos preocupar são aquelas que estão crescendo em uma era digital, mas não estão aprendendo as habilidades sofisticadas de coletar, processar e criar informações, baseadas no que aprendem e compartilham com os outros (PALFREY; GASSER, 2011, p. 271).

Plafrey e Gasser (2011) acreditam que para as escolas se adaptarem aos novos hábitos dessa geração e à forma com que eles estão processando as informações, os educadores precisam aceitar que o meio de se aprender está em constante mutação. O importante nesse processo, mesmo antes de saber como usar as tecnologias, é que a escola precisa entender a fundo as mudanças que estão ocorrendo. Com isso, é preciso expandir a estrutura para toda a aprendizagem, não apenas para o que está restrito à sala de aula.

Com o propósito de oferecer alguma luz ao problema, foi realizada uma pesquisa parte do “Projeto *Good Play*”⁸ (um estudo empírico que envolve jovens com intuito de compartilhar suas histórias de engajamento com as mídias digitais), executada por pesquisadores do “*Harvard Project Zero*” no final de 2006, que investigaram as linhas de falhas éticas das atividades digitais. Os investigadores apontaram cinco questões importantes que estão em jogo nos novos meios de comunicação. São elas: identidade, privacidade, propriedade e autoria, credibilidade e participação. O relatório explora as maneiras pelas quais os millennials podem redefinir esses conceitos à medida que se envolvem com a nova mídia digital. Os estudiosos argumentam que a nova mídia digital, com todos os seus potenciais participativos, é um campo de jogos em que cinco fatores contribuem para a probabilidade de uma boa jornada – as tecnologias da nova mídia digital; alfabetização técnica e de novas mídias relacionadas; fatores centrados na pessoa, como desenvolvimento cognitivo e moral, crenças e valores; culturas de pares, tanto *on-line* quanto *off-line*; e apoios éticos, incluindo a presença ou ausência de mentores adultos e currículos educacionais. “Em nossa era digital, muitas de nossas instituições precisam ser reformadas”, disse Howard Gardner (2017). “Esperamos que nossa pesquisa sugira a melhor maneira de iniciar o processo de reinvenção.” A mídia digital oferece uma plataforma criativa para que os millennials sigam seus pontos fortes e interesses em uma descoberta autodirigida. A educação vem, ao longo dos tempos, sendo alvo de intensos debates e discussões. Atualmente, educadores procuram entender e responder aos desafios da educação, desvendando e compreendendo os parâmetros de uma nova lógica digital.

As porcentagens sobre esta nova lógica são representativas e, para aprofundar nossa análise, apoiamo-nos em Adami e Dias (2018), quando escrevem

⁸ Disponível em: <<http://www.pz.harvard.edu/projects/the-good-play-project>>. Acesso em: 12jan. 2018.

que: “Vivemos hoje em uma nova Era, pós cultura de massa, pós cultura de mídia, pós cibercultura, vivemos a era mobile”. A grande maioria dos alunos está conectada, e as instituições são como agentes educadores, a “segunda tela”. O aluno de hoje está diante das mídias sociais, das tecnologias de informação, das possibilidades de trabalho em profissões do mundo, tudo isso acessível a um clique nos *smartphones*, resultando em conexão mundial, mas com pouca interação com o docente em sala de aula, com o projeto institucional de educação e aprendizado e, ainda, o material disponível.

Esse perfil dos usuários de internet no Brasil apresenta números impressionantes para a educação nos últimos sete anos, como se pode verificar na Tabela 1, 95% dos usuários de Internet possuem ensino superior; 82% ensino médio e 46% já no ensino fundamental acessam a rede. Outros dados, tais como faixa etária, faixa de renda, classe social, grau de instrução podem ser visualizados nas tabelas a seguir. Pode-se verificar, também, a frequência de utilização, tipo de conexão e o local utilizado para acesso à internet. Informações da Anatel apontam que, no Brasil, existem 241,1 milhões de celulares e densidade de 115,93 cel./100 habitantes (set. 2017)⁹.

Complementando nossa análise, os números do *Facebook* também são representativos: é a maior rede social do mundo, com mais de 1 bilhão e meio de contas ativas, seguido pelo *WhatsApp*, com 1 bilhão; *Instagram*, com 400 milhões, e *Twitter*, com 320 milhões. O Brasil é o terceiro país com o maior número de contas ativas: 100 milhões de usuários (perdendo somente para os EUA e Índia), e desse número 90% acessam mensalmente por meio de dispositivos móveis. A cada dez brasileiros conectados, oito estão ativos no *Facebook*, e assim são identificadas as tendências para os próximos anos (FACEBOOK, 2017). Dados da *Business Insider* (2016) mostram que aplicativos, redes sociais, buscadores, *smartphones*, entre outras tecnologias exponenciais¹⁰, transformam-se em meios para essa verdadeira revolução social do novo capitalismo.

⁹ Pesquisa TIC Domicílios do NIC.br. e IBGE (PNAD 2005). Disponível em: <http://www.teleco.com.br/internet_usu.asp>. Acesso em: 20 jan. 2018.

¹⁰ A *Singularity University*, organização criada pela Nasa e pelo *Google*, é uma das grandes difusoras das tecnologias exponenciais. Essas tecnologias são: a impressora 3D, a robótica, a realidade virtual, a hipercomputação, a bioinformática, entre outros, ou seja, tudo que é *mainstream* agora (coisas usadas pela maioria da população, como internet, *Facebook* e *Google*) vão se tornar infraestrutura para algo maior. É uma tecnologia que se aplica à Lei de Moore, que se alimenta de outras tecnologias para evoluir.

Tabela 1 – Usuários de Internet

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Usuários de Internet	41%	46%	49%	51%	55%	58%	61%
Nunca acessou	52%	47%	45%	42%	39%	34%	31%

Fonte: Cetic (2017).

Tabela 2 – Usuários de Internet por Faixa Etária

Faixa etária	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
10 a 15 anos	65%	67%	70%	75%	74%	85%	86%
16 a 24 anos	64%	70%	74%	77%	83%	93%	95%
25 a 34 anos	52%	56%	62%	66%	69%	84%	88%
35 a 44 anos	33%	41%	46%	47%	57%	72%	75%
45 a 59 anos	20%	25%	31%	33%	34%	47%	53%
> 60 anos	5%	9%	8%	11%	15%	20%	22%

Fonte: IBGE (2017).

Tabela 3 – Usuários de Internet por Faixa de Renda

%	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Até 1 SM*	16%	17%	18%	24%	27%	38%	44%
1 SM - 2 SM	31%	32%	33%	37%	44%	49%	54%
2 SM - 3 SM	45%	48%	51%	54%	61%	65%	66%
3 SM - 5 SM	56%	62%	69%	72%	72%	73%	77%
5 SM - 10 SM	76%	77%	82%	81%	86%	84%	86%
10 SM ou mais	72%	88%	91%	89%	88%	91%	92%

*SM: Salário Mínimo

Fonte: IBGE (2017).

Tabela 4 – Usuários de Internet por Classe Social

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
A	84%	92%	94%	97%	96%	96%	95%
B	73%	77%	80%	78%	80%	84%	86%
C	42%	45%	47%	49%	54%	63%	66%
DE	13%	14%	14%	17%	21%	30%	35%

Fonte: IBGE (2017).

Tabela 5 – Alunos, por Atividades Realizadas na Internet
Total de alunos usuários de Internet

Percentual (%)	Procurar informações no Google ou outro buscador	Assistir a vídeos para aprender coisas novas	Seguir alguma página no Facebook ou outra rede social para aprender coisas novas	Usar o chat do Facebook ou o Whatsapp para aprender coisas novas	Participar de algum grupo no Facebook ou outra rede social para aprender coisas novas	Procurar mapas na Internet para aprender coisas novas	Ler um livro ou um e-book na Internet	Criar ou atualizar um perfil no Twitter, Tumblr, blogs ou páginas da Internet
TOTAL	87	85	64	62	54	49	46	37

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nas escolas brasileiras - TIC Educação 2016. Disponível em: <<http://cetic.br/tics/educacao/2015/alunos/C4/>>. Acesso em: 20 nov. 2017.

A utilização das tecnologias e usuários descritos anteriormente nos leva a refletir que o modelo de educação que conhecemos até hoje pouco mudou: as salas de aula possuem carteiras enfileiradas, modelo que foi concebido na Era Industrial, em que os alunos eram educados como em linha de montagem, em fileiras bem-arrumadas. Esse modelo não condiz com o mundo atual. Além disso, os móveis são inadequados para o estudo e mal dispostos nas salas, que, por sua vez, são construídas, na maioria dos casos, sem pensar no aluno, no professor e demais envolvidos no processo de aprendizagem. Portanto, sem exagero, podemos afirmar que estamos ensinando alunos do século XXI com currículos e práticas do século XX, em espaços de aula do século XVIII. “Agora, estamos na revolução digital, na qual os humanos são inovadores, e não mais repetidores” (REIS, 2017, p. 12).

Precisamos parar de ser convencionais, de utilizar sempre os mesmos modelos, as mesmas formas de pensar o ensino superior. Esse é o momento de apresentarmos mudanças efetivas, já que os contextos hoje diferem grandemente daqueles em que o modelo tradicional se consolidou, porque constituía uma resposta coerente e útil para aqueles tempos (REIS, 2015, p. 9).

Nesse contexto, repensar o ensino superior abrange aspectos acadêmicos tanto quanto questões de gestão, uma solução que as instituições de ensino superior procuraram buscar para os novos contextos que estão se desenrolando nos últimos anos. Boas ideias elaboradas em parceria com outras instituições de

diferentes portes geram bons resultados, assumindo o desafio de desconstruir modelos de ensino já pré-estabelecidos.

Salas de aula modernas devem ser eficientes e flexíveis, com computadores e rede *wireless* disponíveis para os alunos e professores, que passaram do papel de protagonista para o de mentor – essas são algumas das mudanças já visíveis em muitas instituições de ensino. Um caso nos chama a atenção e vem da Finlândia, onde o governo está investindo em mudanças na educação, com salas de aula mais colaborativas e interativas, fazendo com que a sala se torne um ambiente colaborativo no qual os alunos aprendem a estudar e a trabalhar em equipe. É um tipo de educação não baseada na competição, e sim na colaboração, afirma Rafael Reif, reitor do Instituto de Tecnologia de *Massachusetts (MIT)*. As novas salas de aula apresentam mesas redondas, e em nenhuma etapa o professor fica exposto falando na frente da sala. Em vez disso, ele trabalha em torno da sala de aula, facilitando o assunto enquanto orienta os alunos conforme eles aprendem. Os quadros negros foram substituídos por projetores, que são móveis para que os alunos possam obter acesso desobstruído a todos os materiais da sala de aula. Isso criou um ambiente de sala de aula em que não só o professor está ensinando a classe, mas também os alunos.

O professor McDonald, da *Georgia State University*, desenvolveu um Sistema de Questionamento de Texto, que permite que os alunos enviem perguntas anonimamente via mensagem de texto. Essa pergunta é exibida de forma proeminente para discussão durante a aula, e isso promoveu mais produtividade em sala de aula, tornando mais fácil para alguém fazer uma pergunta, por mais que seja tímido. Professores da *McDonough School of Business*, na *Universidade de Georgetown*, criaram um curso chamado "Negócios, Governo e Economia Global", que ensina os alunos o modo como a política e as empresas interagem. Esses são apenas alguns exemplos de como as instituições e professores estão começando a pensar “fora da caixa” e buscando incentivar os alunos a fazê-lo também. Segundo esses professores de Georgetown, “a vida segura pode ter sido mais simples há 50 anos, mas a educação sempre estará na vanguarda da inovação moderna”¹¹.

¹¹ 5 Ways College Professors are Bringing Innovation Into the Classroom). Disponível em: <<https://www.thestudentinitiative.org/5-ways-college-professors-are-bringing-innovation-into-the-classroom/>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

Figura 19



Fonte: Disponível em: <<https://www.thestudentinitiative.org/5-ways-college-professors-are-bringing-innovation-into-the-classroom/>>. Acesso em: 20 fev. 2018.

Figura 20



Fonte: Disponível em: <<http://www.studentsfirstmi.com/ideal-layouts-for-modern-classrooms/>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

Figura 21



Sala Filósofos Belas Artes. Disponível em: <www.belasartes.com.br>. Acesso em: 20 jan. 2018.

O atual modelo de educação reflete a era em que foi concebida a revolução industrial. Os alunos são educados como em linha de montagem, para tornar eficiente a educação padronizada. Sentam-se em fileiras de cadeiras bem arrumadas, devem ouvir um 'especialista' na exposição de um tema e ainda precisam se lembrar das informações recebidas em um teste avaliativo. De alguma maneira, nesse ambiente, todos os alunos devem receber uma mesma educação. A debilidade do método tradicional é a de que nem todos os alunos chegam à sala de aula preparados para aprender (BERGMANN; SANS, 2017, p. 6).

O que estamos vivenciando nessa era da tecnologia é uma “disruptura”, que significa a quebra de continuidade, um rompimento. Atualmente, vivemos a era da disruptura, na qual os modelos tradicionais de ensino estão sendo desconstruídos e questionados. Com isso, esperamos estimular o rompimento com o tradicional e o convencional, abrindo espaço para modelos de ensino mais inovadores e eficientes. A disruptura está muito ligada ao mundo das *startups* e da tecnologia, normalmente ligadas a inovação, produtos ou serviços, fazendo com que evoluam superando o que já existe no mercado. Uma característica da inovação disruptiva é que não acontece necessariamente por conta da tecnologia que se utiliza, mas pelo modo como ela é aplicada (GAMONAR; JANNUZZI; MURANO, 2017, p. 11).

Tudo o que você aprende na vida fica registrado e, no momento certo, quando se encontrar com outros conceitos, vai gerar uma boa ideia que pode levá-lo a uma inovação. Entretanto, é importante entender que apenas obter informação daqui e dali não o ajuda em nada. Isso porque informação é diferente de conhecimento. Informação se trata de pedaços de dados não estruturados, enquanto o conhecimento é a interpretação que fazemos desses dados. E mais: o que fazemos deles. De nada adianta se entupir de informação e não passar disso (GAMONAR; JANNUZZI; MURANO, 2017, p. 15).

O importante, nesse processo, é manter-se acessível às novas mudanças e vigilante aos sinais atuais do comportamento social, mantendo o interesse diante dos novos cenários, e que tanto a instituição quanto seus colaboradores permaneçam em constante adaptação aos novos conceitos e modelos. A educação superior é apontada como obsoleta, e essa marca precisa ser removida das instituições.

Ainda dá tempo de decidirmos qual futuro queremos: o caótico ou o maravilhoso. [...] empreendedores e instituições precisam caminhar juntos para criar um futuro [...]. Não sabemos qual futuro esperar, mas uma coisa é certa: as tecnologias exponenciais vieram para ficar seja para o bem, seja para o mal (MASULLO, 2017, p. 164).

É de entendimento, na área educacional, que o modelo de ensino tradicional já não faz mais sentido, considerando as transformações ocorridas nos últimos anos no processo de aprendizagem. As instituições de ensino no País, no geral, e particularmente a rede pública se distanciaram da realidade que a educação está vivenciando e insistem na reapresentação de um modelo tradicional, baseado em memorizar assuntos que são desconectados da prática, tornando-se incapazes de estimular o aprendizado.

Com o avanço das novas tecnologias que intensificam a comunicação, é discutido no meio educacional as mudanças necessárias para a formação profissional, objetivando principalmente à renovação do papel social das instituições, que são encarregadas por essa modalidade de ensino, a título de proporcionar maiores oportunidades de trabalho aos alunos, aproveitando a própria vivência e conhecimentos prévios. Nesse contexto, as pedagogias ativas, denominadas também de metodologias ativas, têm como principal objetivo a problematização como método de trabalho no processo de ensino aprendizagem. Com esse método, o aluno passa a construir e organizar seu conhecimento, aprende a deter

informações, examinar e refletir, passando a ressignificar as próprias descobertas. Tais problematizações fazem com que o aluno tenha como finalidade solucionar impasses na busca de seu desenvolvimento.

A questão é melhorar a experiência em que se dá a aprendizagem, de modo que ela seja ativa e alegre, centrada no aluno e realizada em qualquer lugar, não apenas em salas fechadas. Aprendizagem ativa e aprendizagem alegre são duas formas que mudam o cérebro (REIS, 2017, p. 27).

Segundo Reis (2017), nós estamos ensinando, mas será que os alunos estão aprendendo? Visando a essa dificuldade, algumas instituições de ensino decidiram incluir nos seus processos seletivos habilidades socioemocionais, tais como Insper, Belas Artes, *Albert Einstein*, entre outras. Essas instituições utilizaram a pedagogia disruptiva, assumindo o papel pioneiro de estruturar uma avaliação que analisa questões de *soft skill*¹² (socioemocionais) como prioridade. O estudo das habilidades socioemocionais promete mudar o futuro de crianças e jovens no ensino, acrescentando ao aprendizado uma avaliação das características tais como empatia e capacidade de argumentação. Atualmente, no mundo repleto de tecnologias, é importante que os jovens estabeleçam conexões afetivas com outras pessoas, seja no trabalho, escola ou na família. Aí está a importância dessas novas habilidades: elas ajudarão o jovem a lidar melhor com as pessoas e a propor soluções colaborativas para a resolução de problemas. No mercado de trabalho, cada vez mais é exigido de seus candidatos a capacidade de se relacionar com os outros e consigo mesmo. Todo o conhecimento técnico, mesmo quando bem constituído, pode não valer muito diante de dificuldades em se lidar com o emocional. Especialistas em educação e mercado de trabalho têm notado a importância do que nomeiam da capacidade de “aprender a aprender”, à medida em que o ensino e conhecimento são remodelados aceleradamente.

A Instituição Belas Artes de São Paulo, por exemplo, aderiu em seu processo seletivo 2017/2, técnicas como a *Flipped Classroom*, *Peer Instruction* e *Problem Based Learning*, adicionados ao portal *on-line*. Com isso, pretende-se melhorar a

¹² *Skills* significa habilidades ou capacidades. Estão relacionadas à inteligência emocional, às habilidades mentais de cada pessoa. As *soft skills* determinam a capacidade de gestão e de relacionamento interpessoal, diferenciando de forma positiva um trabalhador dos seus colegas no mercado de trabalho.

participação dos alunos para desbravar o desconhecido rumo ao futuro, pois na educação contemporânea o aluno deve ser capaz de se autogerenciar, tendo autonomia em seu processo de formação. Uma das técnicas utilizadas pela instituição como pedagogia ativa é a “Sala Invertida”, uma metodologia ativa de aprendizagem que, aliada às boas ideias em educação e aos recursos tecnológicos, visa à eficácia do ensino-aprendizagem. O método invertido permite não só interações mais frequentes, como também torna os alunos melhores aprendizes. A inversão da sala de aula, segundo Bergmann e Sams (2017), estabelece aos estudantes uma educação personalizada, ajustada sob medida às suas necessidades individuais. Em síntese, o método é simples: o que tradicionalmente é apresentado em sala de aula será realizado em casa, seja por meio de leitura de *cases*, *powerpoints*, vídeos, entre outros meios; e o que seria realizado em casa, tais como tarefas, trabalhos, pesquisas, levantamentos, será realizado em sala de aula. Assim, a eficácia do método auxiliará ao professor que não precisará repetir, exaustivamente, a mesma aula em turmas distintas, pois o conteúdo preparado (já estudado em casa) será o mesmo, mas o resultado da aula será diferenciado.

A inversão da sala de aula estabelece um referencial que oferece aos estudantes uma educação personalizada, ajustada sob medida às suas necessidades individuais. [...] Educadores precisam encontrar maneiras de chegar até esses estudantes com necessidades muito distintas. A personalização da educação é uma proposta de solução (BERGMANN; SANS, 2017, p. 6).

Quando os educadores Jonathan Bergmann e Aeron Sams aplicaram a sala de aula invertida, logo perceberam que se deparariam com um sistema que efetivamente capacitaria os professores a personalizar o ensino para cada aluno. Ao apresentarem o novo método aos educadores de todo o mundo, muitos deles indagaram que o método era replicável, personalizável e facilmente ajustável às idiossincrasias de cada professor. O objetivo derradeiro é o de que todos os alunos realmente aprendam. Com esse estudo, os educadores concluíram que os alunos estavam aprendendo com maior profundidade e se convenceram de que o método estava mudando a capacidade dos alunos de se converterem em aprendizes autônomos, autodidatas. “Estamos dispostos a tentar quase que qualquer estratégia, se acharmos que a inovação poderá ser útil aos alunos” (2017, p. 10). A inversão

fala a língua dos jovens de hoje, que podem ser vistos fazendo exercícios de matemática e, ao mesmo tempo ouvindo música.

Mazur (2015) verificou, ao analisar o relato de muitos jovens, que eles dizem que precisam chegar à instituição, desconectar-se e emburrecer, uma vez que muitas das instituições proíbem telefones celulares, *iPods* ou quaisquer outros dispositivos digitais. O mais importante nesse fato é que esses dispositivos fazem parte do cotidiano desses jovens. “[...] os professores necessitam de um auxílio que melhore o aprendizado e ao mesmo tempo propicie uma experiência melhor de ensino” (MAZUR, 2015, p. 11).

Já não seria mais que tempo de finalmente adotar os recursos digitais como auxiliares da aprendizagem, em vez de recomendar aos alunos que evitem as ferramentas hoje disponíveis? Parece-nos absurdo que as escolas ainda não tenham assentido a essas mudanças (BERGMANN; SANS, 2017, p. 19).

Nesse sentido, o aluno, ao entrar em sala de aula, participará de várias atividades utilizando diferentes dispositivos digitais, estimulando o jovem a se envolver e colaborar mais nas atividades, passando a apreciar a flexibilidade que a sala de aula invertida proporciona. Como o conteúdo é transmitido ao aluno antecipadamente, esse jovem pode ditar o ritmo da sua aprendizagem e, inclusive, avançar o programa.

O método *Peer Instruction* (“Instrução entre Pares”, tradução nossa), popularizado na década de 1990 pelo professor Eric Mazur, da Universidade de Harvard, vem sendo aplicado com grande sucesso em diversas disciplinas e instituições de ensino em todo o mundo, com o intuito de promover a integração e o incentivo à pesquisa por parte dos alunos juntamente com a mediação de um professor habilitado. Nesse processo, são privilegiadas estratégias institucionais de natureza diferenciada e criativa. Com o método que simula a sala de aula invertida, deixamos de ser meros transmissores de informação para assumirmos as funções mais orientadoras e tutoriais. As metodologias ativas utilizadas têm por objetivo gerar a aproximação entre os estudos voltados para a promoção da autonomia do aluno e o potencial da área pedagógica, valendo-se de discussão entre os candidatos. O desafio e propósito do *Peer Instruction*, portanto, é mobilizar o candidato a estudar. Uma das explicações possíveis para os resultados positivos é o

ambiente colaborativo, criado para que o candidato discuta em grupo diversos temas e assuma, inclusive, a função de professor. Além disso, depois de responder a uma questão (e errar), o aluno estaria mais aberto para ouvir tanto o professor quanto seus colegas.

Nesse quesito há três recursos para o *Peer Instruction*:

1. Acesso à matéria disponível *on-line* (candidatos com seus *smartphones* e instituição dispondo de rede *wireless*).
2. Uso de redes móveis para facilitar e agilizar o processo de respostas.
3. Criação/edição de documento colaborativo para formalização das respostas textualmente.

O resultado é uma rápida escalada na qual os estudantes solicitam mais e mais exemplos de problemas (para que possam aprender a resolvê-los melhor), o que por sua vez, volta a reforçar seus sentimentos de que a chave do sucesso é a resolução de problemas (MAZUR, 2015, p. 9).

Para que o método seja bem-sucedido, é preciso que o livro e as aulas sejam desempenhadas como papéis diferentes dos que costumam exercer em uma disciplina convencional. O propósito básico do *Peer Instruction* é explorar a interação entre os alunos durante as aulas expositivas, focando a atenção nos conceitos que servem de fundamento.

Outro método também utilizado é o *Creative Colletibles*, um evento que substitui a banca formal de conclusão universitária, para divulgar os projetos finais dos alunos de forma ampla e irrestrita. Durante dois dias, os alunos e seus respectivos trabalhos estarão expostos para a avaliação de dezenas de profissionais da sua área de estudo e para apreciação de outros visitantes, que poderão conferir de perto o resultado das obras, tirar dúvidas e deixar críticas sobre as propostas diretamente com os seus autores, semelhante a uma feira mercadológica. Esse tipo de oportunidade aproxima o aluno ainda mais do mundo real do mercado de trabalho, uma vez que entram em contato direto com críticas e um time de profissionais atuantes no mercado. O *Creative Colletibles* é um método já utilizado há três anos pelo Centro Universitário Belas Artes, pois o que importa com essa metodologia é seguir o método das incubadoras do *Elevator Pitch*, que consiste basicamente em uma apresentação rápida de uma ideia ou oportunidade de negócio

e pela qual o aluno apresenta sua ideia mais de 200 (duzentas) vezes, possibilitando a ele um treinamento real do que será o “tempo” que levará para vender sua ideia ao mercado com intuito de gerar uma boa impressão em menos de um minuto.

Para o millennial, essa proposta de evento sinaliza a evolução das instituições que não estão somente interessadas em formar seus alunos e simplesmente descartá-los. Hoje, algumas instituições pioneiras, no Brasil e exterior, já estão preocupadas em abrir caminhos para esses jovens, fazendo *links* diretos com empresas e profissionais do mercado de trabalho. O mundo está em constante metamorfose, as novas tecnologias, que estão cada vez mais presentes no dia a dia do jovem, estão alterando as relações humanas, e o empreendedor do futuro será aquele que melhor se adaptar às mudanças. “A situação mudou e vivemos em uma cultura tecnológica, em uma época de mudanças rápidas e com uma economia que se baseia cada vez mais nas informações e na criatividade” (GAMONAR; JANNUZZI; MURANO, 2017, p. 16).

Tudo isso exige uma preparação universitária e depois uma formação permanente centrada na criatividade e capaz de preparar o futuro profissional para um tipo de vida pós-moderno em que trabalho, estudo e lazer se misturam incessantemente, confluindo naquela síntese vital que denomino ‘ócio criativo’: arte que se aprende e que, sem aprendizado, não pode ser expressa (MASI, 2017, p. 484).

Nossas reflexões atuais nos levam a considerar que precisamos, neste momento, de uma educação que acompanhe todas as transformações que estão ocorrendo, e esse é o desafio. Felizmente, como estamos vendo e já foi descrito neste capítulo, algumas propostas e iniciativas estão sendo desenvolvidas e começam a surgir, diminuindo, dessa forma, a lacuna existente entre a educação e os novos jovens tecnológicos.

Ainda que a inovação provoque rupturas e leve a dilemas e conflitos, rebelar-se contra ela não é a solução para detê-la. Entender isso ajuda você e as pessoas ao seu redor a lidarem com a necessidade de se transformar continuamente para não ficarem para trás. Seja como empresas, profissionais dedicados a empresas, estudantes ou empreendedores, precisamos acompanhar o que está acontecendo no mundo e nos reinventarmos, não mais apenas no futuro, mas começar agora. (GAMONAR; JANNUZZI; MURANO, 2017, p. 19).

No mundo contemporâneo, em que a informação está disponível e acessível no mundo digital, em todos os lugares e a qualquer momento, o formato de ensino tradicional não possui um sistema que priorize a capacidade criativa dos alunos e as possibilidades de se conectarem a novos conhecimentos, *skills* exigidas para que um bom profissional possa prosperar tanto no mercado atual quanto na felicidade pessoal.

Nunca como agora o mundo teve de enfrentar problemas tão complexos, mas nunca como agora, para resolvê-los, pôde contar com tantos milhões de cérebros e com um patrimônio tão rico de saber, historicamente acumulado pela espécie humana e transmitido pela escola de geração em geração (MASI, 2017, p. 480).

Graças ao acúmulo de conhecimentos, em apenas dois séculos a sociedade industrial se transformou estruturalmente, assumindo com isso uma nova organização pós-industrial voltada à produção de bens imateriais, como os serviços, as informações, os símbolos, a estética, os valores. Portanto, a formação educacional ampliou-se e a forma de conectividade se multiplicou. As ideias são a matéria-prima dos projetos. Para que as instituições produzam ideias, elas necessitam obter adequadas plataformas de conhecimento. No mundo em que vivemos, a exclusão digital e nível de instrução são fatores elevadamente discriminatórios (MASI, 2017).

Todas essas plataformas mencionadas ao longo deste capítulo são ferramentas hoje disponíveis para aproximar o jovem *millennials* para uma interação mais efetiva e afetiva nas instituições de ensino. Algumas universidades estão dando o primeiro passo rumo ao aprendizado do futuro, que consiste em não somente repetir palavras, e sim criar espaços para ideias, diminuir fronteiras e estabelecer conexões e, acima de tudo, saber o que essa geração deseja e espera, para, assim, ter o poder de encantá-la.

A escola, portanto, é chamada a identificar rapidamente essas mudanças, a compreender sua natureza e essência, a se modificar com base nas realidades emergentes, a preparar os jovens para que eles saibam antecipar e administrar a inovação em vez de sofrê-la (MASI, 2017, p. 482).

O intuito é fazer com que o aluno compreenda como é estudar em uma instituição de ensino na qual a prioridade, acima de, tudo é fazer com que ele

aprenda a crescer tendo em tempo real a oportunidade de conhecer como é o cenário em que ele passará essa trajetória de aprendizagem, inovando, tomando decisões, estabelecendo objetivos pessoais e profissionais, sendo protagonista do seu próprio desenvolvimento e com a capacidade de solucionar problemas de maneira colaborativa. As instituições que quiserem fazer a diferença, no sentido da transformação para uma nova forma de adquirir conhecimentos, deverão procurar enfrentar esses novos desafios de um novo tempo, a era da mobilidade.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os millenials lidam com diferentes dispositivos de comunicação, tais como celulares, *tablets*, *smartphones*, *laptops* e afins, e isso revela uma significativa mudança no processo de sociabilização. Não há dúvida que essa é a juventude que precisamos conhecer e compreender urgentemente, e também que é importante que nos conheçam, a fim de vislumbrarmos um futuro, seja profissional, seja pessoal. Os millennials veem de forma positiva a quebra de fronteiras que a mídia provoca em seu cotidiano e, para eles, a internet se tornou uma forma de suporte quase vital. Eles descrevem essas mídias como forma de liberdade e autonomia, como um espaço amplo para o exercício da liberdade de expressão e para a troca de ideias com outros jovens. Essa conquista da autonomia por meio da midiatização afeta também a vivência educacional, e essa autonomia se tornou a conquista de um espaço. Em resumo, concluímos que é por meio dessas transformações na vida cotidiana que os millennials conseguem se constituir como indivíduos num mundo cada vez mais tecnológico e multifacetado.

Necessita-se que ele possa ir além do mero manuseio instrumental, irrefletido e trivial das complexas possibilidades comunicacionais das redes digitais. É urgente a constituição de projetos educacionais que estimulem a ativação da concentração e da reflexão em profundidade simultaneamente à atenção difusa tão comum aos que vivem enredados nas múltiplas telas (BARBOSA, 2009, p. 76).

A partir das pesquisas realizadas para o mestrado, elaboramos algumas conclusões sobre nosso objeto. Optamos, então, por organizar nossas conclusões dentro de "*bullet points*" (pontos principais), que se mostraram ao longo das leituras, das discussões, das observações e das análises, pontos estes que se ajustam ao ensino superior do *bios* virtual.

1. Autoconhecimento = Autorrealização

Neste ponto, concluímos que a trajetória acadêmica, hoje, não é somente um período para adquirir novas habilidades técnicas e se preparar para o mercado, mas é também um tempo de amadurecimento intenso, às vezes um processo dolorido e frustrante de autoconhecimento diante de tantas variáveis. Pudemos concluir, assim,

ao término da pesquisa que a universidade poderia e (deveria) ser responsável por ajudar o aluno a se reconhecer, orientando-o a equilibrar seus desejos e sonhos com algo maior para servir (uma causa), a se transformar em agente importante de soluções glocais¹³. O jovem millennial precisa entender sua importância e função diante das questões que regem o mundo de hoje. É importante para ele não estar alheio.

Afinal, o que as universidades estão fazendo em inovação e originalidade na Educação? Bem, sobre essa questão, concluímos que o fato de existirem hoje departamentos tais como *Coaching*, que buscam solucionar um desequilíbrio pontual com tempo determinado, e departamento de “*Wellness*” (*bem estar*), com exercícios de meditação e yoga, para ajudar na concentração e ansiedade, e também disciplinas como Estética e Felicidade (Belas Artes), *Designing Your Life* (Stanford) e *Happiness* (Harvard), possibilitam a prosperidade ao aluno, não só financeira, mas de autorrealização. A trajetória acadêmica não é um tempo de exclusivo entretenimento, como esperado muitas vezes pelos millennials, mas pode ter, sim, um gosto doce de “desafio cumprido”.

2. Autonomia de estudo

Concluímos em nossa pesquisa que incentivar o aluno millennial ao estudo sem a necessidade absoluta de um professor ou qualquer tipo de prêmio ou nota ao final é condição *sine qua non* para a era digital. No *Bios Virtual*, aprender é um ato contínuo, e é preciso formar alunos capazes de manter o ritmo de pesquisa e interpretação, conhecimento e prática. Cabe à universidade a responsabilidade de ter em seu plano de ensino estratégias metodológicas que priorizem o “autoestudo”. Métodos que estão inseridos na Pedagogia Ativa, na qual o aluno é o protagonista do aprendizado, tais como o *Flipped Classroom*, *Peer Instruction*, Estudo de Caso e também as plataformas de ensino a distância, que, quando utilizadas com o propósito de excelência, são fundamentais na aquisição do conhecimento.

¹³ Para Adami (2010), vários autores utilizaram a noção de “glocalização” desde a década de 1980. O verbete tem seu sentido relacionado ao advento da internet e ao desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação, interagindo com os campos da economia, política e cultura a partir de processos de globalização e internacionalização.

3. Interdisciplinaridade

Este também é um ponto importante nas nossas conclusões ao término da pesquisa e surgiu a partir da pergunta: como irá um aluno lidar com o volume, ritmo e complexidade de assuntos que são próprios do *Bios Virtual* se as Matrizes Curriculares permanecem sendo construídas em forma de caixas fechadas? Concluímos, então, que é fundamental haver fluxo intenso entre planos de ensino, que exercícios e temas se sobreponham, que os alunos tenham que lidar com informações conflitantes sobre um mesmo tema e, assim, possam exercitar o poder da crítica, de reconhecer a sua própria voz, de buscar respostas a questões intelectuais e pessoais. A pergunta: “Professor, o que devo fazer?” deve ser respondida da seguinte forma: “Você encontrará suas próprias respostas, procure-as nos materiais e aulas que disponibilizamos a você”. O mundo hoje é inquieto e interdisciplinar, as matrizes também deveriam ser. O que nos ajudou a construir estas conclusões foram as experiências a respeito da educação na Finlândia (Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/internacional-40127066>>. Acesso em: 20 jan. 2018), onde todo o ensino do país começou a ser aplicado um novo método chamado “*Phenomenon Learning*” (aprendizado experimental). Segundo esse método, as aulas tradicionais são substituídas por projetos temáticos, nos quais os jovens se apropriam do processo de aprendizagem. Essas mudanças no sistema educacional da Finlândia trazem importantes mudanças para os docentes, que passam a ter um curso em construção e não fechado, aprendendo, assim, a trabalhar de forma colaborativa com os alunos e outros docentes de áreas diferentes. Toda essa transformação tem como objetivo desenvolver nos alunos as competências exigidas para o século XXI, tornando as aulas cada vez mais interdisciplinares. Esse novo método de ensino/aprendizagem fez com que a Finlândia entrasse para o *ranking* internacional de melhor educação e qualidade de ensino do mundo, realizada pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), que mantém uma lista da qualidade da educação¹⁴.

¹⁴ Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2012/11/121127_educacao_ranking_eiu_jp>. Acesso em: 20 jan. 2018.

4. Comunicação Global

Após observações no item 3.4 desta dissertação, foi possível considerar que algumas instituições estão empenhadas em reformular suas práticas pedagógicas com o intuito de aproximar seus alunos das reais necessidades que o mercado de trabalho atual exige. Alguns importantes resultados já podem ser vistos, como no caso da *Creative Colletibles*, projeto da Belas Artes, que aproxima o aluno de reais oportunidades de negócios. Possivelmente, os millennials são a última geração que não terá as habilidades de programação codificada advindas do ensino médio, portanto cabe à universidade preencher essa lacuna e preparar seus discentes nesse aspecto, que será crucial para os novos mercados do *Bios Virtual*. Há uma grande euforia e medo sobre a disrupção das profissões que ocorrerá com a chegada e a massificação da inteligência artificial, a internet das coisas, a realidade aumentada e a virtual. Todas as novas profissões, mesmo quando agindo localmente, terão que se interpretar globalmente para permanecerem atuantes. Apesar de o “Mandarim” ser a língua que mais cresce em quantidade, acreditamos que toda universidade brasileira deveria ter como currículo mínimo o bilinguismo em inglês para que seus alunos possam ser competitivos e sabedores do que ocorre em escala maior. Os millennials, no geral, já são bilíngues. Mas essa capacitação português/inglês, sem dúvida, seria transformadora para o futuro de todos os alunos universitários.

5. Empreendedorismo

Concluimos que este é um ponto fundamental para a geração millennials e outras no futuro: o empreendedorismo. Esta é uma palavra de ordem para o *Bios Virtual*, os alunos devem saber pesquisar se existe interesse em sua ideia, serviço ou produto, devem saber precificá-las, devem saber qual são seus possíveis mercados, feiras, investidores, desenvolver um “*bussiness plan*”, ter noção de questões contábeis e jurídicas. Devem estar preparados para vender sua ideia, serviço ou produto, ter a oratória condizente com a paciência escassa que os ouvintes atualmente apresentam, treinar o “*pitch*” é fundamental. Contar com elementos de comunicação alinhados e eficazes se tornou parte desde as profissões

doutrinarias e pragmáticas até as completamente criativas. Segundo John Howkins (2013, p. 23-39), consultor britânico, considerado o guru em economia criativa, estudar é um elemento-chave para o surgimento de novas ideias, tratando-se de uma fase autônoma, voluntária e contínuo.

6. Felicidade e Convicção

Como aperfeiçoar a liberdade e bem-estar sem a circunspeção do trabalho, da razão da educação? Como conceber um mundo material mais leve sem o esforço dos homens, sem a conquista da razão e da técnica? Toda educação fundada no princípio da leveza conduz ao fracasso. [...] A leveza é bela e desejável, mas não poderia ser estabelecida como princípio supremo que dirige a conduta do gênero humano (LIPOVETSKY, 2016, p. 31).

Nossa pesquisa mostrou que a busca pela felicidade é constante e inalcançável para os millennials. Acreditamos que isso se deve ao fato de estarmos todos diante de uma enorme onda de angústia, de frustração e de depressão, causadas por uma vida que se constrói através das mídias sociais digitais, que se reproduz nas famílias. O mundo perfeito da publicidade, servindo como modelo para a felicidade, gera insegurança e falta de autoestima, prejudicando o desempenho real de vida do jovem millennial. Daí a importância do autoconhecimento, advindo, entre outros, do aprendizado transdisciplinar.

7. Makers e Steam

A mente humana caracteriza-se pela criatividade, e a formação universitária deve ser acima de tudo formação para a criatividade, que consiste na síntese mágica de imaginação e concretude. A imaginação impele a voar alto: a concretude fornece as técnicas para calcular o voo e a rota, alcançando a meta sem se espatifar no chão (MASI, 2017, p. 488-489).

Nossas conclusões nos levaram também a este ponto, pois acreditamos ser importante para a geração millennial o “*mindset maker*”, ou seja, eles deveriam perceber que podem construir projetos complexos, paramétricos com maquinário simples e, às vezes, caseiro, em que o resultado pode ser reconhecido no mundo por meio dos órgãos de pesquisa ou simplesmente na rede comercial que se fortalece a cada ano. A metodologia “*maker*” (fazedor) demonstra que existe uma cadeia mundial conectada em rede, aproximando *makers* que buscam solucionar as

mesmas questões, cada qual com a sua parte da solução, em que, ao final, são todos responsáveis por fazer de uma ideia um produto inovador e barato. Contudo, o que conecta Humanas e Exatas é a habilidade de transitar no conjunto de saberes, conhecido como *STEAM* (*Science, Technologie, Engenier, Arts, Math*). O resultado da aplicação do *STEAM* interdisciplinarmente na universidade é o que proporciona o aparecimento dos *makers* e de outras lógicas que estão sendo aprendidas. Não existe mais a barreira entre quem nasceu para ser da área de Humanas ou de Exatas, a integração desses agentes é o requisito para as novas profissões, ainda não exploradas, as profissões do futuro. Observamos esta realidade atual e, acreditamos, futura: o habitat millennial.

8. Recursos Naturais

Concluimos que para o jovem millennial a natureza continua a ser uma fonte de inovação e a indústria é que deve se adaptar à natureza, não o contrário. A natureza, na verdade, é uma biblioteca a partir da qual a indústria pode aprender. Disciplinas como Biomimetismo, que estuda a tecnologia da natureza e a aplicabilidade desta para melhor performance de recurso natural, para o jovem millennial é fundamental.

REFERÊNCIAS

ADAMI, Antonio. Comunicación y Sociedade brasileña: Radio y cultura a debate. **Historia y Comunicación Social**, v. 18, p. 503-514, Universidad Complutense de Madrid, 2013.

_____. La industria de los medios de comunicación en Brasil, la cultura y los nuevos desafíos económicos y comunicacionales. **Anuario de la Comunicación 2012 - DIRCOM**, v. 1, p. 112, 2012.

_____. The radio in Brazil: **The size of the medium and the current stage of research**. In: Madalena Oliveira. (Org.). ECREA. Londres: Editora da Universidade de Cambridge, 2016, v. 1, p. 2-12.

_____. La teoria de las adaptaciones literarias y la sonosfera digital. In: Manuel Sande e Fidel López Criado. (Org.). **Programa XVII CILEC**. 1. ed. La Coruña: Andavira, 2016, v. 1, p. 1-15.

_____. Radio y Cultura Brasileña. In: César Fernández Fernández. (Org.). **Comunicando la Cultura y Ciencia recientes**. 1. ed. Madrid: Vision Libros, 2014, v. p. 19-32.

_____. **Enciclopédia Intercom de Comunicação**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom, 2010. (Verbete Glocalização)

ADAMI, Antonio; DIAS, Lúcia. As revistas de rádio no Brasil: décadas de 1920 a 1950. **Anais do Museu Paulista: História, Cultura e Material** (Impresso), 2018.

BARBOSA, Livia. **Juventude e geração no Brasil contemporâneo**. Porto Alegre: Sulina. 2012.

BARCELOS, Renato H; ROSSI, Carlos A. Vargas. Mídias sociais e adolescentes. Uma análise das consequências ambivalentes e das estratégias de consumo. **BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**. 11 (2):93 -110, abril/junho 2014.

BARGER, Christopher. **O estrategista em mídias sociais**. DVS Editora. 2013.

BAUMAN, Zygmunt. **Sobre educação e juventude**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

_____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 2007.

_____. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2008.

_____. **Capitalismo parasitário: e outros temas contemporâneos.** Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

_____. **Sociedade indivisualizada. Vidas contadas e histórias vividas.** Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BECK, Ulrich. **Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade.** São Paulo: Ed. 34, 2010.

BERGMANN; Jonathan; SAMS; Aaron. **Sala de Aula Invertida.** Uma metodologia ativa de aprendizagem. Rio de Janeiro: LTC, 2017.

BUENO, Wilson da Costa. **Estratégias de comunicação nas mídias sociais.** São Paulo: Manole Conteúdo, 2015.

CANCLINI, Nestor. **Consumidores e Cidadãos.** Rio de Janeiro: UFRJ Editora, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2007.

_____. **A era da informação: economia, sociedade e cultura.** São Paulo: Paz e Terra, 1999. 1 v.

_____. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.

_____. **O poder da identidade.** A era da Informação: economia, sociedade e Cultura. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

_____. **Inovação, liberdade e poder na era da informação.** In: MORAES, Dênis (Org.). *Sociedade Mediatizada.* Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

CHRISTENSEN, Clayton M.; ERYMG, Henry J. **A universidade inovadora: mudando o DNA do ensino superior de fora para dentro.** Porto Alegre: Bookman, 2014.

COSTA, Ana Célia. **Redes sociais. Estratégias de monitoramento.** Novaterra Editora e Distribuidora Ltda, 2015.

CREWELL, John W. **Projetos de pesquisa – métodos qualitativo, quantitativo e misto.** Penso; Edição: 3ª (26 de março de 2010).

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FERRARI, Pollyana. **A força da mídia social: interface e linguagem jornalística no ambiente digital**. 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

FINE, Allison H.; KANTER, Beth. **Mídias sociais transformadoras**. São Paulo: Editora Évora, 2011.

FORBES, Jorge; JUNIOR, Miguel R.; JUNIOR, Tercio S. F (Orgs). **A invenção do futuro: um debate sobre a pós-modernidade e a hipermodernidade**. Barueri, SP: Manole, 2005.

FREIRE, Costa, J.. **O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

GIBSON, William. **Neuromancer**. São Paulo: Aleph, 2008.

HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. São Paulo: DP&A, 2006.

HARARI, Yuval Noah. **Sapiens. Uma breve história da humanidade**. Porto Alegre: L&PM, 2017.

HOWKINS, John. **Economia Criativa**. Como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: M. Books do Brasil, 2013.

JUNIOR, Tercio Sampaio Ferraz. Possibilidades Virtuais da realidade: ontem e hoje. In: **A invenção do futuro: um debate sobre a pós-modernidade e a hipermodernidade**. Barueri, SP: Manole, 2005.

KEEN, Andrew. **Vertigem Digital - Por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando?**. São Paulo: Zahar, 2012.

KELLNER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In: MORAES, Dênis (Org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

LEVY, P. O que é o virtual? São Paulo: Editora 34, 1996.

LIPOVETSKY, Gilles; JUVIN, Hervé. **A globalização ocidental: controvérsia sobre a cultura planetária**. São Paulo: Manole, 2012.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LIPOVETSKY, Gilles. **A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

_____. **Da leveza: rumo a uma civilização sem peso**. São Paulo: Manole, 2016.

_____. **A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo**. São Paulo: Ed. Manole, 2012.

_____. **A felicidade paradoxal:** ensaio sobre a sociedade hipermoderna. Lisboa - Portugal: Ed. 70, 2007.

_____. **O Império do Efêmero:** a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MARTINHO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias sociais – linguagens ambientes e redes.** São Paulo: Vozes, 2014.

MASI, Domenico de. **Alfabeto da sociedade desorientada. Para entender o nosso tempo.** São Paulo: Objetiva, 2017.

MILANI, Débora R. da Costa. **Contemporaneidade e educações:** mídias digitais nas culturas juvenis. 2012. Tese (Doutorado em Educação Escolar) – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras, Campus de Araraquara, 2012.

MORAN, José Manuel. **Mudanças na comunicação pessoal:** gerenciamento integrado da comunicação pessoal, social e tecnológica. São Paulo: Paulinas, 2007.

MORAES, Dênis (Org.). **Sociedade midiaticizada.** Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MORENO, Manuel. **El gran libro del communit manager:** técnicas y herramientas para sacarle partido a las redes sociales y triunfar em social media. 5. ed. Barcelona: Gestión, 2014.

MORIN, Edgar. **Para onde vai o mundo?** 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

_____. **O Método 1. A natureza da Natureza.** 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2005.

_____. **Os Sete Saberes Necessários à Educação do Futuro.** 2. ed. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: Unesco, 2001.

_____. **A Cabeça Bem-Feita:** repensar a reforma, reformar o pensamento. 8. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

OLIVEIRA, Sidnei. **Geração Y:** o nascimento de uma nova versão de líderes. São Paulo: Integrate Editora, 2010.

PALFREY, John; GASSER, URS. **Nascidos na era digital:** entendimento a primeira geração de nativos digitais. Porto Alegre: Artmed, 2011.

POUPART, Jean Marie; GROULX, Lionel Henri; PIRES, Alvaro P. **A pesquisa qualitativa – enfoques epistemológicos e metodológicos.** 2. ed. São Paulo: Vozes, 2010.

REIS, Fábio (Org.). **Destruição criativa na educação superior.** Construindo modelos inovadores e sustentáveis para além da crise econômica. São Paulo: Cultura, 2017.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano: a cultura das mídias à cibercultura**. 4. ed. São Paulo: Paulus, 2010.

_____. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

_____. **Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013.

_____. **A cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.

SANTAELLA, Lúcia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais: a cognição do twitter**. São Paulo: Paulus, 2010.

SCHLEMMER, E.; LOPES, D. Q. Redes sociais digitais, socialidade e MDV3d: uma perspectiva da tecnologia-conceito ECODI para a educação online. In: LUPION, P. T.; WAGNER, P. R. (Orgs.). **Redes sociais e educação: desafios contemporâneos**. Porto Alegre: PUC/RS, 2012.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a educação: diversidade, descolonização e redes**. São Paulo: Vozes, 2012.

_____. **Antropologia do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. São Paulo: Vozes, 2008.

_____. Eticidade, campo comunicacional e midiatização. In: MORAES, Dênis (Org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital: como os jovens que crescem usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. Rio de Janeiro: Agir, 2010.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais**. Cases, conceitos, dicas e ferramentas. São Paulo: M. Books do Brasil, 2011.

TORRES, Patricia Lupion. **Redes e Mídias Sociais**. Curitiba: Appris, 2015.

VARGAS LLOSA, Mário. **A civilização do espetáculo: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.

YIN, Robert K. **Pesquisa quantitativa do início ao fim**. Porto Alegre: Penso, 2016.

ZABALA, Antoni. **Como Aprender e Ensinar Competências**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

Websites

ALMEIDA, Nara. **Zygmunt Bauman: Comunicação líquida**. Disponível em: <<http://www.fronteras.com/entrevistas/zygmunt-bauman-comunicacao-liquida-1424952791>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

AMARAL, Bruno. **Brasileiro usa o celular por mais de três horas por dia**. 2016. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/brasileiro-usa-celular-por-mais-de-tres-horas-por-dia/>>. Acesso em: 17 maio 2017.

BAIMA, Cesar. Executar várias tarefas ao mesmo tempo pode ser menos eficiente e mais estressante, alertam... **O Globo**. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/saude/executar-varias-tarefas-ao-mesmo-tempo-pode-ser-menos-eficiente-mais-estressante-alertam-2984928>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

BAUMAN, Zygmunt. **Há uma crise de atenção**. Disponível em: <<http://www.fronteras.com/noticias/zygmunt-bauman-ha-uma-crise-de-atencao>>. Acesso em: 11 fev. 2017.

BOTTON, Alain. **Entrevista à Filosofia**. 2011. Disponível em: <<http://www.fronteras.com/entrevistas/alain-de-botton-entrevista-a-filosofia>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

_____. **Uma vez concluída a educação formal, o noticiário é quem passa a nos ensinar**. Disponível em: <<http://www.fronteras.com/artigos/alain-de-botton-uma-vez-concluida-a-educacao-formal-o-noticiario-e-quem-passa-a-nos-ensinar>>. Acesso em: 17 maio 2017.

BRUGNOLO, Bruno. O desafio de usar a tecnologia a favor do ensino. **Gazeta do Povo**. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/educacao/o-desafio-de-usar-a-tecnologia-a-favor-do-ensino-ealmosyp83vcnzak775day3bi>>. Acesso em: 9 maio 2017.

GALILEU. **Geração Y**. Disponível em: <<http://revistagalileu.globo.com/Revista/Galileu/0,,EDG87165-7943-219,00-GERACAO+Y.html>>. Acesso em 22 jan. 2018

HOWKINS, John. **Economia criativa precisa de pessoas malucas**. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/economia/john-howkins-economia-criativa-precisa-de-pessoas-malucas/>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

IBGE. **Dados estatísticos sobre a população**. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/4794347/envelhecimento-da-populacao-do-brasil-deve-se-acelerar-aponta-ibge>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

IBGE. **Pesquisa TIC Domicílios** do NIC.br. e IBGE (PNAD 2005). Disponível em: <http://www.teleco.com.br/internet_usu.asp>. Acesso em: 20 jan. 2018.

INFANTE, David. **The hipster is dead, and you might not like who comes next.** 2015. Disponível em: <<http://mashable.com/2015/06/09/post-hipster-yuccie/#zjjm4Sygmq3>. 2015>. Acesso em: 9 mar. 2017.

INFOBASE INTERATIVA. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/infografico/64420-perfil-jovem-digital-brasil-infografico.htm>>. Acesso em: 17 dez. 2017.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Edital juventude vlogueira:** canais culturais na web. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/1158/-/asset_publisher/25kboHcWRYji/content/edital-juventude-vlogueira-canais-culturais-na-web/10883?_101_INSTANCE_25kboHcWRYji_redirect=http%3A%2F%2Fwww.cultura.gov.br%2F1158%3Fp_p_id%3D101_INSTANCE_25kboHcWRYji%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-1%26p_p_col_count%3D2>. Acesso em: 10 jul. 2017.

MORIN, Edgar. **É preciso educar os educadores.** Disponível em: <<http://www.fronteiras.com/entrevistas/entrevista-edgar-morin-e-preciso-educar-os-educadores>>. Acesso em: 10 maio 2017.

MORIN, Edgar. O bem-estar foi reduzido só ao conforto e aos recursos materiais e técnicos. **Jornal USP.** Disponível em: <<http://www.inclusive.org.br/arquivos/20638>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

PANCIERI, Jefferson. **Conhece os Yuccies?** Disponível em: <<http://gpsbrasil.com.br/news/p:0/idp:33029/nm:Conhece-os-yuccies/>>. Acesso em: 9 mar. 2017.

SASS, Erik. **2 Billion People Using Social Media.** Disponível em: <<http://www.mediapost.com/publications/article/247138/two-billion-people-using-social-media.html>. 2015>. Acesso em: 10 jan. 2017.

SAWAIA, Juliana; CASTELNAU, Laure. **Você sabe como falar com o jovem online?**. 2014. Disponível em: <<http://conecta-i.com/?q=pt-br/node/528>>. Acesso em: 16 fev. 2017.

SCHULER, Fernando; MAZZILLI, Mário. **Zygmunt Bauman - Identidade Pessoal.** Disponível em: <<http://www.fronteiras.com/videos/identidade-pessoal>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

VEJA. **Em ranking da educação com 36 países, Brasil fica em penúltimo.** Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/blog/impavido-colosso/em-ranking-da-educacao-com-36-paises-brasil-fica-em-penultimo/>>. Acesso em: 20 jan. 2018.