

Podemos aprovar sua cultura e sua mídia?



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

Mônica Pieniz

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS/RS/BR.
moni.poscom@gmail.com

Don Tapscott, presidente da empresa de pesquisa e consultoria *nGenera Innovation Network* e professor adjunto de administração na Universidade de Toronto, é autor e co-autor de 11 livros, entre eles *Wikinomics*, *Geração Digital* e *Plano de ação para uma economia digital*. O auto traz, em *A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos*, uma continuação de um pensamento relativo a gerações e sua relação com os meios e comunicação, neste caso a internet, num contexto estadunidense. Nesta obra está retratada a sua visão de atuação da geração digital, também chamada por ele como Geração Internet ou Y, na educação, organizações, consumo, família, política, democracia e sociedade civil – temáticas centrais do livro.

Primeiramente, para situar as gerações e os períodos históricos, o autor entende as últimas gerações da seguinte maneira: *Geração Baby Boom (geração TV)*: nascidos de janeiro de 1946 a dezembro de 1964. *Geração X*: nascidos de janeiro de 1965 a dezembro de 1976, também chamada de *Baby Bust*. *Geração Internet (Y ou digital, conforme o título do livro)*: nascidos de janeiro de 1977 a dezembro de 1997. *Geração Next (geração Z)*: nascidos de janeiro de 1998 até o presente – dez anos (agora, 12 anos, já que o original é de 2008, traduzido em 2010).

O autor faz um panorama geral das mudanças sociais decorrentes do comportamento da geração tematizada que chegou à maturidade. Os jovens da geração internet estão hoje adentrando no mercado de trabalho ou nas universidades e

isso tem mudado as formas até então existentes de atuação nestes espaços. Para embasar seus argumentos ele dispõe de dados da pesquisa realizada no projeto do livro. A sua equipe realizou pesquisas qualitativas, por meio da criação da comunidade *Grown Up Digital – Help me write the book* no Facebook com mais de duzentas pessoas para as quais foram solicitadas a partilha de histórias e opiniões. Muito integrantes da Geração Internet contribuíram com essa iniciativa. A rede global de 140 mil integrantes da Geração Internet no TakingItGlobal (www.takingitglobal.org) também hospedou uma série de discussões acerca do tema ao longo de vários meses. Além disso, a equipe realizou entrevistas com dezenas de especialistas relacionados aos temas tratados no livro, o qual também foi inspirado por um projeto chamado *The Net Generation: a Strategic Investigation*, onde quase dez mil pessoas foram entrevistadas pela equipe do autor, desde 1993. Estes dados colaboram na sua argumentação acerca da construção coletiva da presente obra.

O autor faz um panorama geral das mudanças sociais decorrentes do comportamento da geração tematizada que chegou à maturidade. Os jovens da geração internet estão hoje adentrando no mercado de trabalho ou nas universidades e isso tem mudado as formas até então existentes de atuação nestes espaços.

A relevância deste assunto está na evidência empírica da mudança de comportamento dos jovens a partir das possibilidades propiciadas pela internet. Em relação a isso, já na introdução, aparecem as dez principais críticas atribuídas a esta geração, o que foi traduzido como o *lado negro* (expressão criticável já que conota discussões raciais, e, o mesmo autor, diz, na sequência do livro, que a Geração Internet seria a mais tolerante à diversidade cultural): a burrice em relação à geração anterior; o grande tempo em que ficam grudados nas telas; a falta de vergonha ao se exporem e sua falta de senso de privacidade; a indecisão e o medo de escolherem um caminho, pois foram mimados em demasia pelos pais; a violação e roubo dos direitos autorais na internet; a intimidação de amigos pela internet; a violência dos jovens, semelhante à violência dos games; a falta de ética profissional e excesso de preguiça

que os tornam maus funcionários; o narcisismo e a falta de valores humanos.

Em contrapartida a estas críticas o autor expõe oito características que descrevem os integrantes da Geração Internet, e os diferenciam dos seus pais da geração *Baby Boom*: eles prezam a liberdade; querem personalizar as coisas; são colaboradores naturais; analisam minuciosamente as pessoas e empresas; insistem na integridade; querem se divertir sempre; veem a velocidade como algo normal e a inovação como parte da vida. Estas oito normas permearão cada uma das temáticas expostas no livro e colaborarão para, no final, voltar às dez críticas e contra argumentá-las.

Esta geração é tida como a primeira geração global da história e, além disso, é a primeira vez que as crianças puderam ensinar algo para os adultos – o manejo das tecnologias nas quais estão imersas desde o nascimento. Estas duas características fazem com que esta geração seja tão comentada, polemizada, pesquisada, elogiada e criticada. A atenção está voltada para ela em todos os âmbitos da sociedade.

Este é um período extraordinário da história humana. Pela primeira vez, a geração que está amadurecendo pode nos ensinar como preparar o nosso mundo para o futuro. As ferramentas digitais de sua infância e juventude são mais poderosas do que as que existem em boa parte das empresas americanas. Acredito que, se os ouvirmos e mobilizarmos, sua cultura de interação, colaboração e capacitação guiará o desenvolvimento econômico e social e preparará este planeta cada vez menor para um futuro mais seguro, justo e próspero. Nós podemos aprender a evitar e a controlar o lado negro – algo previsível em todo novo meio de comunicação – com mais eficácia (2010, p. 18).

A estrutura de exposição dos temas está organizada em três partes respectivamente: *Conheça a Geração Internet, Transformando Instituições e Transformando a Sociedade*. Na primeira parte, após a introdução e contextualização da importância do estudo o autor expõe quatro capítulos. O primeiro aborda a chegada da Geração Internet à maturidade, enquanto o segundo explica a imersão em bits sofrida por esta geração. Na sequência há o capítulo que retoma as oito normas postas na introdução e as esmiúça de forma a ser a ideia que embasa os demais capítulos em relação às temáticas centrais do livro. Em cada capítulo

da segunda e da terceira parte há sete dicas que resumem a postura da Geração Internet em relação à temática discutida. Já no último capítulo da primeira parte, o cérebro da Geração Internet é tematizado, abordando a estrutura cognitiva dos jovens que adentram o mercado de trabalho, a universidade e a participação democrática e cidadã.

Esta geração é tida como a primeira geração global da história e, além disso, é a primeira vez que as crianças puderam ensinar algo para os adultos – o manejo das tecnologias nas quais estão imersas desde o nascimento. Estas duas características fazem com que esta geração seja tão comentada, polemizada, pesquisada, elogiada e criticada.

Na segunda parte, os quatro capítulos abordam a maneira de convívio dos jovens diante da educação, das organizações onde trabalham, na sua postura enquanto consumidores e na sua relação com a família. Como estudantes estes jovens exigem uma mudança na forma de ensino, pois seu aprendizado já não depende totalmente das instituições formais de educação. Entre elas, a interatividade, o foco no aluno, a personalização do ensino conforme as habilidades de cada estudante, o espaço para discussão, colaboração e criação.

Nas organizações, enquanto funcionários, o grande desafio é o choque de gerações, onde os jovens representariam uma força irresistível encontrando um objeto estático. Diante disso há a grande migração dos jovens em busca de novas experiências no mercado. Aí as oito normas preveem a liberdade de local de trabalho, o trabalho como a própria vida, a investigação dos valores organizacionais, a cobrança de integridade por parte da conduta empresarial, o trabalho em equipe, a diversão, a velocidade nas ações e a permanente inovação. É uma gestão que carece de laços de relacionamento e motivação, e não apenas laços formais provenientes de contratos.

No momento do consumo a postura dos jovens não difere muito no nível de exigência. A grande mudança é do consumo à colaboração na produção, de *consumers* à *prosumers* (termo que indica uma junção nos papéis de produtores e consumidores). O boca a boca é potencializado pelas possibilidades de interação na internet e

esta geração está ligada nisso tanto para protestar contra produtos e serviços, como para apoiar e colaborar com as iniciativas do mercado vistas positivamente – dentro dos padrões de integridade verificados nas investigações da Geração Internet. Neste ponto há uma grande mudança a ser encarada por publicitários e relações públicas, pois os clientes, e não as empresas, é que controlam as ações de comunicação.

Estes jovens, como filhos, foram muito bem cuidados pelos seus pais, que possivelmente tentam compensar a falta de liberdade que vivenciaram em sua infância e juventude. Os pais, inclusive, são considerados super protetores, “pais-helicópteros” que pairam sobre os filhos mesmo quando já estão crescidos. Entretanto, na juventude, o *baby boomer* encontrava a liberdade fora de casa enquanto que os jovens da Geração Internet a encontram dentro de casa, no seu mundo on-line ou em família. Mas aí entram os perigos da intimidação on-line por parte dos colegas e o perigo de crimes por meio da internet. A Geração Internet é considerada inovadora da hierarquia familiar, pois hoje os jovens são o centro da família – lugar que antes era ocupado pelo pai – o que vem acompanhado de uma valorização intensa do espaço familiar, de acordo com as suas oito normas.

Na última parte o foco é nas transformações sociais, onde os jovens aparecem como engajados em movimentos sociais e melhorias. Aí o engajamento cívico e o ciberativismo são palavras-chave. O case do Obama, na política, é o grande destaque junto com suas estratégias de engajamento de jovens. Uma geração que passou de ação cívica à ação política, com o exemplo de um candidato e de uma campanha que refletiram as normas da Geração Internet.

No tema ciberativismo, as pesquisas globais mostram que os jovens têm valores sólidos e se importam com o próximo. A pesquisa do Instituto de Pesquisa sobre Educação Superior (HERI) mostra o crescimento de atividade de voluntariado nesta geração e sua adesão a causas sociais, ambientais e políticas. Em 2008, mais de 90% dos jovens dos Estados Unidos entre 16-19 anos faziam trabalho voluntário. O que colabora para contra argumentar acerca das acusações de narcisismo extremo desta geração. A internet é utilizada para fazer do mundo um lugar melhor.

Após lançar todas estas informações, o autor conclui dando uma perspectiva de futuro. Aí ele retoma as críticas feitas à geração e postas na

introdução e dá seu parecer final, de apoio e de alertas à Geração Internet. Dentre as defesas aos jovens há o seu grande anseio e prática de partilhar informações, e por isso não ser uma geração burra. Esta é a geração mais sociável de todos os tempos, por isso não é viciado em telas de forma a descuidar da vida social. A privacidade, sim, é um problema ainda não resolvido e carece de atenção e discussão.

A questão dos direitos autorais e acusações de roubos ligadas à música, por exemplo, mostra que os jovens podem estar mudando o modelo de negócio – fato que não está sendo bem administrado, pois só se discute juridicamente, e não “geracionalmente”; e quanto ao plágio as pessoas plagiadoras estão plagiando ainda mais – o que acontece na internet pode ser apenas uma potencialização do que aconteceria sem a internet, os valores humanos é que devem ser discutidos e não somente os aspectos de faixa etária. A intimidação também sempre existiu, e com a internet é bem mais fácil de detectar um intimidador, e, o intimidado deve desenvolver formas de defesas, on-line e off-line.

Quanto à violência, pesquisas mostram que a criminalidade tem caído drasticamente. Os jovens buscam o julgamento por seus méritos e não por sua presença física no trabalho. Os jovens são mimados e, por isto, a sugestão é engajar justamente os seus pais para torná-los funcionários ou alunos melhores. E não são narcisistas,

pois pensam muito no próximo e na colaboração.

Finalmente, Tapscott explica que temos medo do que não entendemos. “Até certo ponto, os adultos sempre desconfiaram dos jovens. Uma tábua suméria cuneiforme de aproximadamente 2.000 a.C. diz: ‘A nossa civilização estará fadada à destruição se permitirmos que as ações inéditas das nossas gerações mais jovens continuem’” (2010, p. 366). E termina apoiando a geração pesquisada e afirmando que o que está surgindo não é o narcisismo, a burrice, o distúrbio de déficit de atenção dos jovens ou a violência geracional. É a *NGenofobia* – medo irracional e mórbido da juventude.

Há um embate geracional e uma escolha a ser feita: permitir ou negar-lhes a partilha do poder.

Os integrantes da Geração Internet podem não estar desafiando seus pais, mas certamente estão desafiando as instituições que os *baby boomers* comandam. “Teremos a sabedoria e a coragem de aceitá-los, de aprovar sua cultura e sua mídia? Seremos eficazes ao oferecermos nossa experiência para ajudá-los[...]?[...] Acho que o mundo será melhor se o fizermos” (2010, p. 373). Há um embate geracional e uma escolha a ser feita: permitir ou negar-lhes a partilha do poder.