

**JUVENTUDES  
CONECTADAS? Um  
olhar sobre o  
panorama brasileiro**

CONNECTED YOUTHS: a Brazilian  
overview

JUVENTUDES CONECTADAS: una  
mirada hacia el panorama  
brasileño

**Rita Virginia Argollo<sup>1</sup>  
Verbena Córdula Almeida<sup>2</sup>  
Rodrigo Bomfim Oliveira<sup>3, 4</sup>**

## RESUMO

Por entender que para se falar de juventudes é necessário compreender o contexto social e cultural em que estão inseridas, propomos uma reflexão conceitual sobre o tema, problematizando a relação dos jovens brasileiros com a cibercultura. A intenção é, a partir de dados atuais e referencial teórico que

<sup>1</sup> Graduação em Jornalismo, pela Universidade Federal da Bahia; especialização em História Regional, pela Universidade Estadual de Santa Cruz; mestrado e doutorado em Educação pela Universidade Federal da Bahia. Professora na Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC). E-mail: [rvargollo@yahoo.com.br](mailto:rvargollo@yahoo.com.br).

<sup>2</sup> Doutora em História e Comunicação no Mundo Contemporâneo pela Universidade Complutense de Madri (UCM). Professora Associada da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC). E-mail: [profverbenacordula@gmail.com](mailto:profverbenacordula@gmail.com).

<sup>3</sup> Doutor em Cultura e Sociedade pelo Instituto de Humanidades Artes e Ciências Prof. Milton Santos (IHAC) da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Mestre em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC) e graduado em Comunicação Social (Jornalismo e Publicidade & propaganda) pela Universidade Vale do Rio Doce (UNIVALE). Professor Adjunto do curso de Comunicação Social - Rádio e TV da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC). E-mail: [ro.bomfim@gmail.com](mailto:ro.bomfim@gmail.com).

<sup>4</sup> Endereço de contato dos autores (por correio): Universidade Estadual de Santa Cruz, Departamento de Letras e Artes. KM 16 - Rodovia Ilhéus-Itabuna, Salobrinho, CEP: 45662-900 - Ilhéus, BA – Brasil.

perpassam a cibercultura em interface com a construção social das juventudes historicamente, a partir de autores como GROPPPO (2000), NOAVES (2007), entre outros, compreendermos quem está, de fato, conectado no país, os usos que vêm fazendo da internet e, conseqüentemente, o significado concreto desses usos para o processo de geração de tecnologia, de emprego, renda e, sobretudo, de melhores condições de vida para a população em geral.

**PALAVRAS-CHAVE:** Juventudes; millennials; acesso à internet; cibercultura; inovação.

#### **ABSTRACT**

By the understanding that to speak about the youths it is necessary to comprehend the social, cultural context and whereabouts they take place, we propose therefore one conceptual analysis about the subject, by discussing the relation that the Brazilian youth people have with cyberculture. The purpose of the study is, throughout the updated collected data and the theoretical reference about cyberculture, in interface with the social construction of youth, from author such as GROPPPO (2000), NOVAES (2007), among others, we figure out who is, actually, connected in the country and the use they do from the internet.

**KEYWORDS:** Youths; millenials; internet access; cyberculture; innovation.

#### **RESUMEN**

Por entender que para hablar de juventudes es necesario comprender el contexto social y cultural en que ellas están insertadas, proponemos una reflexión conceptual sobre el tema, problematizando la relación de los jóvenes brasileños con la cibercultura. La intención es, a partir de datos actuales y referencial teórico que atraviesan la cibercultura en interfaz con la construcción social de las juventudes históricamente y de autores como GROPPPO (2000), NOAVES (2007), comprender quién está, de hecho, conectado en el país, los usos que vienen haciendo de internet y, conseqüentemente, el significado



ISSN nº 2447-4266

Vol. 5, n. 2, Abr-Jun. 2019

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2019v5n2p459>

concreto de esos usos para el proceso de generación de tecnología, de empleo, de renta y, sobre todo, de mejores condiciones de vida para la población en general.

**PALABRAS CLAVE:** jóvenes; generación millennials; acceso a internet; cibercultura; innovación.

Recebido em: 19.01.2019. Aceito em: 19.03.2019. Publicado em: 01.04.2019.

## Introdução

É possível, na contemporaneidade, falarmos em juventude (no singular)? Quando consideramos os variados aspectos culturais, históricos, sociológicos e filosóficos que permeiam a vida dos seres humanos naquelas idades comumente identificadas como juvenis, não devemos deixar de fora quão complexas podem ser e, portanto, quão carregadas de singularidades, o que, necessariamente, nos obrigam a pensá-las a partir de uma perspectiva pluralista.

Assim, quando nos referimos a esses conjuntos de seres humanos devemos fazê-lo de modo a abandonar a divisão ideológica gerada a partir da hierarquização entre as parcelas mais jovens e mais velhas de cada sociedade; ou, mesmo, deixar de lado a contumaz relação estabelecida entre juventude e rebeldia, as quais acabam por minimizar a dialética existente nesse processo de construção do ser que, para usar uma expressão antropológica, está na “liminaridade” entre a vida de criança e a de adulto.

Essa minimalização, essa tendência ao reducionismo parece desembocar em uma tentativa de igualar os sujeitos a um conjunto de anos já vividos, excluindo, desse modo, uma série de características, de traços, de personalidades, de comportamentos que os diferenciam e os tornam ímpares e ao mesmo tempo plurais.

Por isso, compreendemos que não devemos nos referir à juventude, mas às juventudes, principalmente por considerarmos o contexto social e cultural em que estão inseridas. Neste sentido, propomos no presente trabalho uma reflexão conceitual sobre o tema, a partir da problematização da relação dos jovens brasileiros com a cibercultura, com o objetivo compreender quem

realmente está conectado no país, assim como o que faz com o acesso à internet e, conseqüentemente, o que esse fazer significa para o processo de geração de tecnologia, de emprego de renda e, sobretudo, de melhores condições de vida para a população em geral.

### **Aspectos conceituais sobre juventudes e sua instabilidade operativa e conceitual**

É possível afirmar que a diversidade inerente aos modos pelos quais as juventudes são vivenciadas são construções históricas e sociais e não meramente uma condição etária, própria de determinado ciclo de vida. Cada época e cada cultura postulam diferentes maneiras de ser jovem, sobre determinadas situações sociais e culturais específicas. Assim, juventudes são conjuntos de ideias e, ao mesmo tempo, uma situação social (GROPPO, 2000).

Os jovens estão presentes nas representações midiáticas, nas contra narrativas do grafite, da música e nas narrativas de si na internet. Olhar para a diversidade desses sujeitos na atualidade é crucial para elaborar questões a partir dos anseios de cada segmento juvenil e evitar generalizações conceituais, que podem ser impedimentos na resolução das dificuldades enfrentadas por eles.

Para isso, é necessário ponderar os dois critérios, tanto o social quanto o etário, quando falamos das juventudes. O social, porque a partir dele podemos entender as diversas características sociais e significados das vivências juvenis, e o etário, já que através dele que a fase foi institucionalizada (GROPPO, 2000, p. 12). É no social que estão as ideias a respeito das parcelas juvenis presentes nos noticiários ou na ficção, ideias que resultam em muitas trajetórias. Seja na negação dessa representação ou na absorção dela, os jovens, de uma forma ou

de outra, internalizam as expectativas de toda a sociedade a respeito da juventude e somam essas ideias a que eles possuem da própria condição.

Bourdieu (1993) aponta o “ser jovem” como resultado de uma divisão ideológica a partir da relação de poder entre os jovens e os mais velhos. Ao definir o que é ser jovem, as parcelas mais velhas delimitavam o espaço desses indivíduos e tomavam para si a responsabilidade e o poder sobre eles, através da restrição etária do conhecimento. Por outro lado, com uma narrativa onde muitas afirmações são feitas a respeito dos jovens tanto nos produtos ficcionais quanto nos noticiários, os meios de comunicação colaboram para a diminuição de poder e autonomia desses sujeitos. E, diante dessa limitação imposta para os jovens, é de se esperar que exista na sociedade uma ideia de que a juventude é um problema social a ser resolvido.

No âmbito brasileiro a desigualdade social que faz com que a juventude como fase de vida não seja dada somente pela faixa etária, já que a condição é vivida precariamente por muitos indivíduos. Muitos jovens têm que cada vez mais cedo lidar com responsabilidades anteriormente entendidas enquanto da vida adulta como casamento, filhos e trabalho (NOVAES, 2007). Para não cair no equívoco de desconsiderar esses indivíduos na elaboração de uma representação a respeito da juventude, deve-se lembrar de estar nessa fase de vida faz com que eles sejam adultos para algumas coisas e crianças para outras como colocado por BORDIEU (1993), o que mostra que o grupo juvenil pode ser unido pela faixa etária e, ao mesmo tempo, separado pelas condições sociais.

A condição marcada pela faixa etária e pelos aspectos sociais desagua na cultura, sendo esse o ponto de partida para entender o que significa ser jovem na atualidade, somados ao aspecto econômico e a sensibilidade tecnológica. As culturas juvenis funcionam como espaços de enunciação e, por associação, de

reinvidicação e articulação de pautas comuns. Deve-se olhar para esse espaço de transferências, seja a partir da socialização, da produção artística ou das novas tecnologias, que se deve direcionar o olhar para construir novas perspectivas de representação desses indivíduos. É na cultura que o jovem constrói a si mesmo, sendo a vivência cultural um processo central dessa fase da vida.

São os jovens os protagonistas do tempo presente a que se refere este artigo, com todas suas multiplicidades, desigualdades e sensibilidades frente a nova realidade social e tecnológica dos meios de comunicação. O que nos instiga a investigar aqui é: os jovens brasileiros estão conectados? Como estão? Que uso fazem? Utilizaremos uma reflexão teórica e levantamentos estatísticos de fontes oficiais a respeito da presença desse jovem na Internet.

### **Juventudes no contexto da cibercultura**

Quando falamos em juventudes, entendemos ser primordial também compreender esse contexto em que elas vivem. Ainda no final da década de 1990, o pesquisador canadense Tapscott (1999), a partir das vivências com os filhos pré-adolescentes, notou que havia algo diferente ocorrendo e que isso se notava nas potencialidades que despontavam em seus filhos. Logo percebeu que eles não tinham nada de especial, mas, sim, surgia uma geração com potencialidades diferenciadas.

Na tentativa de traçar um perfil desse público, Tapscott (1999) ouviu cerca de trezentas crianças e jovens (de quatro a 20 anos). "Cheguei à conclusão de que a característica que definia a geração daqueles jovens era o fato de serem os primeiros a crescer em um ambiente digital" (TAPSCOTT, 2010, p. 10).

O autor falava da Geração Next (ou Geração Z). Hoje, lidamos com os Millennials (ou Geração Y), nascidos a partir do ano 2000.

Se pensarmos que falamos de pessoas que já nasceram convivendo com a internet e dispositivos digitais, a despeito dos riscos e/ou desafios enfrentados, nos deparamos com indivíduos que crescem em um momento que lhes favorece o desenvolvimento de outras habilidades.

O fato de ter crescido em um ambiente digital causou um impacto profundo no seu modo de pensar, a ponto de mudar a maneira como o seu cérebro está programado. E, embora apresente desafios significativos para os jovens – como lidar com uma quantidade de informações ou garantir o equilíbrio entre o mundo digital e o mundo físico –, essa imersão digital em geral não os prejudicou, foi algo positivo (TAPSCOTT, 2010, p. 20).

O autor justifica acrescentando que se trata de indivíduos que, por exemplo, são mais tolerantes em relação à diversidade racial e mais espertos e rápidos que os das gerações anteriores remodelando as instituições, o mercado de trabalho, a política e a educação. Se, por um lado, os que pertencem a períodos até o Baby Boom (1977-1997) tiveram o privilégio de assimilar gradativamente as transformações tecnológicas, acumulando experiências do vinil ao mp3 e da televisão preto e branco à TV na web, os Millennials nascem e crescem imersos na lógica Google de busca e armazenamento na nuvem.

A cibercultura, esse movimento cultural que emerge do ciberespaço e permeia o nosso cotidiano, nos leva a olhar para os processos de criação de produtos comunicacionais como nunca antes havíamos imaginado. Distante da visão apocalíptica (ECO, 1987) de fim de uma mídia em detrimento de outra, os meios de massa, hegemônicos, passam a dividir público com a mídia pós-massiva (LEMOS, 2010) em ambientes de construção colaborativa, como os que



se tornaram possíveis com o advento da web 2.0, e mecanismos como os *peer-to-peer*, descritos por Castells (2006) como *Mass Self Communication* (a intercomunicação individual).

A Mass Self Communication constitui certamente uma nova forma de comunicação em massa, porém, produzida, recebida e experienciada individualmente. Ela foi recuperada pelos movimentos sociais de todo o mundo, mas eles não são os únicos a utilizar essa nova ferramenta de mobilização e organização. A mídia tradicional tenta acompanhar esse movimento e, fazendo uso de seu poder comercial e midiático, passou a se envolver com o maior número possível de blogs. (CASTELLS, 2006, s/p).

Mídia tradicional e produtores independentes ocupam o ciberespaço e traçam um novo desenho comunicacional contemporâneo. De olho nesses jovens – ou sendo criados por eles – surgem produtos específicos para plataformas como Twitter, Snapchat e *stories* do Instagram. A ocupação desses espaços por atores sociais está na base da estrutura em rede.

É o que Lemos (2007) chamou de princípios da cibercultura: liberação da emissão, uma vez que não interessa mais aos indivíduos apenas ser crítico do que consome (no modelo *broadcasting*), mas gerar conteúdo; conexão generalizada e aberta, na medida em que é possível de se juntar aos pares (potência política, social, cultural); e reconfiguração cultural, por meio de livros, música, cinema, direito autoral (com iniciativas como a do *Creative Commons*), cultura *remix*, produção e consumo *on demand*, por *streaming*.

A comunicação pós-massiva reconfigura as relações, que se estendem (ou só existem) nas redes sociais; desafia a educação, que se vê forçada a buscar novos caminhos uma vez que manter um jovem sentado por 110 minutos para aula expositiva se apresenta como um modelo falido; o comércio, que ganha

impulso com o meio eletrônico. A potência da cibercultura é, assim, a conversação. A emissão só faz sentido coletivamente, por meio da cultura da participação (SHIRKY, 2010), e em rede. Para além de emitir, é preciso conectar, compartilhar, com base no que Pretto (2017) reafirma como sendo uma ética *hacker*, que busca fortalecer as redes e os nós que a constituem com vistas a transformações sociais efetivas.

No sentido do crescimento, importância e penetração da rede mundial de computadores, Lemos (2015) chega a dizer que a cibercultura já faz parte do nosso cotidiano e que é, mesmo que em graus diferenciados de potência e uso, realidade na maioria dos países.

Alguns sugerem que falar em ciberespaço, ou Internet, nem faça mais sentido. Estamos caminhando para a ubiquidade total das redes e para o seu “desaparecimento”, para o seu retraimento em um fundo de coisas conectadas e mineração de dados (LEMOS, 2015, p. 10).

No entanto, buscamos aqui propor alguns aspectos para problematizar essa conexão. Em primeiro lugar, partindo do princípio de que as juventudes teriam mesmo acesso à internet, onde e com quem estariam conectadas? Em uma bolha, controlada por algoritmos? Estar conectado seria viver (e consumir) conforme o que aparece na *timeline*? Nesse sentido, que conformação de visão de mundo estaríamos forjando?

Em segundo, o que estão reproduzindo? *Fake News*, carecendo de contra-argumentação/contradiscurso, reforçando estratégias sustentadas por pessoas pagas, perfis com zero seguidores e geridos por meios de robôs? É importante refletir sobre a quem interessa intensificar este estado de vulnerabilidade e medo social e esse agendamento de pautas em que todos tendem a discutir em torno das mesmas coisas?

Imprescindível, em qualquer grau, que os indivíduos (aqui mais especificamente os jovens) estejam atentos para o que está por trás de cada mensagem, entendendo notícia como mercadoria (e poder) e a subjetividade inerente aos processos comunicacionais humanos (MARCONDES FILHO, 2009). Se pensarmos ainda na perspectiva da cibersegurança, onde estão tantos dados disponibilizados para alimentar a rede? Onde está a nuvem que os abrigam? Nessa perspectiva de geografia da internet, a quem pertencem os *backbones*<sup>5</sup>? Um último elemento a se acrescentar aqui, se refere a uma provocação trazida por Sibilia (2008) ainda na época do Orkut, que é a rede como “show do eu”, essa imagem que construímos e queremos que nos represente – muitas vezes, bem distante da vida como ela é. Deste modo, a partir da realidade brasileira principalmente, é fundamental que se pense para que servem as redes sociais – e a internet de uma maneira mais ampla.

A rede são nós e somos nós. O que fazemos dela. Assim, nos basta uma *self* para mostrar onde estamos, o que fazemos, comemos, quem está ao lado da fotografia no combate à nossa solidão ou nos interessa também a outra rede que possibilita a articulação de pares, em *flash mobs*, por exemplo, ou a luta por ideias e ideais?

Além disso, faz-se necessário outro questionamento: toda essa conectividade, toda essa capacidade para comunicar tem refletido, no caso brasileiro, em estratégias, ferramentas e possibilidades efetivas para alcançarmos melhorias no mundo do trabalho e do emprego, das

---

<sup>5</sup>*Backbone* significa “espinha dorsal”, e é o termo utilizado para identificar a rede principal pela qual os dados de todos os clientes da Internet passam. É a espinha dorsal da Internet. Disponível em < <https://www.tecmundo.com.br/conexao/1713-o-que-e-backbone-htm>>. Acessado em 01 nov. 2018.

oportunidades de crescimento social e individual com vistas a um Brasil com melhor qualidade de vida para todos e todas?

### **Conexão x eficiência: o caso do Brasil**

É fato que a população brasileira cada vez mais tem acesso à internet. As pesquisas demonstram uma evolução nesse quesito, mas é preciso que respondamos a alguns questionamentos, tais como: quem tem acesso à rede? O que, de fato, se faz com esse acesso? E em que medida isso contribui para o desenvolvimento do país?

Conforme atesta pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>6</sup>, divulgada em fevereiro de 2018, 116 milhões de pessoas estão *online* no país, o equivalente a 64,7% da população. Desse total, 85% de jovens na faixa etária de 18 a 24 anos têm acesso à rede. Ainda conforme a mesma pesquisa, a maioria das pessoas conectadas o faz através dos *smartphones*, um total de 94,6%. A pesquisa revela, também, que a escolaridade influencia o número de acesso: entre pessoas com curso universitário completo, o percentual é de 95,7%, diferentemente do que ocorre entre pessoas com Ensino Médio completo, cujo percentual cai para 84,1%. A redução é ainda maior entre pessoas com o Ensino Fundamental completo, cujo percentual é de apenas 43,6%.

Outros dados são revelados pela mesma pesquisa, como o fato de apenas ¼ ou 75% das pessoas que estudam na rede pública não terem acesso à Internet, o que contrasta quando o público passa a ser estudantes de instituições privadas de ensino, cujo percentual é de 97,4%, ou quase a

---

<sup>6</sup>Comunicação ponto a ponto, não necessariamente envolvendo um cliente e um servidor, mas os diversos nós que compõem uma rede.

totalidade. Além de questões referentes a classe social e escolaridade, a pesquisa aponta diferenças entre as regiões do País: enquanto o Sul e Sudeste têm 76,7% e 74,7% de pessoas conectadas à rede, respectivamente, no Norte e no Nordeste esses números caem para 62,4% e 56,6%, nessa mesma ordem. No Centro-Oeste o percentual é de 71,3%, região que acompanha, portanto, o Sul e o Sudeste.

Porém, o dado mais significativo dessa pesquisa do IBGE diz respeito à quantidade de pessoas que ainda não tem acesso à rede. Um total de 63 milhões de brasileiros e brasileiras estão *offline*, o que significa afirmar 3 de cada 4 pessoas. E os motivos são variados: desde o fato de não estarem habilitadas para essa tecnologia, passando pela falta de interesse, chegando até a carência de recursos financeiros para bancar o acesso à rede. Essa pesquisa divulga, ainda, dado interessante para refletirmos acerca do significado de “estar conectado(a)”: 94% das pessoas afirmam usar a rede fundamentalmente para trocar mensagens por aplicativos; 76% para assistir a filmes, séries ou programas.

Além desses dados específicos sobre acesso à internet, é importante ressaltarmos a taxa de analfabetismo em no País, que, conforme o mesmo IBGE, a partir de dados divulgados em 2017, é de 11,8 milhões de pessoas. Além disso, o Instituto divulga que 25 milhões de jovens entre 14 e 29 anos estão fora da escola. Romero (2017) afirma que, além do sistema de ensino, outros fatores são primordiais:

A deterioração do ensino é um problema geral, mas dois aspectos do problema são de particular importância para o futuro da atividade científica e tecnológica do País: o primeiro se relaciona com a futura provisão de pesquisadores que

participem e contribuam com o avanço científico e tecnológico; o segundo se relaciona com o nível de competência e cultura científica da sociedade como um todo. Em ambos os casos, a situação brasileira não permite ser otimista em relação ao futuro (ROMERO, 2017, p. 3).

Para Romero (2017) é um grande entrave o fato de o Brasil não figurar entre os países que contribuem com mais de 1% do conhecimento científico internacional; e fundamenta ao comparar a relação de patentes por artigos científicos publicados: enquanto nos países chamados desenvolvidos a média é de duas patentes por *paper* publicado, nos países em desenvolvimento do continente asiático essa relação é de dois artigos por cada patente; no Brasil, no entanto, essa relação é de uma patente para cada quarenta artigos. Ainda para este mesmo autor:

Localizada em contextos econômicos e sociais e subordinada a uma concepção de desenvolvimento, a inovação tecnológica passou a ser considerada como elemento importante de um processo "sócioorganizador" através do qual os conhecimentos científicos se transformariam em produtos e serviços para atender às necessidades do aparato produtivo e da sociedade. Nessa perspectiva, o problema central no campo da ciência e tecnologia seria criar "soluções tecnológicas" adequadas às aspirações e possibilidades de uma sociedade em função da sua concepção de desenvolvimento (ROMERO, 2017, p. 4).

Todos os dados supracitados servem como parâmetros para pensarmos, por exemplo, questões que fazem dos países do mundo mais ou menos inovadores. Pesquisa realizada pela Universidade de Cornell, Estados Unidos,

(2018), que mede o Índice Global de Inovação<sup>7</sup>, aponta que o Brasil ocupa a 64<sup>a</sup> posição no *ranking* mundial quanto a esse quesito, o que significa uma escalada de cinco posições se consideramos a 69<sup>a</sup> colocação na pesquisa realizada em 2017 pela mesma instituição. Ainda que o país tenha avançado no último ano, ocupa posição muito inferior em relação aos países que estão no topo da mesma pesquisa (Suíça, Países Baixos, Suécia, Reino Unido). Mesmo considerando apenas os países latino-americanos e caribenhos, o Brasil aparece na 6<sup>a</sup> colocação. Os três primeiros colocados são Chile, Costa Rica e México.

Rayan (2018, p. 9)<sup>8</sup> afirma que inovar está no cerne de qualquer solução para os desafios presentes no mundo contemporâneo, o que pode ser alcançado através da criação de novas tecnologias ou do desenvolvimento de novos modelos de negócios que convertam o mundo mais eficiente e interconectado. E isso requer múltiplos esforços dos países, seja do ponto de vista da iniciativa do próprio Estado, através, principalmente, de suas instituições educacionais e científicas; seja do ponto de vista da iniciativa privada, com atividades dirigidas ao alcance dessa meta; ou, em uma terceira opção, a junção de esforços de ambos os setores.

Para Borges et al. (2015), o conhecimento é matéria-prima imprescindível ao processo de inovação. De acordo com Unger e Polt (2017), o triângulo do conhecimento, ou KT, ganhou importância nos últimos anos como um quadro de políticas de inovação especialmente na Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e na União Europeia, porque considera um sistema integrado de abordagens que interligam pesquisa, educação e inovação. De acordo com Turchi e Morais (2017, p. 55), "sem um esforço

---

<sup>7</sup>Global Innovation Index (GII). Disponível em: <<https://www.globalinnovationindex.org/Home>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

<sup>8</sup>Presidente da PwC, EUA.

conjunto e cooperativo entre os setores público e privado dificilmente o Brasil conseguirá sustentar ciclos longos de elevação da produtividade e promover uma alteração profunda da estrutura produtiva”.

Conforme Andrade e Menezes (2018, p. 11)<sup>9</sup>, a adoção de soluções tecnológicas suportadas por ferramentas digitais é um importante direcionador para estratégias de negócios e políticas governamentais no médio e longo prazos. Para eles, há que se destacar três tendências, quais sejam: fomentar o gerenciamento inteligente de sistemas complexos; aumentar a sofisticação das ferramentas de análise de dados e instituir novos paradigmas de automação.

Mas, como proceder estratégias que favoreçam a inovação, sem, antes, solucionar problemas básicos, como o acesso à educação, inclusive a digital? Os números referentes à educação no Brasil, de acordo com dados da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), estão entre os piores no *ranking* de 65 nações (53<sup>a</sup> colocação)<sup>10</sup>. Estamos atrás de países como Bulgária, Romênia e os latino-americanos México, Chile e Uruguai. O Brasil está à frente, apenas, da Colômbia, do Kazaquistão, da Argentina, da Tunísia, do Azerbaijão, da Indonésia, da Albânia, Catar, do Panamá, Peru e do Quirguistão, respectivamente. Diferentemente do que acontece com a China, que neste mesmo estudo ocupa a 1<sup>a</sup> colocação. E, no estudo sobre inovação, ocupa o 17<sup>o</sup> lugar, portanto, compatível com o investimento feito no setor educacional.

---

<sup>9</sup>Presidente da Confederação Nacional da Indústria e Diretora técnica do Sebrae, respectivamente. Disponível em: < <https://www.globalinnovationindex.org/Home>>. Acesso em: 15 jul. 2018.

<sup>10</sup>Disponível em: <<https://99dicas.com.br/ranking-de-ensino-da-ocde>>. Acesso em: 25 de jul. 2018.



### **Considerações finais**

Diante desse cenário, é possível afirmar, entre outras questões, que, ao nos referirmos à juventude, devemos fazê-lo no plural, ademais de distinguirmos alguns aspectos que diferenciam cada tipologia. Além disso, no tocante especificamente ao acesso às tecnologias geradas a partir do advento da internet, embora se pense que “todo mundo no Brasil esteja conectado” à rede, os números demonstram o contrário.

É importante destacar, também, que, além de haver uma estratificação social, há, ainda, uma exclusão étnico-racial quando nos referimos ao acesso à rede mundial de computadores no Brasil, o que significa afirmar, portanto, que as juventudes com baixo acesso à educação formal, bem como as juventudes negras periféricas (que em grande parte integram essa parcela anterior) encontram-se excluídas do pleno acesso às tecnologias de informação e comunicação. Além disso, é importante sublinhar o fato de que, embora muitos jovens tenham acesso à rede, não significa, necessariamente, que estejam conectados às inúmeras possibilidades de se (in)formar disponíveis na internet.

Outra questão importante que se pode destacar desse cenário é que a inexistência de uma política séria no Brasil com relação a uma educação consistente, incluindo a educação digital com propósitos desenvolvimentistas, tem significado manter o país em uma posição de atraso do ponto de vista social, econômico e tecnológico, sobretudo porque os pilares econômicos ainda se assentam na produção e exportação de matérias-primas, as *commodities* (soja, minério de ferro, petróleo, carne de frango fresca e congelada, entre outros), o que reduz a nossa capacidade de geração de tecnologia, e, conseqüentemente, de emprego e de renda e, portanto, de melhores condições de vida para a maioria da população.

Ao considerarmos as questões apontadas até aqui, não é exagero reivindicarmos, portanto, a urgência de uma política educacional séria (sobretudo voltada para as juventudes), cujo foco principal esteja no desenvolvimento social, econômico e cultural, a fim de que o acesso à rede possa significar, de fato, uma conexão dessas juventudes com o mundo do conhecimento, com as inúmeras possibilidades de corroborar para a construção de uma vida cada vez mais produtiva e melhor.

## Referências

ABRAMO, Helena Wendel. **Considerações sobre a tematização social da juventude no Brasil**. Revista Brasileira de Educação, 1997.

ANDRADE, R. B.; MENEZES, H. Innovation: Central to Brazil's Energy Sector. In: DUTTA, S.; LANVIN, B.; WUNSCH-VINCENT, S. **The Global Innovation, Index 2018: Energizing the World with Innovation**. Cornell University, 2018, p. 13. Disponível em: <<https://www.globalinnovationindex.org/Home>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

ARIÉS, Philippe. **História social da criança e da família**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1973.

BIRMAN, Joel. **Tatuando o desamparo: a juventude na atualidade**. Disponível em: <<http://www.eposgsv.org/tatuando.pdf>> Texto publicado em 22 de abril de 2005.

BORGES, M. A., et al. **Inovação social: uma gênese a partir da visão sistêmica e teoria da ação comunicativa de Habermas**. Fourth International Conference On Integration Of Design, Engineering And Management For Innovation. Florianópolis, Sc, Brazil, October 07-10, 2015. Disponível em: <<http://janainaramos.com.br/idemi2015/anais/01/143699.pdf>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1993.

CASTELLS, Manuel. A era da intercomunicação. **Le Monde Diplomatique Brasil**, 2006. Disponível em <<https://diplomatie.org.br/a-era-da-intercomunicacao>>. Acessado em 28 out. 2018.

DUTTA, S.; LANVIN, B.; WUNSCH-VINCENT, S. **The Global Innovation, Index 2018: Energizing the World with Innovation**. Cornell University, 2018. Disponível em: <<https://www.globalinnovationindex.org/Home>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo (SP): Editora Perspectiva, 1984.

GROPPO, Luís Antonio. **Juventude: ensaios sobre sociologia e história das juventudes modernas**. Rio de Janeiro: Difel, 2000.

HEBDIGE, Dick. **Subculture: The Meaning of Style**. London: Routledge, 1979.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 7ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2015. (Coleção cibercultura).

LEMOS, André. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia**. São Paulo: Paulus, 2010. (Coleção comunicação).

LEMOS, André. Cibercultura como território recombinate. In: MARTINS, Camila et. al. (Orgs). **Territórios combinantes: arte e tecnologia – debates e laboratórios**. São Paulo: Instituto Sérgio Motta, 2007. Disponível em: <<https://edumidiascomunidadesurda.files.wordpress.com/2016/05/andrc3a9-lemos-cibercultura-como-territc3b3rio-recombinante.pdf>>. Acessado em 01 nov. 2018.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria**. São Paulo: Paulus, 2009. – (Coleção comunicação).

MARTÍN-BARBERO, Jesús. A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre jovens. In: BORELLI, Sílvia H. S. e FILHO, João Freire, **Culturas Juvenis no século XXI**. São Paulo, EDUC, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: Mauro Wilton de Souza. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995, p. 39-68.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Jóvenes: comunicacion e indentidad. **Revista Pensar iberoamérica**, revista de cultura, nº 0, 2002.

MENA, ISABELA. **O que é Geração Y (os Millennials)**. Disponível em: <https://projetodraft.com/verbete-draft-o-que-e-geracao-y>. Acessado em 28 out. 2018.

NOVAES, Regina. Juventude e Sociedade: jogos de espelhos. Sentimentos, percepções e demandas por direitos e políticas públicas. **Revista Sociologia Especial – Ciência e Vida**. São Paulo: outubro de 2007.

PAIS, José Machado. **A construção sociológica da juventude: alguns contributos**. *Análise Social*, Vol XXV, 1990.

PRETTO, Nelson De Luca. **Educações, culturas e hackers: escritos e reflexões**. EDUFBA: Salvador, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/25327/1/Educa%C3%A7%C3%B5es%20Culturas%20e%20Hackers-Nelson%20De%20Luca%20Pretto.pdf>>. Acessado em 01 nov. 2018.

RAYAN, T.. Towards the goal of energy for all. In: **The Global Innovation, Index 2018: Energizing the World with Innovation**. Cornell University, 2018, p. 11. Disponível em: <<https://www.globalinnovationindex.org/Home>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

RITCHIE, K. **Marketing to Generation X**. New York: Lexington Books, 1995.

ROMERO, C. C. Lei de inovação tecnológica: crítica e contribuições. **Boletim Técnico do Senac**. Vol. 28, nº 2 p. 1-10. Disponível em: <<http://www.bts.senac.br/index.php/bts/article/view/542>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Tradução Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando o mundo, das empresas aos governos**. Tradução Ruth Gabriel Bahr. Revisão técnica Luiz Ricardo Figueiredo. São Paulo: Makron Books, 1999.

TAPSCOTT, Don. **Geração digital: a crescente e irreversível ascensão da geração net**. Tradução Marcello Lino. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TURCHI, L. M.; MORAIS, J. M. (Org.). **Políticas de apoio à inovação tecnológica no Brasil : avanços recentes, limitações e propostas de ações**. Brasília : Ipea, 2017. Disponível em: <<http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/8337/1/Pol%C3%ADticas%20de%20apoio%20%C3%A0%20inova%C3%A7%C3%A3o%20tecnol%C3%B3gica%20no%20Brasil.pdf#page=27>>. Acesso em: 16. jul. 2018.

UNGER, M., POLT, W. (2017) The Knowledge Triangle between Research, Education and Innovation – A Conceptual Discussion. **Foresight and STI Governance**, vol. 11, no 2, p. 10–26.