Fenômenos da internet e seus efeitos na cultura do jovem: um estudo de caso sobre os memes, compartilhamentos e curtição

Caian Franco NUNES[1]
Faculdade Salesiana Maria Auxiliadora, Macaé, Rio de Janeiro

RESUMO

A internet causou uma imensa revolução na sociedade e com isso, novos elementos culturais apareceram para modificar a relação entre o povo e os ciclos de informação e opinião. Uma das principais mudanças aconteceu com o aparecimento dos fenômenos da internet, ou os "memes". Tudo aquilo que é repetido em massa e ganha grande apelo popular, se enquadra nesses termos. Levando em consideração que na internet o conteúdo é produzido diretamente pelo povo, principalmente pelos jovens, propõe-se uma análise sobre como isso influência no comportamento dessa faixa etária, assim como os mesmos o influenciam. Haverá também uma reflexão sobre o poder que a ferramenta dispõe e se ela é devidamente aproveitada. Por fim, o objetivo é apresentar, de maneira geral, as características que essas relações apresentam, incluindo estudos sobre nível intelectual, produção cultural e inversão de papéis na sociedade.

Palavras-chave
Internet; Memes; Fenômenos; Jovens.

INTRODUÇÃO

No dia 20 de maio de 2013 a revista de atualidades americana "Time" publicou uma matéria de capa com a manchete "*The Me Me Me Generation – Millennials are lazy, entitled narcissists who still live with their parents. Why they'll save us all"*, em livre tradução. "A geração Eu Eu Eu – A geração da internet é preguiçosa, narcisista por direito que ainda vive com seus pais. Por que eles vão salvar a todos nós?".

A intenção da revista era caracterizar a nova geração de jovens, a qual vive em um mundo totalmente renovado, onde a internet é elemento essencial e constante não só na formação de caráter, como também nas atitudes do dia-a-dia.

Essa poderia ter sido uma matéria de capa com repercussão corriqueira, mas não foi. Esse mesmo público retratado na revista resolveu não ficar quieto, fazendo então brincadeiras parodiando a capa da revista. Na época, postagens em massa no mesmo estilo apareceram em redes sociais. Nasceu então, um "meme".

Sim, esse deve ser um termo novo para os leitores... Fazendo uma rápida introdução ao termo, "Meme" vem do grego e significa imitação. Na internet, são os vídeos, imagens, ideias, *hashtags* (aquilo que aparece com o símbolo "#"), entre outros,

[1] Estudante de Graduação em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, cursando o oitavo semestre na Faculdade Salesiana Maria Auxiliadora, FSMA e-mail: caiannunes@hotmail.com. Este artigo foi elaborado com a coautoria de Letícia De Assis, professora e orientadora de TCC da Faculdade Salesiana Maria Auxiliadora e Mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília, UnB.

que se tornam populares e são constantemente citados e reproduzidos pelos usuários das redes sociais.

Esse caso da revista "Time" é um bom exemplo prático do assunto que será abordado neste artigo. Os jovens dominam a internet e, talvez, pode-se dizer que a internet domina os jovens. Nesse contexto, há muitas questões em aberto e muitas delas serão respondidas no projeto a seguir. Como o jovem influencia e é influenciado pela internet? Quais são as características dos "memes"? A incrível ferramenta que é a internet é usada de forma adequada pelos jovens? O conteúdo predominante é de baixa qualidade?

Com todos os esforços voltados para responder tais perguntas, o trabalho a seguir se utiliza de referências bibliográficas, estudo de campo e até mesmo observações corriqueiras do dia-a-dia para tentar formular os argumentos de forma clara, mas deixando em aberto questões que, pela alta velocidade de transformação da sociedade atual, não podem ser tomadas por definitivas e sim altamente mutáveis, carente de constante observação.

UM PANORAMA GERAL DA INTERNET: REVOLUÇÃO SOCIAL

"Aqui está uma enorme e incalculável força [...]; exercendo todos os tipos de influência, social, moral e política, chegando para nós como uma solução imediata de demanda." Essa é uma descrição que poderia ser facilmente aplicada à internet, mas na verdade é sobre a criação da ferrovia transcontinental, por Charles Frances Adams Jr., na publicação "The Americans: The National Experience", de 1868, em livre tradução. Essa relação foi feita por Gordon Graham, no livro "The Internet: a philosophical inquiry", de 1999. Segundo ele, essas características podem ser aplicadas a qualquer inovação tecnológica da história. Ao incluir a internet como uma influência social, moral e política, o autor Frances Adams Jr. Reconhece que essa ferramenta tem a capacidade de alterar elementos além da proposta inicial, conectar pessoas pela rede mundial de computadores.

Hoje, a internet é um grande facilitador social, auxiliando em diversas áreas. Sendo um elemento tão relevante, as pessoas mais novas não conseguem imaginar o mundo sem essa ferramenta. De fato, ela revolucionou a noção de tempo e espaço, então não é exagero colocá-la ao lado das grandes invenções, mas com a grande diferença que as tradicionais apresentam finalidade específica, diferente da internet.

"Para que serve?". Quando se trata da internet, essa pergunta é difícil de responder, mas o autor Zygmunt Bauman, no livro "Globalização – As consequências humanas" (1999), fez uma boa apreciação da importância da ferramenta. Segundo ele, a noção de estado / localidade foi praticamente extinta. As pessoas podem "estar" em qualquer lugar, na hora em que quiserem e em caráter imediato.

Aplicando à comunicação, o maior apoio foi no caminho da informação que, ao decorrer da história da humanidade, foi ficando cada vez mais rápida. Hoje, esse caminho pode ser limitado a segundos.

Outro fator importante é que o social não é mais limitado ao físico. Antigamente, mesmo com o telefone, as pessoas só se contatavam com as que já conheciam pessoalmente, já hoje em dia grandes relações pessoais e profissionais são construídas virtualmente.

Inerente a essas características, é importante ressaltar que internet ganha ainda mais força incorporando tecnologias de outros meios de comunicação. O Youtube é um grande exemplo, já que permite gratuitamente vídeos com imagens em alta definição e a possibilidade de escolher o que assistir, onde e quando, além da possibilidade de envio de conteúdo. A tendência é que a televisão em si, assim como outros meios, seja modificada por causa da influência da internet.

Portanto, essa integração de tecnologias incorpora à internet funções infinitas, já que basta ter uma máquina ligada à rede mundial de computadores para não precisar sair para comprar jornal, para não gastar dinheiro com ligações por telefone, para conseguir ver com facilidades uma vasta variedade de filmes e vídeos, entre outras coisas.

MEMES E A PARTICIPAÇÃO ATIVA

Mesmo apesentando características parecidas com os meios de comunicação clássicos, a internet tem como maior particularidade o fato de que permite participação direta do público com comentários e envio de conteúdo.

Voltando ao exemplo da televisão, onde as emissoras são exclusivamente responsáveis pelo conteúdo exibido, na internet as pessoas tem a possibilidade de agir como produtores ou como espectadores, não necessariamente de forma separada. Essa inversão de papéis aguça o espírito de criatividade e aumenta a ocorrência de troca de informações. É nesse ponto que se pretende chegar, fazendo uma análise desses fenômenos chamados de virais ou memes, ou seja, as tendências da internet que se tornam muito populares.

Para entendimento mais concreto sobre os "memes", aplica-se um exemplo real, nesse caso o famoso vídeo "Para Nossa Alegria", que teve destaque em março de 2012. Esse é um caso de fenômeno que partiu direto da população "comum" para a grande massa. O vídeo não tem produção alguma, sem roteiro, sem verba. Simplesmente aconteceu e se tornou um sucesso. O assunto dominou a mídia convencional e se transformou em algo comercial, possibilitando o lançamento de CD e de outras músicas.

Dá a perceber o tamanho da revolução? Pessoas de classe baixa, sem nada de especial para realizar o vídeo, acabaram se destacando até mais do que profissionais que gastam muito dinheiro e tem muito trabalho para tentar resultado parecido. Essa é uma nova possibilidade que o povo tem em mãos. Esse poder de apelo popular, antes exclusivo da grande mídia, agora é uma possibilidade real para qualquer pessoa que tenha a condição de publicar coisas na internet.

O autor Pierre Lévy trata desse assunto no livro "Cibercultura", de 1999, apresentando uma nova característica dos fenômenos da internet. Aplicando como exemplo a música tecno, onde o mais importante não é criar novas composições, mas sim novas "combinações" usando samplers, ele observa que o que importa não é mais a criação individual, mas sim a "participação coletiva".

Voltando ao "Para nossa alegria", é importante ressaltar que o sucesso do mesmo não está propriamente ligado à produção e características, mas sim ao impacto causado no público, provocando então uma série de colaborações diretas (remixes, releituras) e indiretas (piadas, comentários) que, então, trouxeram o esperado sucesso. E é esse um dos principais fatores que determinam esse êxito, como diz a autora e estudiosa das redes sociais Raquel Recuero. Para ela, um meme só tem seu total proveito quando consegue causar tamanha comoção que, a partir do mesmo, vários versões aparecem. Isso será estudado a seguir.

FENÔMENOS DA INTERNET

De onde surgem os fenômenos da internet? Como se popularizam e qual é o nível de permanência no imaginário popular?

A autora Raquel Recuero (2009) tenta responder essas perguntas no livro "Redes Sociais na Internet", em um capítulo especialmente dedicado aos "memes". Com a finalidade de entender os fluxos de informações dentro das redes sociais na internet, a autora classifica dois tipos que são recorrentes nesses sistemas. Ela cita o "capital social relacional" como o primeiro desses tipos. Esse significa tudo aquilo que é

compartilhado com a intenção de estreitar os laços sociais. Como o segundo desses tipos, ela apresenta o "capital social cognitivo", que tem o foco na informação do conteúdo.

Os fenêmenos da internet podem ser aplicados em ambos os tipos citados anteriormente ao mesmo tempo, sendo cognitivo pelo objetivo de compartilhar algo engraçado (na maioria das vezes o foco é na comédia) e social relacional quando passa a ser incluída em situações pessoais.

Outros fatores importantes para entendimento do ciclo dos memes, baseado na teoria "The Strenght of Weak Ties" (1973), de Mark Granovetter, são os laços fortes e fracos. Os fortes são aqueles de conteúdo mais específico, pois há mais identificação entre os elementos da troca informações. É por esse tipo que um meme começa a ser compartilhado. Já os fracos são as ligações mais gerais, onde fica fácil prever que haja aceitação do conteúdo mesmo sem conhecimento íntimo. Normalmente quando algo se torna um meme, já está difundido entre os laços fracos.

A partir dessa teoria explica-se o motivo pelo qual os fenêmenos da internet são, na maioria das vezes, de conteúdo banal. O conteúdo de maior relevância social e/ou intelectual é limitado aos laços fortes e ficam circulando nos grupos mais bem definidos. Aquilo que é de interesse geral e se torna assunto comum entre a maioria dos grupos sociais é o conteúdo leve, de fácil entendimento e que provoca sensação de satisfação fácil, permitindo uma série de ramificações posteriores, como tais bordões e outras versões.

Para maior clareza no estudo da permanência dos memes no imaginário popular, Raquel Recuero faz uma comparação com a teoria da evolução de Darwin. Nessa teoria, existem três tipos de processos evolutivos: mutação (variação), hereditariedade (retenção) e seleção natural. As palavras entre parênteses são melhores aplicadas quando a teoria é comparada com o estudo dos memes. Essa comparação é feita pois o estudo é diretamente ligado ao que sobrevive e o que desaparece, assim como na teoria de Darwin. Essa ligação também é feita pela capacidade de mutação do "meme".

> A variação corresponde à capacidade do meme de mutação. Uma história nunca é contada exatamente do mesmo modo e essas grandes variações vão gerando grandes mudanças com o passar do tempo. A seleção é o elemento que faz com que alguns memes chamem mais a atenção do que outros, permanecendo mais e sendo mais copiados, enquanto outros não são lembrados.
> RECUERO, Raquel. (2009, P. 124)

Aplicado aos "memes", a hereditariedade é a retenção, ou seja, o que o mesmo contribuiu e deixará como herança para a cultura da população envolvida. Sendo a mutação as diversas versões atribuídas aos memes e a seleção natural aqueles que são mais propícios a cair no gosto popular, pode-se fazer uma análise aprofundada.

Levando em consideração obras de Dawkins (aquele que criou o termo meme – 1979) e Blackmore (1999), Recuero organiza as principais características para a sobrevivência do meme. São elas a longevidade, a fecundidade e a fidelidade das cópias.

Fica-se claro que o meme tem sua evolução bastante baseada nas cópias e reproduções que são feitas. No caso do "Para nossa alegria", foram feitas centenas de versões com outras pessoas cantando, inclusive com famosos e curiosos como o desenho animado "Os Simpsons", além de versões remixadas e releituras. Quanto maior o número de variações, maior é a longevidade.

Portanto, tendo o maior número de cópias, mantendo fidelidade, ou não necessariamente, somado ao nível de fixação e colaboração no imaginário popular, a longevidade é garantida. Isso acontece em diferentes níveis, dependendo do seu "sucesso".

Após algum tempo, as pessoas tendem a manter o meme no subconsciente. Uma comparação que exemplifica bem esse fator são as parlendas, ditados ou jargões populares. Essas são expressões que estão sempre sendo repetidas e as pessoas normalmente são familiarizarias, mas na maioria das vezes não se sabe o significado e de onde vieram.

Apesar de toda essa teoria, ficou faltando responder uma pergunta. De onde surgem esses fenômenos? A resposta é, simplesmente, de qualquer lugar. Essa resposta pode parecer pouco científica, mas a verdade é que os memes hoje em dia podem surgir de qualquer coisa, sem planejamento ou investimento algum. Tomando isso como premissa, pode ser observado alguns tipos de "aparições". O surgimento pode ser de uma pessoa comum (o que mais acontece), ou até mesmo da televisão para a grande mídia. Um exemplo disso é o "Que deselegante!", meme que surgiu em 2011 quando a jornalista Sandra Annenberg, âncora do programa jornalístico da TV Globo "Jornal Hoje", foi surpreendida com uma invasão ao link ao vivo que falava sobre o estado de saúde do ex-Presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva. Havia vários fatores importantes para ser destaque – o problema de saúde de Lula ou a abrupta invasão de Link, mas a força do povo nas redes sociais fez com que o termo "Que Deselegante!"

fosse a grande estrela da situação. Isso aconteceu não por mérito da TV (diferente dos bordões planejados), e sim das pessoas nas redes sociais que fizeram disso um fenômeno da internet.

Então, levando em consideração as teorias levantadas anteriormente, é possível ter mais clareza em relação ao como o "meme" se comporta em relação ao seu surgimento, ciclo e sobrevivência, organizando assim um elemento que pode ser visto como algo sem estrutura, mas é possível identificar tendências.

MEMES E CONTEÚDO: ADAPTAÇÃO OU ALIENAÇÃO?

Uma pessoa que ninguém conhece vira uma celebridade da mídia somente porque o nome apareceu milhões de vezes na internet. Luíza já voltou do Canadá e nós já fomos mais inteligentes." Essa é uma citação do jornalista Carlos Nascimento[2], âncora do Jornal do SBT, durante o *boom* que houve com o assunto "Luíza no Canadá", meme que surgiu no começo de 2012 quando em um comercial de um condomínio na Paraíba, o pai da menina fez questão de lembrar que ela não estava lá, pois estava no Canadá. Isso ocasionou uma tempestade de comentários contendo "menos a Luíza, que está no Canadá", em tom de chacota. Nascimento questiona o nível intelectual do público que "consome" os memes, assim como a sua força.

Com o objetivo de desmitificar e desgeneralizar o comentário do jornalista, propõe-se aqui uma reflexão sobre o conteúdo e o nível de intelectualidade dos memes. Já foi abordado anteriormente que os memes de maior alcance são os mais simples, pois são de aceitação e de entendimento facilitados. Os mais complexos ficam limitados aos grupos de respectivos interesses. Mas se os jovens foram colocados como principal público, de acordo com pesquisa realizada pela ComScore[3] que afirma que 63% dos internautas brasileiros estão entre 15 e 35 anos, será que isso não é um reflexo da falta de interesse e complexidade intelectual dessa faixa etária?

Para maior clareza, propõe-se aqui um retorno à teoria de comunicação, mais precisamente aos membros da Escola de Frankfurt Walter Benjamin e Theordor Adorno.

É possível ter uma clara ideia em relação a linha teórica dos ensaístas citados acima aplicando aos termos "Apocalíticos e Integrados", título da obra de Umberto Eco

[2] Exibido no dia 9 de janeiro de 2011 no programa Jornal do SBT, da emissora SBT. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=Z7W19NBnE30>.
[3] ***comScore*** é uma empresa de pesquisa de mercado que fornece dados de marketing e serviços para muitas das maiores empresas da Internet. Informações em <http://www.comscore.com/por/>.

de 1964. Aqui, aplica-se Theodor Adorno como apocalítico e Walter Benjamin como integrado. Essa divisão é feita pois o primeiro foi completamente contra a Indústria Cultural, pois para ele isso desmoraliza a arte, colocando-as na mão da maioria. Para ele, ela deveria ser limitada somente a quem tem conhecimento para entendê-las da sua forma mais pura e sofisticada, ou seja, a elite. Já Walter Benjamin entendia essa popularização da cultura como uma forma de conhecer o povo.

Atualmente a teoria da Indústria Cultural de Adorno ficaria ainda mais marginalizada, pois a massa não só consome, como também produz. Portanto, aquilo que a população fala, entende, vive, é aquilo que está presente nos fenômenos da internet, tornando-as a "escória" da indústria cultural. Já Benjamin enxergaria isso como uma grande possibilidade de conhecimento.

Portanto, voltando ao comentário de Carlos Nascimento, conclui-se uma aproximação maior à Adorno, pois menospreza o pensamento da massa, ignorando sua força, quando na verdade não se trata da inteligência da população, mas sim da cultura da mesma.

Como complemento à reflexão, volta-se ao já citado Pierre Lévy, no livro "Cibercultura" o autor fez referência à outra obra do seu acervo, "A inteligência coletiva" (1998). Para uma melhor contextualização, é necessário ter uma noção do termo que nomeia a obra, isso deixou bem claro Raphael Perret em um post sobre o assunto no blog "WebInsider" do portal UOL, referindo-se à uma conferência que Lévy fez no Brasil em 2002:

> [...] A inteligência coletiva (IC) é, basicamente, a partilha de funções cognitivas, como a memória, a percepção e o aprendizado. "Elas podem ser melhor compartilhadas quando aumentadas e transformadas por sistemas técnicos e externos ao organismo humano", explicou Lévy, referindo–se aos meios de comunicação e à internet.
> PERRET, Raphael. (2002, UOL, Blog WebInsider)

Em sua obra Lévy defente que toda essa alteração social causada pela internet é a condição ideal para a inteligência coletiva, algo devidamente comprovado pela força das redes sociais. Apesar disso, novos problemas apareceram e um deles pode ser aplicado ao baixo nível de intelectualidade dos memes, a "bobagem coletiva", algo que segundo o autor são "rumores, conformismo em rede ou em comunidades virtuais, acúmulos de dados de qualquer informação" (LÉVY, Pierre. 1999, p. 30).

Assim Lévy apresenta características negativas e positivas relacionadas às evoluções tecnológicas que podem ser diretamente ligadas aos fenômenos da internet, sendo então novos conceitos que se aplicam em ambos os lados, negativos e positivos,

que devem ser levados em consideração na balança que pesa a relevância desses fenômenos, algo que está à todo momento mudando de equilíbrio, a cada conceito apresentado.

Mas pensando nos jovens, abrem-se questões. Como eles influenciam e são influenciados pelos fenômenos da internet? O fator principal é o social.

Os jovens estão a todo tempo na internet procurando e compartilhando conteúdo. Isso é um exercício de interação social. Segundo Mizuko Ito, diretora de um estudo da Fundação McArthur sobre a influência dos jovens na internet[4], essa participação está dando à essa faixa etária conhecimentos tecnológicos necessários para alcançar o sucesso no mundo contemporâneo. Eles estão aprendendo a conviver uns com os outros, a administrar uma identidade pública e a criar uma homepage. E é isso que eles procuram ao compartilhar vídeos, ao se incluir na brincadeira com memes – buscar se encaixar em tendências, com um pensamento típico dos jovens, "se eu falar isso, sou legal". Ao invés de tentar buscar particularidades, aderir aos memes significa tentar se encaixar, comportamento típico deles.

Com essa ferramenta em mãos, sendo fácil criar conteúdo e compartilhar na internet, o jovem se sente encorajado a criar. Na era da TV, ainda sem o aparecimento em massa da internet, o jovem era um elemento passivo na frente do aparelho. Nada ele poderia fazer para alterar o que estava vendo, o máximo eram comentários com familiares e amigos que estivessem por perto. Isso tem fator positivo atualmente, pois pode causar um efeito que já foi tanto buscado e é tão difícil de ter resultados satisfatórios: a criatividade. Criatividade não é algo que se ensina, é algo que se adquire. Portanto, tendo tantos estímulos, vendo tanta coisa e tendo ferramentas perfeitas para criar, é como colocar um banquete na frente da pessoa. É impossível evitar a vontade de comer todas as delícias apresentadas, principalmente porque o jovem não tem medo. O jovem se adapta e faz.

A autora Maria Isabel Mendes de Almeida (2006), no artigo "O espaço real e o acúmulo que significa: uma nova gramática para se pensar o uso jovem da internet no Brasil", publicado no livro "Cabeças digitais – O cotidiano na era da informação", em uma citação de Deleuze (1997), diz que os jovens acionam ferramentas, tanto como produtores, quanto como usuários com o objetivo de "alisamento social". Isso significa

[4] A fundação norte-americana McArthur tem como objetivo defender os direitos humanos, contribuir com a preservação ambiental e tornar as cidades lugares melhores. Além disso, procura entender como a tecnologia está afetando as crianças e a sociedade. Disponível em <http://www.macfound.org/about/>.

que os jovens norteiam-se por um desejo de redundância, ou seja, eles procuram na internet viver o que vivem no "espaço real". Esse sentido pode ser invertido, trazendo possibilidades da internet para vida real. Se na internet o jovem tem a oportunidade de criar com mais facilidade, ele vai se sentir mais disposto e confiante ao fazer isso na sua vida pessoal fora da rede.

Os adolescentes, como alvo da pesquisa e público principal dos fenômenos da internet, são reflexo do conteúdo do que circula nessa imensa rede de informações. Para uma um melhor entendimento dos efeitos dos "memes" nos jovens, foram feitas pesquisas de caráter quantitativo, na qual foram aplicadas dentro das hipóteses. Entre os resultados obtidos, algumas suposições foram comprovadas, como que os jovens procuram entretenimento na internet mais do que outras coisas, assim como que o principal motivo do conhecimento do meme é por indicação de amigos, comprovando assim o fator social citado anteriormente. Também ficou claro que a participação, assim como a produção de conteúdo, precisa ser incentivada, pois ainda não é fator definitivo. Com a pesquisa, foi possível entender que os jovens tem noção que não estão fazendo nada relevante para a sociedade com esses fenômenos, mas tem total consciência da força que tem em mãos.

FENÔMENOS DA INTERNET COMO FERRAMENTA DE MOBILIZAÇÃO SOCIAL

Milhares de comentários, assuntos na boca do povo, visualizações impressionantes... O poder da população por meio da internet fica claro quando se observa as características dos memes e se assuntos sem relevância social ganham proporções imensas, o mesmo poderia ser feito em relação a manifestações políticas, defesa de causas, luta por direitos, etc.

Segundo o ex-Presidente da República e sociólogo Fernando Henrique Cardoso, os jovens se comunicam diretamente com aqueles que estão no poder, pulando etapas burocráticas. "É preciso uma liderança que faça a ponte entre a sociedade e a necessidade de organização institucional", disse ele à Folha de São Paulo.

No histórico da internet, houve casos de coisas sérias que mudaram por causa da ação dos internautas, como lutas pelos direitos dos animais (como em 2012, quando um vídeo de uma agressão a um cão da raça Yorkshire foi divulgado, causa a revolta nas redes sociais). Também podem ser citadas manifestações como a Marcha da Maconha e movimentos contra Alexander Lukashenko, ditador da Bielo-Rússia.

Com essas mudanças, a política tradicional está fadada a perder espaço, sendo inevitavelmente levadas a ouvir de forma mais direta a população que agora cresce sabendo que pode reclamar diretamente e que quer seus direitos e que a justiça seja feita de forma igualitária.

Como conclusão, aplica-se o que o autor Javier Cremades comenta sobre o assunto no seu livro "Micro Poder – O Poder do Cidadão na Era Digital".

> A possibilidade real de o micropoder contribuir para que o sistema democrático se regenere, por permitir uma cidadania ativa e interativa, vai ganhando espaço graças à drástica mutação das tecnologias; transformação esta que tem gerado a transição de uma sociedade industrial para uma sociedade de conhecimento. CREMADES, Javier. 2009, P. 32)

O GIGANTE ACORDOU

Permitindo incluir neste espaço um breve momento com os bastidores desta pesquisa, houve aqui a necessidade de inclusão de acontecimentos que colocou exatamente aquilo o que é proposto no capítulo anterior como a principal notícia de meados do mês de junho de 2013. Nessa data, o trabalho já estava finalizado, mas não houve como não retomar à teoria sendo que, pelos últimos fatos, os questionamentos anteriores foram comprovados. Sim, o jovem sabe utilizar a sua própria força somada à força da internet para provocar mudanças sociais. Tal comprovação não anula os questionamentos anteriores, mantidos na íntegra. Essas questões são fundamentais para o entendimento da ideia, assim como a melhor absorção dos acontecimentos que serão retratados a seguir.

São Paulo, quinta-feira, 6 de junho de 2013, cerca de 2.000 estudantes foram à rua com o objetivo de manifestar contra o aumento da passagem de ônibus de R$3,00 para R$3,20. Na ocasião o evento foi algo importante, mas ainda de pouca relevância. Aos poucos o movimento foi ganhando proporções inimagináveis, a partir do dia 14 de julho, além de São Paulo, outras cidades e estados aderiram aos protestos, ao exemplo de Rio de Janeiro, Santos, Brasília, Fortaleza, e muitas outras.

100 mil pessoas no Rio de Janeiro, 65 mil em São Paulo, 20 mil em Belo Horizonte. Esses números são a prova do crescimento das manifestações, que se iniciou com um grupo de 2.000 somente em São Paulo. O objetivo, então, deixou de ser protestar somente pelo aumento das passagens de ônibus, mas também pela corrupção, pelos gastos excessivos com a Copa das Confederações e a Copa do Mundo e a precariedade de hospitais, escolas e transporte públicos.

O mais interessante nesses acontecimentos é que a revolução partiu dos jovens. Não houve intervenção alguma de partidos ou entidades. É importante ressaltar, também, que os protestos tiveram como principal ferramenta de organização a internet e as redes sociais. As curtidas, os posts, os compartilhamentos, os retweets e as fotos do Instagram se tornaram elementos de protesto. Não era necessário estar de corpo presente nas manifestações para dar apoio à causa.

Todo esse movimento na internet pode ser considerado um tipo de meme e nesses dias, deixaram de ser as piadas para tomar caráter social. Destacam-se bordões e frases de efeito como "Não é só por R$0,20" e "Vem pra rua".

O gigante acordou. Um povo que estava ciente de todos os problemas do país e não fazia nada, finalmente resolveu arregaçar as mangas e lutar pelos direitos. Isso tudo prova a força dos jovens e a força da internet na contribuição para uma sociedade melhor. O Gigante não é um elemento único, mas sim tudo o que contribui para o desenvolvimento social. Em 1983, durante o "Diretas Já", não havia o auxílio da internet, mas agora há, e ela faz parte do "pacote" que incrementa esse gigante.

A TEORIA E A RELEVÂNCIA

No estudo da teoria da comunicação aparece a hipótese da Agenda Setting, formulada por Maxwell McCombs e Donald Shaw na década de 1970. A principal premissa dessa teoria é que a mídia determina aquilo o que o povo pensa e fala. Mauro Wolf, no livro "Da sociologia dos emissores ao newsmaking" (2005), argumenta que a mídia não tem como definir **como** as pessoas vão pensar sobre os temas, mas tem o poder de definir **o que** as pessoas vão pensar, ou seja, quais assuntos estarão em pauta.

Nessa teoria, a ligação de relevância que a mídia dá aos assuntos é diretamente ligada à relevância que a população dá aos mesmos. Essa diferença de importância acontece pois um jornal, por exemplo, não pode dar todas as notícias no mundo, então segue critérios para escolher quais serão publicadas.

Atualmente o conceito da Agenda Setting está sendo um pouco alterado por causa dos fenômenos da internet, pois estes tomam uma proporção tão grande primeiro com o público, que acabam ganhando espaço na mídia. Nesse caso, o assunto mais comentado não foi pautado pelos jornais ou emissoras de televisão e sim pelo povo.

É interessante ressaltar que a participação do povo na mídia convencional está cada vez mais direta. Principalmente por causa do Twitter, onde um dos hábitos mais comuns é comentar sobre programas de televisão, o povo faz uma certa "mediação" do

que está assistindo. Wolf já dizia que a TV não tem a capacidade de manipular o pensamento do povo, atualmente isso não só fica mais claro, como também se transforma em um dos maiores motivos pelo qual a televisão deve amplificar sua gama de informações, sendo cada vez mais imparciais, apresentando a maior quantidade de lados de uma mesma informação possíveis, de maneira que não entre no julgamento imediato da população que está sempre atenta.

CONCLUSÃO

O tema deste projeto não poderia ser mais atual. Qualquer um que está minimamente ligado ao mundo da internet, ou pelo menos assiste televisão ou lê jornal, já esteve em algum momento diante de algum meme.

O maior objetivo aqui foi mostrar como um tema aparentemente fútil pode abrir desdobramento sociais e que apresentam características genuínas do século XXI. Revolução, aliás, foi uma palavra muito citada. Pois é, essa é uma revolução onde o poder está na vontade do povo de fazer valer e que está cada vez mais ativo, deixando o hábito de "ser passivo" para trás.

Essas características são avanços para a vida do jovem, os tirando da passividade e os colocando em constante produção. Esse tipo de evolução pode ser aplicada em métodos educacionais, já que o interesse dos jovens é grande e a maioria já está familiarizada com o mundo da internet. Isso ajudaria na área da educação das cidades, aguçando a vontade de produzir e de colocar sua opinião.

Os trabalhos escolares convencionais podem ser substituídos por projetos relacionados à internet, como produções de vídeos sobre o tema, criação de páginas no facebook/twitter para que os jovens estejam sempre em contato com as matérias, fazendo com que saia da clássica sala de aula que parece lutar em não sair do "gesso" em que foi colocada.

Portanto, a recomendação para os leitores desse trabalho é manter em mente as teorias apresentadas para nunca parar de fazer esse tipo de análise, de maneira formal ou não. Esse tipo de assunto muda de maneira rápida e deve ser constantemente atualizada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W. **A indústria cultural**. São Paulo: Ed. USP, 1971.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização – As consequências humanas.** Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 1999.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica.** In: ADORNO et ali. Teoria da cultura de massa. Comentários e seleção de Luiz Costa Lima. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2000.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet – Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2001.

ECO, Umberto. **Apocalíticos e Integrados.** São Paulo, Perspectiva, 1979.

GRAHAN, Gordon. **The Internet:// A Philosophical Inquiry**. Londres: Ed. Routledge, 1999.

JAVIER, Cremades. **Micro Poder – A Força do Cidadão na Era Digital.** São Paulo: Ed. SENAC, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Ed. 34, 1999.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. São Paulo: Ed. Cultrix, 1964.

MENDES DE ALMEIDA, Maria Isabel. **O espaço real e o acúmulo que significa: uma nova gramática para se pensar o uso jovem da internet no Brasil.** In: Cabeças Digitais – O cotidiano na era da informação. Organização Ana Maria Nicolaci da Costa. São Paulo: PUC-Rio, 2006.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Ed. Meridional, 2009.

WOLF, Mauro. **Teoria das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

WEBBIBLIOGRAFIA

Estadão. **O poder da internet contra o último ditador da Europa.** Disponível em <http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,o-poder-da-internet-contra-o-ultimo-ditador-da-europa,746271,0.htm> Acesso em 12 de junho de 2012.

GASPARETTO JUNIOR, Antonio. **Diretas Já.** Disponível em <http://www.historiabrasileira.com/brasil-republica/diretas-ja/> Acesso em 12 de junho de 2012.

G1. **Manifestações pelo Brasil.** Disponível em <http://g1.globo.com/brasil/protestos-2013/infografico/platb/>. Acesso em 18 de junho de 2013.

IBGE. **Rio de Janeiro » Macaé » Infográficos.** Disponível em <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=330240#> Acesso em 21 de setembro de 2012.

IBOPE. **Tudo ao mesmo tempo, agora!** Disponível em <http://www4.ibope.com.br/giroibope/13edicao/jovens.html> Acesso em 20 de setembro de 2012.

NASSIF, Luis. **Internet como ferramenta de mobilização.** Disponível em < http://www.advivo.com.br/blog/luisnassif/internet-como-ferramenta-de-mobilizacao> Acesso em 12 de junho de 2012.

Ponto Marketing. **Uso cotidiano da internet atravessa todas as faixas etárias.** Disponível em <http://www.pontomarketing.com/internet/uso-cotidiano-da-internet-atravessa-todas-as-faixas-etarias/> Acesso em 16 de maio de 2012.

STEIN, Joel. **Millennials: The Me Me Me Generation.** Disponível em: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,2143001,00.html>. Acesso em 19 de junho de 2013.

The New York Times. **Internet faz bem para os jovens, diz estudo.** Disponível em <http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0,,OI3344051-EI12884,00-Internet+faz+bem+para+os+jovens+diz+estudo.html> Acesso em 11 de junho de 2012.

UOL Notícias. **Protestos pelo Brasil.** Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/cotidiano/temas/protestos-pelo-brasil/noticias/>. Acesso em 18 de junho de 2013.

YouPix. **Isso é o que acontece quando você mexe com a geração ME ME ME: capa da Time virou meme.** Disponível em <http://youpix.com.br/memepedia/isso-e-que-acontece-quando-voce-mexe-com-a-geracao-me-me-me/#more-111458>. Acesso em 19 de junho de 2013.