



O Desenvolvimento da cognição e da cidadania a partir da cultura digital na ambiência juvenil¹

Andressa Carvalho VIEIRA²

Maria das Graças Pinto COELHO³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

As tecnologias de Comunicação e Informação (TICs) são cada vez mais necessárias à sociedade, de uma forma geral, e majoritariamente aos jovens, grupo que não se reconhece no mundo sem a atuação em redes sociais e espaços midiáticos. É nesse contexto, que problematizaremos como a influência e a apropriação de interfaces digitais inserem jovens no mercado de trabalho, tornando-os sujeitos de suas próprias ações sociocognitivas e referências para uma nova concepção sobre capital humano. A pesquisa empírica se desenvolve com jovens estudantes do Metrôpole Digital, projeto de iniciação científica e tecnológica, desenvolvido na Universidade Federal do Rio Grande do Norte. A princípio, dialogaremos com autores que refletem a influência da cultura digital nos jovens para articularmos os termos subjetividade e capital humano na ambiência juvenil. Em seguida, compartilharemos o relato empírico e as análises que se sobrepuseram ao objeto estudado.

PALAVRAS-CHAVE: capital humano; subjetividade; tecnologias da informação.

Inserção dos jovens na cultura digital

Até por uma questão de inserção sociocultural e para atender o desenvolvimento das bases materiais da sociedade, o crescimento do uso da internet tem abrangido todas as classes e faixa etárias. Porém, é inquestionável que a popularidade da comunicação virtual se dá principalmente entre os jovens, ou aqueles chamados “nativos digitais” (BENNETT; MATON; KERVIN, 2008). Pesquisas do IBGE apontam aumentos

¹ Trabalho apresentado no IJ 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

² Estudante de Graduação, 3º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo, email: andressacvieira@gmail.com.

³ Pesquisadora e professora do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte e Pós-graduação em Educação, email: gpcoelho@uol.com



significativos no uso da Internet por jovens no período de um ano (2008/2009): em 2008, 51,1% dos jovens de 10 a 14 anos utilizaram a internet nos últimos três meses do ano. O salto foi de 7,7% em 2009. Já o grupo de 15 a 17 anos teve o número de usuários da rede acrescido em 8,2%, passando de 62,9% em 2008 a 71,1% em 2009. Os dados referentes aos jovens de 18 a 19 anos também indicam um crescimento de 59,7% em 2008 para 68,7% em 2009, sinalizando um aumento de 9% entre as pessoas do grupo que fizeram uso da internet nos últimos três meses do ano.

Uma das razões pelas quais o uso da internet se populariza cada vez mais entre os jovens é o surgimento das comunidades virtuais, as quais EISENBERG menciona como grandes facilitadores e, por isso, atrativos, da comunicação interpessoal.

Os recursos interativos da Internet, ao aprofundar a interação cotidiana entre pessoas fisicamente distantes umas das outras – um processo característico do desenvolvimento mais geral das telecomunicações neste século – diminui a distância efetiva entre as pessoas, aproximando-as e dando a impressão de vivermos numa enorme aldeia composta por todos os internautas do planeta. (EISENBERG, 1999)

Por outro lado, ele também afirma, que as interações *tendem a ser mais horizontais devido a ausência de enlaces institucionais para mediá-las*. Dessa forma, o mundo parece tornar-se uma *grande aldeia* e, ao mesmo tempo, o cotidiano interacional de cada pessoa se globaliza. Jogos virtuais, sites de relacionamentos, redes sociais e outros meios de envolvimento interpessoal *online* têm sido os principais motivos pelos quais os jovens fazem uso da internet (LEHDONVIRTA, SÖDERSTRÖM; WEST, 2009). “De fato, ser excluído dessas redes é sofrer uma das formas mais danosas de exclusão em nossa economia e em nossa cultura.” (CASTELLS, 2004)

Uma pesquisa realizada com 4.299 usuários da rede social Haddo residentes no Reino Unido, Espanha e Japão indica que os jovens têm tanta afinidade com os seus relacionamentos online quanto mesmo com a sua família. Essa afinidade ultrapassa mesmo aquela nutrida com outros contatos *offline* como amigos e vizinhos (LEHDONVIRTA; RÄSÄNEN, 2010). CASTELLS (2004) explica essa relação: “Nancy Baym, estudando o comportamento de comunidades online [...] declara que ‘a realidade parece ser que muitos, provavelmente a maioria, dos usuários sociais da



comunicação mediada por computador criam personalidades online compatíveis com suas identidades *offline*’ (Baym, 1998, p.55)”.

No Brasil, pesquisas realizadas pelo CETIC.br mostram um percentual de 74% de usuários da internet de 10 a 15 anos que participam de sites de relacionamentos. No grupo entre 16 e 24 anos o número aumenta para 79% de participantes dentre os usuários da internet. É, portanto, importante ressaltar a influência que tais grupos causam em seus usuários, afetando-os não só virtualmente como em seus gostos, cultura e formas de pensar sobre diversos assuntos. LEHDONVIRTA e RÄSÄNEN ainda indicam em seu estudo o quanto as redes sociais e os contatos *offline* devem ser vistos como influências cruciais para a identificação do jovem nos dias atuais.

Dessa forma, percebe-se o quanto a internet tem se inserido na realidade socioeconômica dos jovens. Esse grupo, contudo, não se contenta com a aprendizagem do manuseio de uma só ferramenta digital e tem, mais que aqueles que não nasceram inseridos no contexto virtual, interesse em tomar o aprendizado das tecnologias da informação como meio de qualificarem-se como capital humano para o mercado de trabalho.

Conceituando capital humano e subjetividade

O termo capital humano foi primeiramente conceituado durante a década de 1950, nos estudos do economista estadunidense Theodore W. Schultz.

GORZ (2005) traduz a ideia sinteticamente:

“No lugar daquele que depende do salário, deve estar o empresário da força de trabalho, que providencia sua própria formação, aperfeiçoamento, plano de saúde, etc. ‘A pessoa é uma empresa’. No lugar da exploração entram a auto-exploração e a autocomercialização do ‘Eu S/A’, que rendem lucros às grandes empresas, que são clientes do auto-empresário.”

Com a valorização simbólica do produto, paga-se não mais o salário do trabalhador, mas o valor simbólico de custo do produto. A tendência é, então, a



terceirização dos capitais materiais pelas empresas, enfatizando, portanto, o capital imaterial.

É no mesmo contexto que se desenvolve o conceito de “trabalho imaterial”, aquele a que personifica capacidades expressivas e cooperativas que não se podem ensinar. Em outras palavras, o “imaterial”, diz respeito ainda à qualificação de saberes adquiridos na cultura e no cotidiano, incluindo o conhecimento obtido através de atividades fora do trabalho, nas quais são desenvolvidos atributos singulares do trabalhador como cooperação e capacidade de improvisação (GORZ, 2005). “A pessoa deve, para si mesma, tornar-se uma empresa; ela deve se tornar, como força de trabalho, um capital fixo que exige ser continuamente reproduzido, modernizado, alargado, valorizado” (GORZ, 2005)

O conhecimento adquirido, contudo, não é uma mercadoria comum sendo o seu custo, ao contrário dos bens materiais, inversamente proporcional à sua propagação:

“O saber não é uma mercadoria qualquer, seu valor (monetário) é indeterminável; ele pode, uma vez que é digitalizável, se multiplicar indefinidamente e sem custos; sua propagação eleva a sua fecundidade, sua privatização a reduz e contradiz sua essência. Uma autêntica economia do saber seria uma economia comunitária na qual as categorias fundamentais da economia política perderiam seu valor e a força produtiva mais importante estaria disponível a um tarifa zero.” (GORZ, 2005)

As tecnologias da informação também vêm, dessa forma, como meio de qualificação profissional, funcionando como ferramenta para o trabalho imaterial e ainda para a formação do capital humano para aqueles que fazem uso dela. Trata-se de um diferencial em uma sociedade em que as modernas tecnologias ditam as regras de convivência e apenas quem as domina terá controle sobre tais normas.

Paralela à aquisição do capital do conhecimento, a subjetividade humana é desenvolvida quando do aperfeiçoamento do homem como produtor de trabalho imaterial. BOCK, FURTADO e TEIXEIRA (2009) conceituam subjetividade:

“A subjetividade é a síntese singular e individual que cada um de nós vai constituindo conforme vamos nos desenvolvendo e



vivenciando as experiências da vida social e cultural; é uma síntese que nos identifica, de um lado, por ser única, e nos iguala, de outro lado, na medida em que os elementos que a constituem são experienciados no campo comum a subjetividade social. Está síntese – a subjetividade – é o mundo de ideias, significados e emoções construído internamente pelo sujeito a partir de suas relações sociais, de suas vivências e de sua constituição biológica; é, também, fonte de suas manifestações afetivas e comportamentais.[...] Entretanto, a síntese que a subjetividade representa não é inata ao indivíduo. Ele a constrói aos poucos apropriando-se do material do mundo social e cultural, e faz isso ao mesmo tempo em que atua sobre esse mundo, ou seja, é ativo na sua construção. Criado e transformando o mundo (externo), o homem constrói e transforma a si próprio”

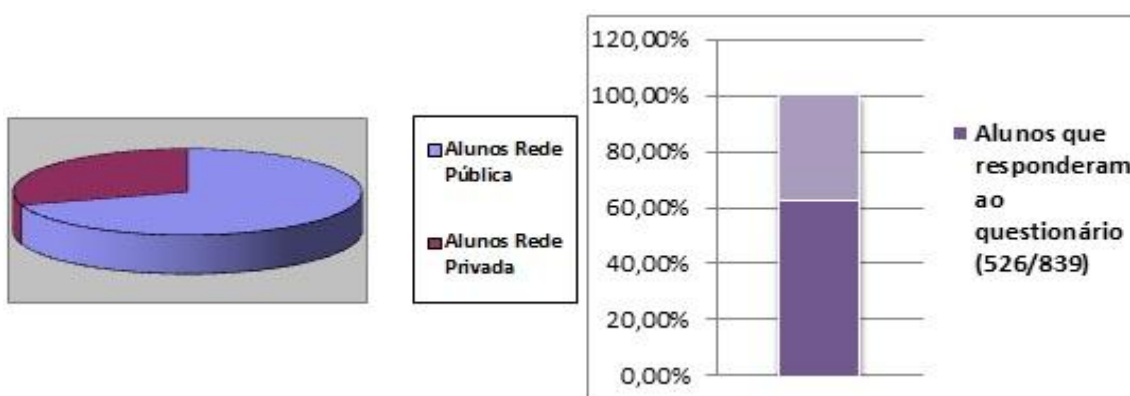
Desenvolvimento da subjetividade, capital humano, trabalho imaterial e capital do conhecimento são, portanto, termos inseridos no contexto socioeconômico da pós-modernidade. O Projeto MetrÓpole Digital aparece, nesse contexto, como forma de exemplificar como os jovens podem apropriar-se dessa nova realidade e formular em seu campo cognitivo significados para os termos conceituados.

O Projeto MetrÓpole Digital

O MetrÓpole Digital é um projeto a distância da Universidade Federal do Rio Grande do Norte destinado a jovens, cujos objetivos são: oferecer formação de mão-de-obra especializada em desenvolvimento de hardware e software; atuar como pólo gerador de novas oportunidades e empreendimentos em TI; fornecer inclusão digital e social; estimular jovens talentos a ingressar na área para uma formação em nível superior. Através de módulos nos quais os alunos aprendem desde matemática básica a programação avançada, o MetrÓpole qualifica jovens para a inserção no mercado de trabalho, aprimora e disponibiliza conhecimentos e desenvolve aptidões nos sujeitos para lidarem com os desafios da vida cotidiana, inclusive com o construto de cidadania.

A pesquisa empírica projetou questionários abertos online para identificar relações entre os objetivos propostos pelo projeto de pesquisa e o método aplicado pelo MetrÓpole Digital, bem como os seus efeitos sobre os participantes.

O questionário aplicado no período de dezembro/2010 a janeiro/2011 foi respondido por um total de 526 alunos inscritos no projeto, subdivididos em 25 turmas, em uma porcentagem de 30% da rede privada e 70% da rede pública. O total de alunos matriculados no projeto é de 839, contabilizando uma porcentagem de 62,7% de alunos do MetrÓpole Digital que responderam ao questionário.

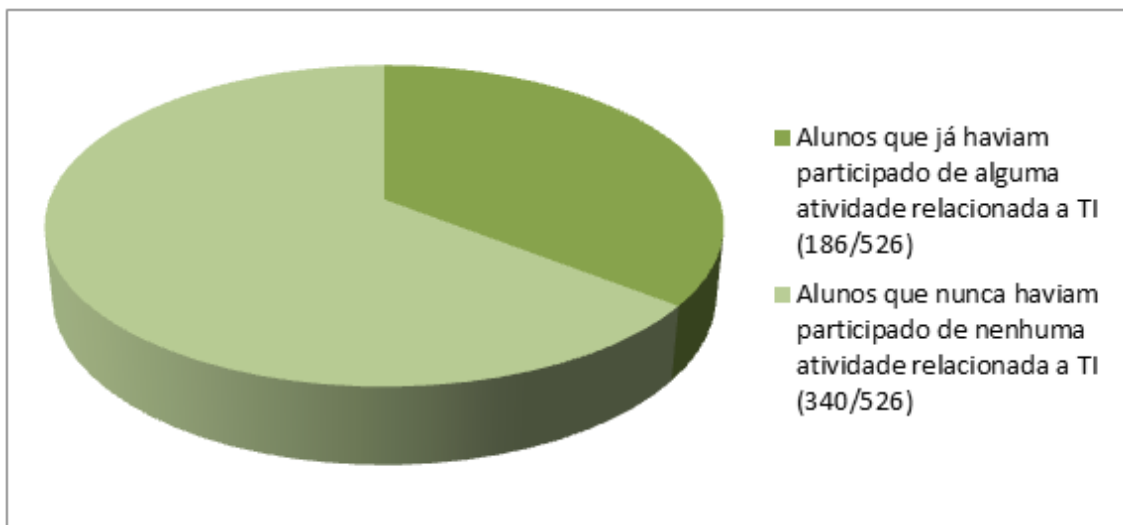


O questionário buscava identificar a relação do Projeto MetrÓpole Digital com o desenvolvimento do subjetivismo e profissionalização dos bolsistas. O resultado, em geral, atendeu às expectativas dos objetivos propostos pela pesquisa, uma vez que os alunos puderam analisar, eles próprios, o seu desenvolvimento no projeto, a importância que o mesmo adquirira em suas vidas, seja a fim de um desenvolvimento pessoal, profissional, ou ambos. Também puderam avaliar os conhecimentos adquiridos e qualificá-los de acordo com a sua expectativa para um futuro profissional. O MetrÓpole Digital, partindo das respostas analisadas, tem sido um meio de desenvolvimento de cognição e preparo não só para o mercado específico de TI como para outros setores de atuação pessoal e profissional dos bolsistas.

As duas primeiras questões tiveram como intuito identificar o contato prévio dos alunos com a tecnologia da informação. Dos 526 entrevistados, 35,5% (186 alunos) responderam que já haviam integrado alguma atividade relacionada à informática antes de inscreverem-se no MetrÓpole Digital. Um contato anterior de muitos pôde ser um atrativo ou mesmo o motivo real para que se inscrevessem no Projeto. Já aqueles que nunca haviam participado de nenhum outro curso (graduação ou técnico), programa,



projeto ou atividade ligada à informática – esses totalizam 64,5%, 340 alunos - encontraram no Metrópole uma nova “janela” de acesso ao mundo, como aparece nos dados, a partir do processo de desenvolvimento e ampliação da aprendizagem e conseqüentemente da cognição, beneficiando a maioria deles, por meio de inclusão digital, bem como possibilitando modificações, operadas na personalidade desses jovens na visão de mundo e sua participação como cidadão, justificada na resposta da terceira questão.

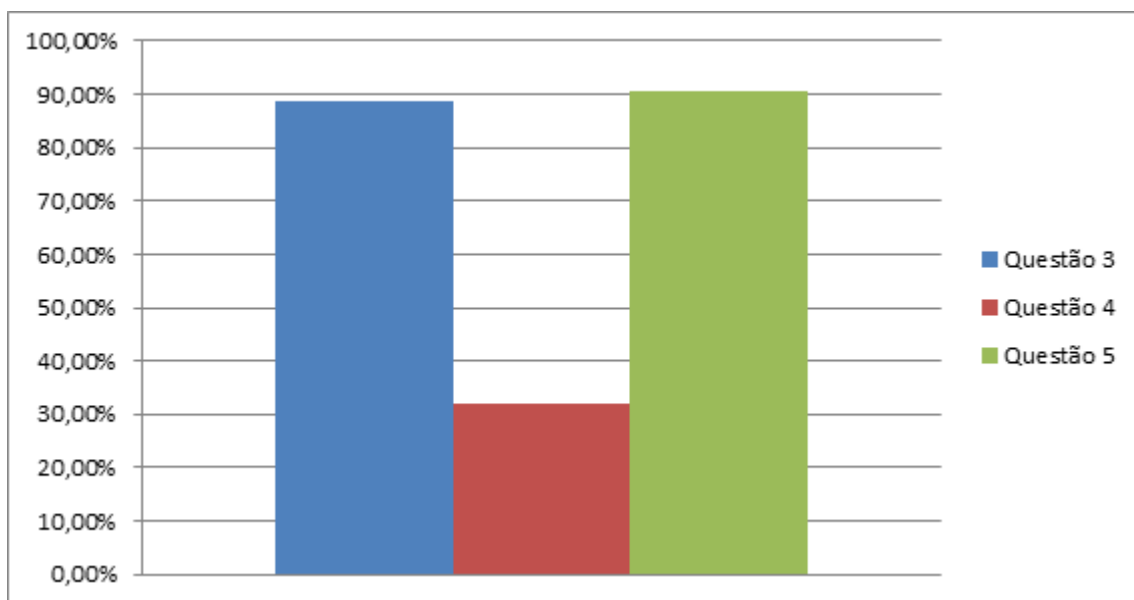


É pertinente destacar que a terceira pergunta objetiva descobrir de que formas o Projeto tem sido útil para os bolsistas. 466 alunos (88,6%) julgaram o projeto útil em seu dia-a-dia. A análise permitiu constatar que o Projeto Metrópole Digital não se trata apenas de inclusão na tecnologia da informação, uma vez que muitos alunos citaram que o projeto lhes trouxe como benefício a melhora no inglês, na forma de lidar com problemáticas diárias e um melhor desempenho nas disciplinas escolares (matemática, principalmente) e universitárias (para aqueles cujos cursos integram a área tecnológica), bem como um melhor raciocínio lógico. Ainda atribuem ao Metrópole Digital a habilidade com a manutenção de sua própria máquina, servindo também para atender às necessidades técnicas dos equipamentos de amigos e familiares, poupando-lhes o dinheiro que gastariam com um técnico. Alguns alunos ainda afirmam que o Projeto colaborou na evolução de sua responsabilidade e capacidade de comunicação, tornando-a mais aberta e dinâmica, caracterizando-o como um incentivador na formação da Cidadania.



As respostas obtidas na quarta questão identificam aqueles alunos que ingressaram no projeto devido a uma perspectiva empregatícia ao término do curso. 168 alunos (32% dos bolsistas) tencionavam adquirir algum emprego ao inscreverem-se no Metrópole Digital e julgaram ser o futuro profissional o motivo que os impulsionou a ingressarem no Projeto. Porém, outras razões foram indicadas, como: a bolsa remunerada, o interesse na área de informática, a possibilidade de adquirir conhecimentos novos, e ainda ser um curso técnico da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

No entanto, a análise da porcentagem da quinta questão indica uma parcela que acredita que o Metrópole Digital lhes acarretará uma oportunidade de emprego ou que já foram contemplados com alguma atividade profissional devido ao Projeto. Em geral, a grande maioria dos entrevistados – 90,7%, 477 alunos - têm a intenção de conseguir algum emprego com os conhecimentos adquiridos no Metrópole, acreditando que isso será possível, ou mesmo já foram beneficiados profissionalmente por meio do Projeto. Alguns já têm a sua própria fonte de renda e vêem o Metrópole Digital como um apoio para o que fazem e poucos são os que desacreditam no Projeto como uma qualificação profissional.



A forma correspondente a questão 3 indica a porcentagem de 88,6% de alunos que acreditam que os conhecimentos adquiridos a partir do Metrópole Digital são válidos e os auxiliam no dia-a-dia. A forma correspondente a questão 4, por sua vez, indica a porcentagem de 32% de alunos que se inscreveram no Metrópole Digital por uma perspectiva empregatícia. O retângulo 5, correspondente a questão 5, por fim, representa os 90,7% de alunos que vêem no Metrópole Digital uma oportunidade de atividade profissional ou já adquiriram alguma mobilidade através do Projeto.



CONCLUSÃO

Dessa forma, identifica-se no MetrÓpole Digital uma interação midiaticizada que propÕe não a alfabetização digital, mas a profissionalização de jovens por meio do contato com a cultura digital e do entendimento de suas técnicas. Caminhamos para um tempo em que as habilidades adquiridas são cada vez menos materiais e mais imateriais. O trabalho braal é substituído pelo trabalho intelectual e a capacidade que o indivÍduo tem de acumular tal conhecimento é o seu valor na nova sociedade da informação. O tempo de trabalho se torna cada vez mais relativo e indeterminado, uma vez que paga-se pelo produto final e não o salário baseado em cargas horárias de um produtor.

O MetrÓpole Digital desenvolve não apenas habilidades para um determinado campo cognitivo, mas auxilia em diversas áreas da subjetividade dos jovens, provando que é possÍvel, por tabela, formar não apenas técnicos em programação, mas cidadãos qualificados para se tornarem receptores dos mais variados tipos de informações.

A tendência  que a cultura digital interaja cada vez mais ativamente nos vários setores da sociedade e que, aqueles que têm o domÍnio dela, sejam privilegiados em um futuro bem iminente – ou já presente. “Se alguma coisa pode ser dita, é que a Internet parece ter um efeito positivo sobre a interação social, e tende a aumentar a exposição a outras fontes de informação.” (CASTELLS, 2004)

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2004.

BENNETT, S.; MATON, K.; KERVIN, L. (2008). **The ‘digital natives’ debate: A critical review of the evidence**. *British Journal of Educational Technology* 39 (5): 775-786

BOCK, Ana Mercês Bahia; FURTADO, Odair; TEIXEIRA, Maria de Lourdes Trassi. **Psicologias: uma introdução ao estudo de psicologia**. São Paulo: Ed. Saraiva, 2009.

EISENBERG, José. **Internet Popular e Democracia nas Cidades**. IP. Informática Pública, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 7-24, 1999

GORZ, André. **O Imaterial: conhecimento, valor e capital**. São Paulo: Ed. Annablume, 2005.

LEHDONVIRTA, Vili; RSNEN, Pekka. **How do young people identify with online and offline peer groups? A comparison between UK, Spain and Japan**. *Journal of Youth Studies*, 2010.



Portal Oficial Ministério das Comunicações. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/>>. Acesso em: 15 set. 2010.

Site Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação. Disponível em: <<http://www.cetic.br/>>. Acesso em: 15 set. 2010.

Site Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/default.php>>. Acesso em: 15 set. 2010.