

**Geração Internet:
quem são e para que vieram. Um estudo de caso**

***The Internet generation:
who they are and what they came here for. A case study***

**Aline Moraes Lopes, Márcia Gorett Ribeiro Grossi ,
Marco Polo Oliveira da Silva e Reinaldo Richardi Oliveira Galvão ***

Este artigo tem o objetivo de traçar um perfil da Geração Internet, e analisar como ela utiliza a rede mundial de computadores e suas ferramentas para envolver-se em assuntos relacionados a aspectos cívicos, políticos e sociais. O estudo foi baseado em revisão literária e na análise de pesquisa direcionada aos indivíduos dessa geração no início de suas vidas acadêmicas em instituições públicas e particulares.

39

Palavras-chave: Geração Internet, redes sociais, movimentos sociais, democracia digital

This article aims at presenting a profile on the Internet generation, and at analysing how it uses the World Wide Web -as well as its tools- to engage in subjects related to civic, political and social aspects. The study was based on a literature review and its analysis was directed to the individuals of this generation since the beginning of their academic lives in public and private institutions.

Key words: Internet generation, social networks, social movements, digital democracy

* *Aline Moraes Lopes:* Mestranda em Educação Tecnológica pelo CEFET MG. E-mail: adrenalineletras@hotmail.com. *Márcia Gorett Ribeiro Grossi:* doutora em ciência da informação (UFMG) e Professora do CEFET-MG. E-mail: marciagrossi@terra.com.br. *Marco Polo Oliveira da Silva:* especialista em educação à distância (PUC Minas). E-mail: mposilva@yahoo.com.br. *Reinaldo Richardi Oliveira Galvão:* mestrando em Educação Tecnológica pelo CEFET-MG. E-mail: reinaldogalvao@gmail.com.

Introdução

As transformações econômicas, sociais, culturais oriundas da implementação das tecnologias digitais, de informação e comunicação em âmbito mundial propiciaram alterações significativas não apenas relacionadas à capacidade técnica de realização das ações humanas, mas também provocaram mudanças no que concerne ao modo de agir e pensar principalmente entre os indivíduos que utilizam das tecnologias em suas diversas atividades cotidianas.

A influência e manuseio da tecnologia nas práticas sociais são incorporadas para diferentes finalidades e usuários. Neste cenário, cabe destacar um aumento expressivo de pessoas que usam a internet para se comunicar, buscar informações, comprar, realizar serviços diversos, trabalhar, se entreter e, também se envolver em manifestações de engajamento cívico e de cunho social.

As gerações de jovens orientados pelo comportamento e pensamento predominante de sua época acabam por delimitar um perfil diferente das gerações anteriores. Essas alterações se fazem presente não apenas no que se refere a aspectos comportamentais, já que estes são evidentes e previstos por meio das mudanças sociais, todavia estão relacionados também as interações efetuadas entre eles e o meio e como isso pode ser edificado.

De acordo com Serrano (2011) a Geração X pode ser assim classificada: “têm sua data de nascimento localizada, aproximadamente, entre os anos de 1960 e 1980. A Geração X é formada pelos filhos da Geração *Baby Boomers*, formada logo após a Segunda Guerra Mundial e pelos pais da Geração Y” Essa geração caracteriza-se pela individualidade sem a perda da convivência em grupo, pela busca da liberdade e ruptura com as gerações anteriores.

Já em relação à Geração Y, Serrano (2011) afirma que “ao contrário do que muitos pensam não se refere exatamente a uma legião de adolescentes, mas sim a uma “determinada” geração, nascida entre os anos 1980 e 2000. São os filhos da Geração X e netos dos *Baby Boomers*”. Estes são caracterizados por estar sempre conectado, por procurarem informações fáceis e imediatas, preferir computadores a livros, e-mails a cartas, digitar ao invés de escrever, utilizar redes de relacionamento, compartilhar tudo o que é seu: dados, fotos, hábitos e buscar sempre novas tecnologias.

Existe uma outra geração que esta sendo muito atuante e presente: a Geração “Z”, que segundo Serrano (2011) é uma geração que não é formada pelos filhos da Geração Y. A letra Z indica uma geração de indivíduos preocupados com a conectividade, bem como com os demais indivíduos de forma permanente.

Neste sentido, pode-se inferir que os indivíduos que compõem a Geração Z são marcados também por características evidentes também nas outras gerações atentando-se ainda para particularidades que a distingue das demais, como a preocupação com questões relacionadas ao meio ambiente e responsabilidade social.

Já Tapscott (2010) denomina a Geração Y como Geração Internet (GI) e afirma ser essa geração muitas vezes identificada pelo senso comum como individualista, pouco preocupada com as demandas de sua comunidade, desinformada e ainda apática no que se refere às questões de participação social, cívica e política.

Assim, o objetivo deste artigo foi verificar se essas concepções do senso comum se confirmam ou refutam em relação à população de indivíduos recém ingressos no Ensino Superior e potencialmente pertencentes à Geração Internet (GI) bem como traçar o perfil dos indivíduos potencialmente pertencentes à GI realizando leituras de suas características na utilização da internet nas ações cotidianas.

Para a realização deste estudo a metodologia utilizada foi pesquisa descritiva utilizando-se da técnica de coleta de dados da realidade presente: duas Instituições de Ensino Superior sendo uma pública e outra privada. O instrumento utilizado foi a aplicação de questionário investigativo e o universo da amostragem corresponde a 137 entrevistados na seguinte proporção: 58 na Instituição pública, uma amostra que representa aproximadamente 34% e 79 na privada, perfazendo cerca de 35%.

1. Referencial teórico

1.1. O perfil da Geração Internet

Uma geração é determinada pelo conjunto de indivíduos nascidos em uma mesma época e que possuem características comuns no que concerne a comportamentos, valores e princípios. De acordo com a Literatura existem seis tipos descrições de gerações: *Seniors*, *Builderpel*, *Baby Boomers*, Geração X, Geração Y e Geração Z. Neste estudo contemplou-se o estudo da Geração Y: a Geração Internet, segundo Tapscott (2010).

41

A Geração Internet (GI) é composta pelos indivíduos nascidos a partir da segunda metade da década de 1980 até a atualidade. Essa geração é marcada pelo uso intenso das tecnologias, principalmente a internet. Sua forma de pensar e agir estão pautados na agilidade, possuem destrezas em realizar várias atividades simultâneas e um desprendimento geográfico, pois suas tarefas são associadas à rede internacional de computadores. Todavia o escopo dessa geração está sendo ampliado e reforçado pelos adeptos e entusiastas das novas tecnologias. De donas de casa a empresários, a Geração GI vê cada vez mais seu espaço sendo dividido com pessoas de outras gerações que descobrem que a praticidade e a velocidade que a nuvem virtual proporciona aos que se adere a tal prática como a Geração Z. Assim, essa mescla de gerações compartilhando as mesmas formas de interatividade num espaço que até então era quase predominantemente utilizado por jovens pode ser vislumbrado positivamente na amplitude e facilidade da rede em atingir diferentes atores sociais para um objetivo comum.

Segundo Tapscott (2010) a GI muitas vezes é denominada pelo o senso comum como Geração Eu. Essa premissa pode estar pautada na ascensão do individualismo

provocado pelas transformações e mudanças sociais e não com o uso da tecnologia em si. Também Marcuse (1998) já percebia essa individualidade:

“No decorrer do processo tecnológico, uma nova racionalidade e novos padrões de individualidade se disseminaram na sociedade, diferentes e até então mesmo opostos àqueles que iniciaram a marcha da tecnologia. Essas mudanças não são de efeito (direto ou derivado) da maquinaria sobre os seus usuários ou da produção de massa sobre os seus consumidores; são antes, elas próprias, fatores determinantes no desenvolvimento da maquinaria e da produção de massa” (Marcuse, 1998: 74).

O Jovem da GI cresceu sem limites geográficos impostos pelo seu bairro, cidade ou país. “Tudo isso se efetou a partir da utilização das redes, sendo que a formação de redes é uma prática muito antiga, mas as redes ganharam uma vida nova em nosso tempo transformando-se em redes de informação energizadas pela internet” (Castells, 2003: 07). E a expressividade dessas redes em âmbito mundial propiciou uma das principais formas de comunicação, informação e formação desses jovens. Sendo assim, estes são informados e formados em tempo real. Estes jovens absorvem quantidades expressivas de informações, talvez de forma acrítica, esse é um grande desafio, todavia a exposição a informações é muito maior.

42

Outro fator preponderante que a disseminação das redes efetou a partir do surgimento e crescimento das redes sociais foi à maneira como a Geração GI vê e participa de ações sociais, culturais e políticas. Castells (2003) afirma que as trocas sociais online vêm constituindo na contemporaneidade um papel de organização social como um todo. Este autor ainda observa que, a partir destas interações podem-se criar laços de mobilização acerca de um fato de repercussão nacional ou mesmo mundial. Ao se tornar cada vez mais politizados, a Geração Internet poderá eliminar o modelo político convencional de massa com seu estilo de atuação.

Assim, a utilização de redes sociais proporcionou novos meios de se organizar e participar de grupos de seu interesse e defender seus ideais dando voz e expondo os pensamentos, expectativas e indignações, tudo isso garantido pela rápida velocidade de propagação de informações, conferindo a esses jovens maior afinidade com a rede.

Essa geração, amparada pela internet e pelos gadgets eletrônicos, está mudando as relações entre os homens de uma forma irreversível. Está criando um novo “espaço antropológico” classificado por Lévy (1997) como “um sistema de proximidade (espaço) próprio do mundo humano (antropológico) e, portanto, dependente das técnicas, dos significados, da linguagem, da cultura, das convenções, das representações e das emoções humanas” (Lévy, 2007: 22).

1.2. As redes sociais e os movimentos sociais

Nos primeiros anos do século XXI, o mundo pôde observar o surgimento de uma nova forma de comunicação multidirecional que se baseia na colaboração e na construção coletiva, a web 2.0 (O'Reilly, 2005). Em poucos anos, inserida neste novo modelo da web, surgem às redes sociais para consolidar a estrutura colaborativa e participativa da web 2.0.

Nas redes sociais o usuário, além de se conectar com amigos, familiares ou desconhecidos que tem algum tipo de afinidade, também pode compartilhar qualquer tipo de conteúdo que seja em sua opinião, relevante. Este processo de compartilhamento permite que um conteúdo produzido por um usuário possa alcançar um número cada vez maior de outros usuários das redes sociais. Este fenômeno ficou conhecido como “efeito viral” (Kist, 2009; Felinto, 2008).

Assim, nas redes sociais os indivíduos podem trocar informações, experiências, criar comunidades virtuais ou fóruns de discussão que tratam de temas específicos, bem como divulgar idéias ou conceitos que acreditam serem importantes para si e para a comunidade nas quais estão inseridos.

Em um ambiente de constante discussão e edificação de conhecimento, o surgimento de movimentos sociais que tem como origem as redes sociais já era previsto por Castells (2003) ao afirmar que a partir das interações sociais na web 2.0, podem-se criar laços de mobilização acerca de um fato de repercussão nacional ou mesmo mundial. Este movimento pode ser motivado por uma insatisfação social, política ou até mesmo por eventos pouco peculiares que comovem uma sociedade, como atos de extrema violência, discriminação ou desastres naturais.

43

Neste viés, os movimentos sociais de caráter político ganharam força à medida que mais usuários aderiram à utilização das ferramentas da web 2.0, principalmente as redes sociais como o propósito de mobilização social. Tapscott (2010) explicita as vantagens deste novo modelo de participação política quando afirma que as tecnologias da web 2.0 tornaram o processo de engajamento dos cidadãos na elaboração de políticas muito mais fácil e barato do que nunca, ao fornecer ferramentas para sustentar a criação de conhecimentos e a construção de comunidades, que são dois aspectos centrais da elaboração de políticas na era digital.

Portanto o objetivo do movimento social em rede não é fazer que os cidadãos instruem os políticos, e sim favorecer um diálogo que engaje as pessoas na vida política, que as façam pensar sobre as questões, assumir um papel ativo na melhoria de suas comunidades e mobilizar a sociedade para uma mudança positiva. Tanto os políticos quanto os cidadãos se tornariam mais informados e aprenderiam uns com os outros. Desta forma se afastariam da democracia de massa, aproximando-se cada vez mais da democracia participativa (Tapscott, 2010).

Observa-se, portanto, que a internet tornou-se um importante instrumento de articulação e comunicação das Organizações Não Governamentais (ONGs),

movimentos sociais, ou mesmo grupos de cidadãos, convertendo a rede em um espaço público fundamental para o fortalecimento das demandas dos atores sociais, para ampliação do alcance de suas ações, e no desenvolvimento de estratégias de luta mais eficazes, favorecendo assim o engajamento cívico (Machado, 2007).

Define-se engajamento cívico, de acordo com Adler e Goggin (*apud* Oliveira e Santos, 2011), como o elemento de mudança social inerente na participação cívica. O engajamento cívico descreve como um cidadão ativo participa na vida da comunidade em que vive, a fim de ajudar a moldar o seu futuro. Em última análise, o objetivo do engajamento cívico é a mudança social.

Desta forma, o uso das redes sociais para organizar e divulgar movimentos sociais como ferramenta de participação e construção colaborativa, pode ampliar o engajamento cívico e permitir ao cidadão comum ser um agente ativo no processo de mudança social.

1.3. Democracia digital

Falar sobre participação em movimentos sociais e engajamento cívico é falar sobre democracia. É possibilitar aos cidadãos participarem conscientemente das decisões políticas e também de cunho social e econômico da sociedade. Para isso é necessário que o cidadão esteja informado e tenha conhecimento dos seus direitos e deveres e é neste contexto que a internet pode ser vista como uma ferramenta que propicie o exercício da democracia.

Assim a forte relação entre Internet, democracia e política fez surgir a democracia digital, que é uma forma nova de participação do cidadão nas ações do governo, sendo por meio de solicitação de informações, expressão de opinião, acompanhamento e cobrança de respostas.

De acordo com Silva (2005) A democracia digital, ou e-democracia, foi classificada em cinco níveis:

* *Primeiro grau de democracia digital*: As informações das organizações públicas são disponibilizadas aos cidadãos a partir da utilização das Tecnologias da Informação e Comunicação. A interatividade é efetuada apenas na disposição de informações aos cidadãos sobre informações governamentais e ou prestação de serviços públicos. Ênfase na eficiência instrumental da relação política.

* *Segundo grau de democracia digital*: Consiste na utilização das Tecnologias da Informação e Comunicação pelas instituições públicas com o objetivo de adquirir opiniões dos usuários com o intuito de servir de instrumento de auxílio na tomada de decisão política, embora o poder de decisão final ainda concentra-se no governo. O governo não cria um dialogo efetivo com a esfera civil, mas emite sinais para o público a fim de receber algum tipo de retorno.

* *Terceiro grau de democracia digital*: É concebido pelos princípios da transparência e da prestação de contas, propiciando uma maior permeabilidade da esfera governamental para alguma intervenção da esfera civil. Este princípio produzirá uma maior preocupação na responsabilidade política e, com isso, um

maior controle popular sobre as ações governamentais.

* *Quarto grau de democracia digital*: Consiste na concepção de estratégias que favoreçam a discussão, visando o convencimento mútuo com o objetivo a uma tomada de decisão a partir do próprio público, definindo práticas mais sofisticadas de participação democrática.

* *Quinto grau de democracia digital*: A utilização das Tecnologias da Informação e Comunicação constitui a possibilidade de aplicação da democracia direta. A esfera cível possui prerrogativas plenas na tomada de decisões sem interferência de entidades políticas.

2. Metodologia

A metodologia de pesquisa empregada para a realização deste estudo foi o tipo descritiva que tem como objetivo investigar e conhecer situações típicas de um determinado grupo e a sua forma de exploração ocorreu a partir do estudo de caso, sendo que o instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário, composto por 13 questões que abordavam os seguintes temas: Perfil do usuário; Uso da internet; Redes sociais e Democracia digital.

O questionário foi aplicado entre os dias 30 de novembro e 02 de dezembro de 2011 em duas instituições de ensino superior, sendo uma pública, A Universidade Federal de Viçosa – Campus Florestal e outra privada, a Faculdade de Pará de Minas (FAPAM), ambas localizadas na região centro-oeste do estado de Minas Gerais.

45

Esta região foi escolhida para a realização dessa pesquisa porque passa por uma fase de grande desenvolvimento social, político e educacional e que concentra diversas universidades particulares e privadas.

No total foram aplicados 137 questionários. Sendo 58 na Instituição pública, uma amostra que representa aproximadamente 34% e, 79 na privada, perfazendo cerca de 35%.

2.1. Análise dos dados, resultados e discussão

A demonstração dos resultados, bem como suas análises, foi agrupada em três itens, de acordo com os temas abordados no questionário:

2.1.1. Perfil dos entrevistados

O grupo de entrevistados está cursando o ensino superior e almeja seu espaço no mercado de trabalho. Compõe-se de indivíduos das mais diferentes características individuais e sociais.

A internet é uma realidade para estes estudantes, pois mais de 80% da amostragem geral da pesquisa utilizam a internet diariamente, como pode ser observado na **Tabela 1**. É o motor que impulsiona essa geração a conectar-se cotidianamente, isso quando não está constantemente online através de aparelhos móveis.

Tabela 1. Frequência de acesso à Internet

FREQUÊNCIA DE ACESSO À INTERNET	RESPOSTAS	PORCENTAGEM
Diariamente	87	57,6%
Constantemente conectado	35	23,2%
Mais de 3 vezes por semana	15	9,9%
Semanalmente	9	6,0%
Esporadicamente	5	3,3%
TOTAL	151	100,0%

Fonte: Dados coletados pelos autores

Em um primeiro momento pode-se até acreditar que o grande atrativo da Grande Rede Mundial é o lazer e as brincadeiras, todavia essa premissa é errônea. De acordo com a pesquisa realizada a maioria dos usuários da Geração Internet tem como principal foco a utilização nos estudos, esses valores correspondem a 25% da amostragem geral da pesquisa. Esses dados podem estar relacionados ao fato dos estudantes estarem na faculdade ou procurando novas oportunidades através de especializações.

46

O lazer e o trabalho aparecem quase empatados logo a seguir. Com relação ao trabalho é justificável pelo fato de que, contatar os clientes, fornecedores, promover produtos e serviços, pagar contas, enviar propostas comerciais e executar transações bancárias são infinitamente mais fáceis através das ferramentas da web. O lazer e a manutenção de contatos sociais muitas vezes se complementam na web e isso pode ser percebido pela proximidade das respostas nesses quesitos e também pelo amplo uso das redes sociais, já que 83% dos entrevistados servem-se delas, sendo que elas englobam os contatos sociais e que é também uma forma de atividade voltada para lazer. Ainda quanto ao uso da internet, itens mais pessoais, e que também trazem comodidade como serviços bancários e compras pela internet e outros usos mais específicos também fazem parte da rotina da GI.

Tabela 2. Utilização da Internet

UTILIZAÇÃO DA INTERNET	RESPOSTAS	PORCENTAGEM
Estudo	133	24,5%
Lazer	103	19,0%
Trabalho	101	18,6%
Contatos sociais	97	17,9%
Compras	58	10,7%
Serviços Bancários	49	9,0%
Outros	2	0,4%

Fonte: Dados coletados pelos autores

Sendo, portanto o estudo, trabalho e lazer as atividades mais executadas pelos entrevistados, os locais de acesso também seguem uma linha racional a esse fato. A maioria conecta em casa, acesso esse que pode ser para qualquer uma das atividades citadas, no trabalho, que corresponde bem a sua utilização e nas Instituições de Ensino. As *Lan House's*, tão populares na década passada, e alvo da juventude na época representa uma pequena fatia de onde se acessa a internet, o que pode ser explicado pela atual oferta de dispositivos móveis como *smartphones* e *tablets*, que além de serem objetos de desejo da GI os acompanham no seu dia a dia e ainda são uma crescente tendência do mercado de telecomunicações.

Tabela 3. Locais de acesso à web

LOCAIS EM QUE ACESSA A INTERNET	RESPOSTAS	PORCENTAGEM
Em casa	121	39,7%
No trabalho	67	22,0%
Instituição de ensino	64	21,0%
Dispositivos móveis	47	15,4%
Lan house	6	2,0%

Fonte: Dados coletados pelos autores

47

Os resultados obtidos na análise das **Tabelas 2 e 3**, são confirmados por Castells (2003) ao afirmar que “antes de mais nada, os usos de Internet são, esmagadoramente, instrumentais, e estreitamente ligados ao trabalho, à família e à vida cotidiana” (Castells, 2003: 99).

A Geração Y, que foi batizada pelo boom da internet no início do século XXI, portanto, foi formada por aqueles jovens ansiosos, que afirmavam que o importante era o agora e, principalmente que cresceram cercados de aparatos eletrônicos.

Essa é a Geração Z, que na verdade não são os filhos da Geração Y, mas entusiastas e adeptos da tecnologia da informação e utilização da internet que fazem parte de outras gerações.

Assim, a atração e o fascínio causado pelas novas tecnologias de comunicação imputadas aos jovens da GI também atraem simpatizantes de outras gerações, que acreditam no potencial, buscam conhecer e utilizar essas ferramentas e muitas vezes, voltam sua atenção para a necessidade de começar ou mesmo retornar ao meio acadêmico como forma de participar ativamente das mudanças já absorvidas pela GI, isso fica evidente na tabela seguinte que mostra a idade dos recém ingressos na Faculdade, sendo que pessoas acima dos trinta anos na presente amostragem acessam a internet, em sua maioria, diariamente, participam de redes sociais, embora não compartilhem ativamente de movimentos sociais, o mesmo também pode ser verificado em relação aos jovens da GI como indica a **Tabela 4**.

Tabela 4. Internet e faixa etária

FAIXA ETÁRIA	NÚMERO DE INDIVÍDUOS	ACESSAM A INTERNET DIARIAMENTE	PARTICIPAM DE REDES SOCIAIS	PARTICIPAM DE MOVIMENTOS SOCIAIS
Geração Internet (até 30 anos)	110	81%	90%	40%
De 31 a 40 anos	18	78%	61%	33%
De 40 a 50 anos	6	83%	67%	0%
De 50 a 60 anos	2	100%	50%	50%

Fonte: Dados coletados pelos autores

O alto índice de participação em Redes Sociais que corresponde a mais de 83% de adeptos nessa atividade e entre eles 59% acessam diariamente, como se observa na **Tabela 5**, indica que as Redes Sociais tem um papel importante na formação das novas interações sociais virtuais, ou Comunidades Virtuais conforme afirma Castells (2003): “Essas redes online tornam-se formas de ‘comunidades especializadas’, isto é, forma de sociabilidade construídas em torno de interesses específicos. Como as pessoas podem facilmente pertencer a várias dessas redes, os indivíduos tendem a desenvolver seus ‘portfólios de ‘sociabilidade’” (Castells, 2003: 110).

48

Tabela 5. Frequência de acesso às redes sociais

FREQUÊNCIA DE ACESSO ÀS REDES SOCIAIS	RESPOSTAS	PORCENTAGEM
Diariamente	55	42,6%
Está constantemente conectado	19	14,7%
Mais de 3x/semana	24	18,6%
Semanalmente	18	14,0%
Esporadicamente	13	10,1%

Fonte: Dados coletados pelos autores

De fato o acesso e utilização de Redes Sociais por parte dos entrevistados mostram que 90% das pessoas que conectam - se Redes Sociais, manuseiam mais de uma rede. As redes sociais mais experimentadas por nossos entrevistados seguem, na mesma ordem aquelas mais utilizadas no Brasil (CGI, 2011), conforme a mostra a **Tabela 6**.

Tabela 6. Redes sociais utilizadas

REDES SOCIAIS	RESPOSTAS	PORCENTAGEM
Orkut	111	32,7%
Facebook	107	31,6%
Google+	51	15,0%
Twitter	36	10,6%
LinkedIn	15	4,4%
Outros	13	3,8%
MySpace	6	1,8%

Fonte: Dados coletados pelos autores

A forma de utilização das redes sociais também segue o padrão observado nas atividades gerais de utilização da Internet, onde lazer, contatos sociais e trabalho estão entre os itens de maior destaque, como mostra a **Tabela 7**.

Tabela 7. Utilização das redes sociais

UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS	RESPOSTAS	PORCENTAGEM
Lazer	109	35,5%
Manter contato com amigos / família	104	33,9%
Trabalho	48	15,6%
Participar de movimentos sociais	23	7,5%
Promover discussões, eventos, etc.	23	7,5%

49

Fonte: Dados coletados pelos autores

É importante também analisar que as redes sociais ampliam os contatos sociais em uma posição geográfica mais abrangente e levam os indivíduos a uma manutenção mais constante desses contatos. Castells (2003), citando o trabalho de Katz, Rice e Aspden (2001) confirma isso ao afirmar que “os usuários da Internet tendiam mais do que não-usuários a se encontrar com amigos e a ter uma vida social longe de casa, embora suas redes de interação social fossem mais dispersas espacialmente que as dos não-usuários.” (Castells, 2003: 99).

A participação em movimentos sociais, discussões e a promoção de eventos ainda estão pouco representadas, que induz a inferir que há uma exploração reduzida em relação ao aproveitamento das ferramentas da Internet no âmbito do Engajamento Cívico e Social.

2.1.2. Movimentos sociais

No grupo pesquisado, 40% participam ou apóiam movimentos sociais na internet e 60% dos entrevistados não estão envolvidos deste tipo de ação. Dentre aqueles inseridos pode-se observar na **Tabela 8** que a maior parte dos pesquisados apóiam movimentos sociais de caráter cultural. A integração em movimentos de caráter ambiental também é comum entre os entrevistados na pesquisa.

Tabela 8. Natureza dos movimentos sociais

NATUREZA	RESPOSTAS	PORCENTAGEM
Cultural	25	29,1%
Ambiental	17	19,8%
Religiosa	14	16,3%
Filantrópica	13	15,1%
Política	13	15,1%
Econômica	4	4,7%

Fonte: Dados coletados pelos autores

50

O nível de engajamento nos movimentos sociais do grupo analisado é quantificado na **Tabela 9**. Pode-se observar que a maioria dos entrevistados apóiam os movimentos sociais, enquanto apenas um quarto deles se empenham em divulgar os movimentos que participam na web. Estes resultados indicam que uma parcela significativa dos entrevistados tem uma atitude mais reflexiva do que ativa dentro dos movimentos sociais na internet.

Tabela 9. Nível de engajamento

NÍVEL DE ENGAJAMENTO	RESPOSTAS	PORCENTAGEM
Apóio	52	74,3%
Divulgo	17	24,3%
Organizo informações e dados	1	1,4%
Fundi um movimento social	0	0,0%
TOTAL	70	100,0%

Fonte: Dados coletados pelos autores

Na **Tabela 10** verifica-se que a maior parte dos integrantes da geração internet que apóiam ou participam ativamente de movimentos sociais compartilham com amigos

informações sobre os movimentos que mais se afinam. Esta atitude revela uma posição muito mais ideológica e reflexiva do que proativa no processo de mobilização social através da web.

Tabela 10. Ações realizadas ao participar de movimentos sociais na internet

ACÇÕES REALIZADAS NA INTERNET	RESPOSTAS	PORCENTAGEM
Compartilhei com amigos ou seguidores	48	36,9%
Postei um comentário	34	26,2%
Votei em uma enquete	25	19,2%
Assinei uma petição ou abaixo assinado online	20	15,4%
Criei algum conteúdo	2	1,5%
Divulguei em meu Blog, Canal ou Website	1	0,8%

Fonte: Dados coletados pelos autores

2.1.3. Democracia digital

No que se refere a democracia digital a influência que o integrante da geração internet tem acerca da validade da web enquanto instrumento de democracia define e caracteriza sua maneira de proceder na sua utilização. Na **Tabela 11** pode-se observar a crença que os entrevistados têm sobre a democracia na internet. De acordo com os resultados obtidos observa-se que a geração internet acredita que de alguma forma a internet é um instrumento democrático, contudo não é utilizada para esse fim.

51

Tabela 11. A internet como instrumento democrático

OPINIÕES SOBRE O USO DA INTERNET COMO INSTRUMENTO DEMOCRÁTICO	RESPOSTAS	PORCENTAGEM
Não creio que que a internet seja um instrumento de democracia.	6	3,9%
Acredito que tem potencial para tal, mas não é utilizada para isso.	53	34,6%
É utilizada como instrumento democrático, mas sem a participação ativa dos cidadãos	48	31,4%
É utilizada como instrumento democrático e o cidadão tem voz ativa.	46	30,1%
TOTAL	153	100,0%

Fonte: Dados coletados pelos autores

A última pergunta realizada aos entrevistados foi sobre os graus de democracia digital que acreditam ser o ideal para a sociedade. Os resultados encontram-se na **Tabela 12**.

Tabela 12. Graus de democracia digital

GRAUS DE DEMOCRACIA DIGITAL	RESPOSTAS	PORCENTAGEM
Primeiro grau	26	17,0%
Segundo grau	45	29,4%
Terceiro grau	40	26,1%
Quarto grau	29	19,0%
Quinto grau	13	8,5%
TOTAL	153	100,0%

Fonte: Dados coletados pelos autores

Tais resultados refletem o nível de realismo em que os integrantes da geração internet estão inseridos ao acreditarem, em sua maioria, que o segundo e terceiro graus de democracia digital são os ideais para a sociedade.

52

Considerações finais

Este artigo tentou investigar como a Geração Internet no Brasil, e também das gerações diferentes deles, mas que estão buscando uma nova vida acadêmica, vê a utilização dos meios de comunicações baseados na Internet nas questões sociais e políticas e como eles próprios utilizam a rede como um meio de comunicação e organização social. É fácil perceber que a ampla utilização da Internet no dia a dia desses indivíduos mostra a importância desse instrumento como facilitador da vivência pessoal em tarefas cotidianas e que ela traz para o meio virtual a “Sociedade em Rede”, criando novas e mais abrangentes formas de contatos e organização social de acordo com o perfil individual de cada um.

Confrontando os resultados com os obtidos pelos trabalhos de Tapscott (2010) no exterior, e apesar da grande aceitação e agregação às redes sociais, vemos a evidente falta de maturidade política e social da GI Brasileira, caracterizada pelos comportamentos mais reflexivos e ideológicos, e mais tímido na ação participativa e no engajamento mais ativo. Os resultados obtidos por Silva (2005) em relação a Democracia Digital, assim como os obtidos nesse trabalho mostra que a GI percebe a estagnação e o pouco avanço na utilização da web como ferramenta democrática e de cidadania.

Em suma, podemos perceber que: (1) a Internet é de suma importância e apresenta-se como essencial no cotidiano da GI; (2) As redes sociais também são

importantes e seu papel principal se tornou para eles a efetivação da sociedade virtual, rompendo fronteiras geográficas e mostrando o ainda forte papel da individualidade na rede; (3) Os movimentos sociais não fazem parte do cotidiano virtual da maioria, e quem participa deles na rede prefere ter um papel passivo. Ainda sobre os movimentos sociais os destaques ficam para os de cunho cultural (festas, shows, manifestações artísticas) e ambiental, provavelmente pela ampla divulgação desses assuntos por partes das ONG's do mundo todo. (4) A democracia digital não confronta as expectativas de modernização e a expectativa da GI é de que os governos a elegem apenas como um meio de comunicação das tomadas de decisão e não como um canal de interação com os cidadãos.

Apesar da ampla divulgação e utilização da internet e suas ferramentas observadas, e que mesmo com as redes sociais alterando o modo com que as relações sociais estão sendo desenvolvidas, o uso ainda está longe de provocar uma mudança significativa e abrangente nos assuntos do âmbito político e de engajamento cívico e social.

Referências bibliográficas

ADLER, R.; GOGGIN, J. (2005): "What do we mean by civic engagement?" *Journal of Transformative Education*, vol. 3, nº 3.

CASTELLS, M. (2003): *A galáxia da Internet*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar.

CGI, Comitê Gestor da Internet no Brasil. Disponível em: <http://www.cgi.br>. Acesso em 30 de dezembro de 2011.

FELINTO, E. (2008): "Videotrash: o YouTube e a cultura do 'spoof' na internet". *Revista Galáxia*, São Paulo, nº 16, pp. 33-42.

KATZ, J. E.; RICE, R. E. e ASPEDEN P. (2001) "The Internet 1995-2000: access, civic involvement, and social interaction", *American Behavioral Scientist*, vol. 45 (edição especial sobre a Internet e a vida cotidiana).

KIST, É. B. (2009): "Real x Virtual, Movimentos que Transcendem o Ciberespaço". *X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul*, Blumenau, 28 a 30 de Maio.

LÉVY, P. (2007): *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*, São Paulo, Loyola.

MACHADO, J. A. (2007): "Ativismo em Rede e Conexões Identitárias, novas perspectivas para os movimentos sociais", *Sociologias*, ano 09, nº 18, pp. 248-285.

MARCUSE, H. (1999): "Algumas implicações sociais da tecnologia moderna", *Tecnologia, guerra e fascismo*, São Paulo, UNESP, pp. 71-104.

DE OLIVEIRA, R. G. e SANTOS, L. F. P. (2011): “Internet como alternativa para o engajamento cívico – Reflexões sobre o caso das ONGs”. *IV Encontro da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política*, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 13 a 15 de Abril.

O'REILLY, T. (2005): “What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software”. Disponível em: <http://oreillynnet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>. Acesso em 02 de janeiro de 2012.

SERRANO, D. P. (2011): “Geração X, Geração Y, Geração Z”, IFDBlog. Disponível em <http://www.ifd.com.br/blog/marketing/geracao-x-geracao-y-geracao-z-%E2%80%A6/>. Acesso em 17 de dezembro de 2011.

DA SILVA, S. P. (2005): “Graus de participação democrática no uso da Internet pelos governos das capitais brasileiras”. *Revista Opinião Pública, Campinas*, vol. 11, nº 2.

TAPSCOTT, D. (2010): *A hora da Geração Digital*, Editora Agir.