

Reflexões sobre uma geração nativa digital e o ensino em publicidade¹

Ariadni F. G. F. LOOSE²

Juliana PETERMANN³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

Este presente artigo tem como objetivo fazer um levantamento teórico refletindo sobre a generalização da denominação “geração nativos digitais”, dada aos jovens nascidos após 1995. Problematizamos este ponto porque sabemos que o Brasil ainda oferece o acesso limitado às tecnologias, de acordo com níveis sociais e econômicos. A partir de tal reflexão então, buscamos conceituar a revolução tecnológica e suas implicações no ensino, analisando as características dessa nova geração e a construção de identidade de jovens incluídos e excluídos tecnologicamente. De caráter reflexivo, utilizamos o método de pesquisa bibliográfico para uma construção teórica que auxiliará a pesquisa de dissertação sobre o novo perfil do jovem profissional da publicidade reconfigurado a partir dessa geração.

PALAVRAS-CHAVE: Ensino; Publicidade; Geração nativos digitais; Jovens desconectados; Novo perfil publicitário.

Introdução

Os apontamentos deste artigo surgem na construção de um caminho teórico na dissertação de mestrado, onde buscamos analisar e mapear as reconfigurações do perfil profissional jovem da publicidade e seus novos *sensoriuns*⁴ – características próprias de sua geração através de suas conexões de idade com as transformações da sociedade. A revolução tecnológica trouxe muitas transformações de ordem social e econômica. Caminhando junto a isso, estão as gerações de crianças e jovens que já nascem em um mundo tecnológico – no entanto, nem todos esses jovens adquirem naturalmente o domínio dessas tecnologias, por falta de inserção nessa realidade.

Os seres humanos, principalmente os jovens - o olhar dessa pesquisa -, são sujeitos complexos, por isso precisamos problematizar a generalização de uma geração, caracterizada amplamente como “nativos digitais”, predispondo que todos os jovens

¹ Trabalho apresentado na DT 2 – Publicidade e Propaganda do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Mestranda no programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Pesquisadora do grupo Nós Pesquisa Criativa. E-mail: adiloose@gmail.com.

³ Professora no Programa de Pós-graduação em Comunicação e no Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Coordenadora do grupo Nós Pesquisa Criativa E-mail: petermann@ufsm.br

⁴ Conceito trazido Walter Benjamin, em “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica” (1996) e posteriormente citado por Jesús Martín-Barbero, em “Desafios culturais: da comunicação à educomunicação” (2011).

possuem acesso ilimitado às tecnologias, menosprezando as minorias desconectadas – realidade presente em nosso país, que está em processo de desenvolvimento, onde tais diferenças sociais tendem a ser mais aprofundadas. Isso inclusive já foi levantado na pesquisa da TIC Kids Online (2018)⁵, realizada de novembro de 2017 a maio de 2018 com jovens brasileiros de 9 a 17 anos, que apresentou um índice de 15% desses jovens com acesso limitado à conectividade. Dado que nos leva a mais uma problematização: o ensino tecnológico de publicidade que – muitas vezes ultrapassado – apenas agrega ferramentas e softwares, mas não revê sua pedagogia de forma mais conectiva e inclusiva com a realidade.

Diante desse contexto exposto, o presente artigo surge da seguinte inquietação: podemos utilizar uma categorização tão ampla – a de nativos digitais – para uma geração tão desigual? Com essa indagação, indiretamente, buscamos abrir a pesquisa para a compreensão sobre a diversidade presente dentro de um mesmo grupo, qualificado por características superficiais - como o ano de nascimento relacionado às transformações sociais - de maneira a agregar valor teórico e não cair em armadilhas de universalização nessa pesquisa.

Dessa forma, objetivamos compreender a relação entre a identidade de jovens de uma geração tecnológica, considerando também aqueles que possuem um afastamento digital em seu dia a dia, por motivos sociais e econômicos, com uma realidade educativa cada dia mais integrativa tecnologicamente – de maneira a agregar este conhecimento na reconfiguração do perfil profissional jovem da publicidade. Para desatar esses nós, é preciso dividir em três objetivos específicos, sendo eles: a) Salientar a categorização da geração nativa digital; b) Analisar o ensino inclusivo tecnológico; c) Relacionar os jovens conectados e desconectados com a realidade apresentada.

Para responder a indagação proposta será aplicado o método de pesquisa bibliográfico, cruzando os conceitos dos autores de forma propositiva argumentativa sobre tecnologia, estudos geracionais e diversidades sociais, realizando uma reflexão teórica sobre a abordagem desenvolvida. Assim se pretende compreender os objetivos específicos elencados, de modo a refletir sobre modelos de inserção desses jovens, em um ambiente de conversão digital.

⁵ Disponível em: <<https://www.cetic.br/pesquisa/kids-online/>> Acesso em 02 maio 2019.

Para delinear o pensamento de acordo com a problemática desse artigo e seus objetivos específicos, subdividimo-os em 3 tópicos, onde o primeiro pontua a divisão geracional trazendo conceitos de autores como Vollmer e Precourt (2010), Barroso (2014), Bauer (2016), Martín-Barbero (2014), Negri (2004) e Sodré (2005). Em um segundo momento, cruzamos alguns pensamentos sobre os jovens conectados e o ensino tecnológico, com apontamentos de Morin (2005), Milton Santos (2001), Martín-Barbero (2011 e 2017), Pinheiro (2015) e Ribeiro (2011). No terceiro tópico focamos especificamente no grupo minoritário da geração pesquisada - os jovens desconectados - com ideias de Canclini (2004), Ortiz (2015), Martín-Barbero (2014 e 2017), Siqueira e Cardoso (2011), Giannotti (2016), Petterman (2016). Finalizamos entrecruzando os pensamentos trazidos de forma a destacar o caráter múltiplo geracional – fator esse de importante valor dentro das trocas e potencialidades desses jovens, objeto de estudo de nossa pesquisa – e também trazer novos caminhos para uma sociedade e um sistema publicitário mais representativo, afinal é na mudança do ensino que conseguimos transformar o mercado e a publicidade em si.

Existe um perfil geracional?

Divide-se como geração grupos de indivíduos que nasceram em determinados períodos de tempo, geralmente estabelecidos por alguma transformação social. Estas nomenclaturas começam com a geração baby boomers, os filhos da Segunda Guerra Mundial, de acordo com Vollmer e Precourt (2010), até a geração dos nativos digitais, nascidos após a metade da década de 90, quando as tecnologias e a internet se popularizaram no mundo - os jovens de atualmente.

Com essas categorizações tornam-se gerais algumas características e, sempre que se busca compreender a maioria, é passível incorrer em armadilhas de amalgamento das diversidades. Não há apenas um lado negativo dessa generalização, é importante seu conhecimento, mas também é preciso uma análise aprofundada das diversidades para que os estudos comunicacionais e suas aplicações sejam justas e inclusivas.

De acordo com Barroso (2014, p. 226), os nativos digitais “(...) se descrevem como especialistas no uso das novas tecnologias, com qualidades quase inatas e habilidades tecnológicas muito avançadas”, ou seja, alfabetizados digitais por crescerem em um mundo conectado e tecnológico. Mas será que todos os jovens nascidos após 1995 dominam com completez as tecnologias? Será que todos eles têm acesso ilimitado em

seu cotidiano ao uso da internet? Se uma parte desse grupo está excluído tecnologicamente, como se dará a relação deles com a realidade atual? Barroso (2014, p. 226) complementa, salientando que

As novas tecnologias vêm acompanhadas de valores como juventude, progresso, novidade, dinamismo. No entanto, os jovens são um segmento muito diversificado em suas habilidades, destrezas, situação econômica, social e cultural, o qual não admite esta uniformização.

Sendo assim, esses jovens, supostamente nativos digitais, constroem sua identidade com uma realidade global tecnológica bem como com sua realidade social, econômica e cultural local. Em “Cultura da diversidade”, Bauer (2016) enfatiza que esse processo se dá a partir da observação, pensamento, avaliação, interesse, experiências e pela consciência/inconsciência que se entrecruzam.

Ou seja, para compreender um grupo específico, mesmo que categorizado como uma geração, ainda assim precisamos entender sua identidade, suas experiências, seu contexto de vivência. Bauer (2016) faz um contraponto: se antes a identidade nacional era o que representava a independência de universalização, atualmente, vivendo em um mundo conectado e multifacetado, a identidade se converte em um produto de comunicação e cooperação - logo a construção identitária passa a ser a interdependência.

Ao chegar nesse ponto, sobre a construção identitária de jovens e suas complexidades apresentadas acima, voltamos ao questionamento base desse artigo: podemos utilizar uma categorização tão ampla – a de nativos digitais – para uma geração tão desigual? Abrimos então a fala de “geração tão desigual” para uma multidão repleta de singularidades, multiplicidades, com grupos minoritários, e com uma construção complexa: os jovens atuais, conectados e desconectados. Mais adiante, no segundo tópico abordaremos o conceito de complexidade de Edgar Morin (2005).

Nesse emaranhado de relações, nas quais se constrói a sociedade e se inter cruzam as tecnologias, os cidadãos são afetados não apenas individualmente, mas também transversalmente, emergindo novos formatos de linguagens, escritas e saberes, formando um ecossistema educativo, transformando o campo da produção de conhecimento e aprendizagem, conforme explicou Martín-Barbero (2014). E isso afeta diretamente também os jovens da denominada geração nativos digitais, que ainda estão com o pensamento crítico em formação, em suas devidas instituições de ensino.

É importante frisar que

a tecnologia remete hoje não à novidade de uns aparatos, mas sim a novos modos de percepção e de linguagem, a novas sensibilidades e escrituras. Radicalizando a experiência de desencaixe produzida pela modernidade, a tecnologia desloca os saberes modificando tanto o estatuto cognitivo como institucional das condições do saber, conduzindo a um forte apagamento das fronteiras entre razão e imaginação, saber e informação, natureza e artifício, arte e ciência, saber experto e experiência profana. (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 79)

Logo, esses jovens digitais, conectados ou desconectados, possuem características geracionais, mas também aptidões particulares correspondentes a suas implicações sociais e econômicas locais (multiplicidades, singularidades e minorias). E, principalmente em quesitos educacionais, é preciso compreender todas essas especificidades para incluir, transformar, agregar e formar cidadãos aptos na construção de uma sociedade mais igualitária.

Para refletir sobre os estudos geracionais, em específico aos jovens, é primordial trazer dois conceitos chaves: multidão de Antonio Negri (2004) e minorias de Sodré (2005). Separados assim, os dois podem aparentar dicotomias, mas analisados em suas explicações, percebemos algumas intersecções dentro do ponto em que a seguir iremos tratar, na geração denominada nativos digitais.

Comecemos por multidão, que segundo o autor “  um conjunto de singularidades” (NEGRI, 2004, p. 15). Ou seja, multidão de corpos, cada um com suas implicações e multiplicidades, porém condensados até a modernidade de maneira bipolar onde essas multiplicidades são ignoradas e dissolvidas para que multidão seja uma massa de indivíduos ou o povo. Neste ponto entendemos que, dentro de blocos geracionais, encontram-se inúmeras multiplicidades e singularidades, que não devem ou não deveriam ser categorizadas amplamente. Cabe aqui então falar que, nessa concepção, uma geração é uma multidão, conforme conceito de Negri (2004).

Já para falar de minorias, Sodré (2005) traz um ponto qualitativo dentro de um grupo hegem nico: “ (...) minoria não é, portanto, uma fusão gregária mobilizadora, como a massa ou a multidão ou ainda um grupo, mas principalmente um dispositivo simbólico com uma intencionalidade  tico-política dentro da luta contra-hegemônica” (SODRÉ, 2005, p. 12). Nesse momento, o autor pontua que minoria não   multidão/massa, o que nos retoma ao já apresentado por Negri (2004), quando este nos diz que a multidão sem sua multiplicidade torna-se massa.

Mas nosso ponto é outro, trazemos o conceito de multidão para salientar as singularidades e multiplicidades dentro desse grupo geracional, assim como trazemos a conceituação de minoria para mostrar que essas singularidades também operam dentro de uma luta contra-hegemônica, pois as características que os conectam, por mais que em um número menor de representatividade, são tão importantes quanto as características que conectam os grupos majoritários – tal como os jovens incluídos e excluídos tecnologicamente dentro de uma geração classificada como nativa digital. É nessa intersecção que trabalhamos.

Ressaltamos uma afirmação de Sodré (2005, p. 12) sobre “o que move uma minoria é o impulso da transformação” pois esse grupo busca uma mudança social, onde suas vozes qualitativas sejam ouvidas. Tal como Negri (2004) fala da potência como conjunto e singularidade da multidão, onde

(..) a potência desliza entre globalidade e singularidades, seguindo um ritmo às vezes sincrônico, feito de conexões mais ou menos intensas (rizomáticas, como têm sido chamadas), às vezes diacrônico, feito de sístoles e diástoles, de evolução e crises, de concentração e dissipação do fluxo. (NEGRI, 2004, p.19)

Dessa forma, se observado o impulso de transformação com a potência de singularidades, podemos compreender a multidão constituída por minorias para um estudo qualitativo de suas trocas e abordagens. Feito este apontamento, adentraremos nas trocas de jovens da denominada geração nativa digital e o ensino publicitário aliado às tecnologias.

Cruzamentos entre jovens digitais e ensino tecnológico

No tópico anterior apresentamos as dificuldades de se agregar em blocos geracionais, com características pautadas apenas nas transformações da sociedade, sem abranger as inúmeras complexidades do ser humano, principalmente no que tange aos jovens em plena fase de construção identitária. Acreditamos ser de valia para esse estudo adentrarmos no conceito do pensamento complexo de Morin (2005), ainda mais que seu estudo também traz pontos relevantes para o ensino e aprendizagem.

Esse autor (2005) conceitua o pensamento complexo como uma falha da simplicidade, agregando modos de pensar de maneira multidimensional. Se quiséssemos pensar a geração de forma simplista, excluiríamos sua complexidade e, junto com ela, suas singularidades, suas minorias. Faríamos da multidão como uma massa de sujeitos,

conforme dito por Negri (2004), e aceitaríamos - sem problematizar - que todos os jovens, nascidos após 1994, são alfabetizados digitais, com amplo acesso às tecnologias.

Morin (2005, p. 7) afirma que “a impossibilidade de uma onisciência constitui, mesmo em teoria, um dos axiomas da complexidade”, concluindo que, mesmo este estudo abrindo para várias possibilidades singulares dentro de uma geração, ainda poderá cair em armadilhas de não contemplar todas as suas multiplicidades. Mas voltamos à dicotomia desse artigo - entre um público jovem inserido e outro público jovem excluído digitalmente – e suas relações com o ensino, muitas vezes ultrapassado, que faz uso apenas de um aporte técnico digital como forma de avanço tecnológico, conforme problematizaremos agora.

Com a influência da internet e das novas tecnologias, ainda em ascensão, inúmeros aspectos da sociedade transformaram-se, inclusive na educação. Novas técnicas e ferramentas surgiram, aliando a pedagogia a um ensino mais conectado. Estamos em uma época das técnicas da informação que “(...) tem um papel determinante sobre o uso do tempo, permitindo (...) a convergência dos momentos, assegurando a simultaneidade das ações e, por conseguinte, acelerando o processo histórico.” (SANTOS, 2001, p. 25).

Os estudantes também não são mais os mesmos. Segundo Martín-Barbero (2011), eles trazem novas sensibilidades, percepções de tempo e espaço, maior empatia cognitiva e expressiva - características inerentes daqueles que já nasceram em um mundo digital. No entanto, para uma curva ascendente de aprendizado tecnológico, é preciso não apenas fazer uso de suas facilidades e ferramentas, mas também compreender suas implicações em ambientes diversos, entender a realidade dos estudantes e ensinar um distanciamento crítico para a percepção dos fatores positivos e negativos dessa conectividade.

Sobre isso, Pinheiro (2015) já afirmava ser preciso uma análise mais aprofundada acerca das formas de trabalhar as tecnologias na educação, para que elas sejam impulsionadoras de uma aprendizagem reflexiva. É preciso lembrar que a escola, desde sua base até o ensino superior, tem como objetivo formar cidadãos aptos ao mercado de trabalho, às relações da sociedade e conscientes de suas ações no mundo. Se o mercado, a sociedade e o mundo estão em transformação, é preciso informar, ensinar e trabalhar com os estudantes suas percepções da realidade, de forma inclusiva, crítica e propositiva, para que se possa compreender esses fatores em dois lugares de visão: sendo o agente da mudança e o observador da situação.

Contudo, para que isso aconteça, é preciso entender que a educação tecnológica não diz respeito apenas a um aparato de técnicas, nem a ferramentas facilitadoras da mesma pedagogia de outrora. Martín-Barbero (2011, p. 123) salienta que

Contrariamente aos que veem nos meios de comunicação e na tecnologia de informação uma das causas do desastre moral e cultural do país, ou seu oposto, uma espécie de panaceia, de solução mágica para os problemas da educação, sou dos que pensam que nada pode prejudicar mais a educação do que nela introduzir modernizações tecnológicas sem antes mudar o modelo de comunicação que está por debaixo do sistema escolar.

Ou seja, as tecnologias precisam ser trabalhadas em benefício da formação crítica dos alunos, de forma inclusiva como meios de descobertas, facilitadoras de conexões entre pessoas e conhecimentos, interativas em suas linguagens, cumprindo seu objetivo de impulsionar uma educação inovadora, criativa e consciente. Sobre isso, Martín-Barbero (2017) também salienta que os aparatos tecnológicos deveriam potencializar novas formas de interatividade, buscando uma educação cada vez mais múltipla e cidadã – aliando inovações e experimentações para estimular novos modos de ver e ouvir, ler e narrar, e incluímos aqui, em âmbito publicitário, interpretar e criar.

Nesse ponto, retomamos o estudo de Morin (2005) sobre o pensamento complexo quando, segundo Ribeiro (2011), este se aproxima da educação, mostrando que a transdisciplinariedade faz parte de sua proposta. Segundo ela “a proposta de Morin é que possamos abrir tais 'gavetinhas' nas quais os saberes estão arquivados, para que, então possamos tecer os saberes de forma complexa” (RIBEIRO, 2011, p. 40) já que “pensar a educação de forma complexa é acreditar que ela deve ser um processo que venha contribuir para a formação do sujeito cidadão” (RIBEIRO, 2011, p. 47). Percebemos então que a complexidade também atua para a formação crítica dos estudantes, moldada por uma pedagogia que não exclua singularidades e utilize das tecnologias para uma educação mais eficiente para esses jovens.

No entanto, precisamos lembrar que, se dentro de um grupo geracional denominado nativos digitais existem jovens excluídos tecnológicos - que possuem conhecimento sobre internet e ferramentas tecnológicas mas que, por condições econômicas e sociais, não têm acesso a elas em seu cotidiano - é na escola que eles terão a oportunidade de inclusão em uma alfabetização digital, suporte a uma formação cidadã e apoio para estarem aptos à inserção em uma realidade tecnológica. Isto se a escola ou o curso superior, no caso dessa pesquisa a graduação em publicidade, também compreender

que a tecnologia deve ser inserida não apenas como técnica e ferramenta, mas com uma nova pedagogia conectiva de acordo com essa realidade.

Ambientando esse cenário para a formação publicitária, podemos citar como exemplo o uso de softwares tecnológicos bem específicos para criação visual de campanhas que são solicitadas em trabalhos acadêmicos práticos. Nesse ponto, tenderíamos a acreditar que os jovens estudantes já têm o domínio técnico, pois aprendem rapidamente com tutoriais e até mesmo de forma autodidata em casa. Assim, logo excluímos as diferenças, singularidades e minorias daquele grupo de alunos, simplesmente por sua categorização geracional. Sem generalizar, é possível perceber que muitos estudantes podem não ter esse domínio técnico e esperam do seu curso de publicidade a oportunidade para aprender com oficinas extra-classe, por exemplo, pois talvez a sala de aula não fosse o lugar mais adequado – afinal é nesse ambiente educacional que eles deveriam possuir um acesso tecnológico e virtual mais igualitário.

Os jovens desconectados

Após compreendermos mais sobre a geração denominada nativos digitais e termos a ciência de que não devemos universalizar grupos, generalizando suas características, é chegado o momento de refletir sobre o quadrante que aqui estamos chamando como um grupo minoritário dentro dessa realidade - os jovens desconectados, ou excluídos tecnologicamente. Nestor Garcia Canclini (2004) traz uma ponderação sobre as minorias suprimidas, explicando que estas não conseguem se apropriar das ferramentas necessárias para se mobilizarem e se incluírem – e essa barreira surge da dificuldade dos sujeitos se construírem como interculturais, ou seja, conforme suscitou Ortiz (2015), se inter-relacionarem culturalmente.

No contexto deste trabalho, cultura e diversidade não se referem apenas a étnica, racial ou de gênero, segundo explicou Martín-Barbero (2014, p. 91):

(...) também outra heterogeneidade que se configura entre os nativos, sejam da cultura letrada, da cultura oral, da audiovisual e da digital. Culturas no sentido mais forte, posto que nelas emergem e se expressam os muitos diferentes modos de ver e de ouvir, de pensar e de se sentir, de participar e de desfrutar.

Ou seja, inclui-se aí também a relação da cultura dos conectados, com acesso total às tecnologias, com a dos desconectados, com acesso limitado. Aqui trazemos novamente o recorte da pesquisa da TIC Kids Online (2018) citada em reportagem da Época

Negócio⁶ (2018) onde apresenta o crescimento do número de jovens com acesso à internet apenas pelo celular, índice relacionado diretamente e principalmente pelas diferenças econômicas-sociais. Logo, os jovens desconectados, impedidos por fatores externos a si de terem um domínio maior das tecnologias, têm o desafio de se construírem sujeitos aptos para aprender e aplicar técnicas, ferramentas e formar um pensamento crítico para viver em uma sociedade tecnológica.

O primeiro desafio acontece na escola. Dependendo do local onde se estuda, esses jovens podem sentir dificuldades de inclusão no nível de alfabetização digital da turma. Caso esse obstáculo não seja solucionado ainda nessa idade, no período de aprendizagem, resultará em um adulto com dificuldades para inserção no mercado de trabalho, suprimido de oportunidades por falta de domínio tecnológico. Vale lembrar que, conforme Martín-Barbero (2014) explicou, esses grupos minoritários buscam ser lembrados, reconhecidos, ficarem visíveis socialmente para que possam ser desenvolvidos projetos de apoio e inclusão.

Trazemos como um exemplo positivo aqui, no caso do ensino publicitário e novas realidades no mercado, a campanha "Meu Melhor Defeito"⁷ (2018) que surge exatamente da inquietação de jovens líderes de diferentes agências de publicidade do mundo, com o objetivo de construir um projeto exatamente como Martín-Barbero (2014) sugeriu, diminuindo brechas do mercado de trabalho – dos grupos minoritários que não são representados e muitas vezes suprimidos por suas singularidades, tais como negros, mulheres e aqui incluiríamos também classes sociais mais baixas, com menores oportunidades de acesso tecnológico. Isso demonstra que já há uma necessidade de caminhada para mudar a realidade hegemônica.

E então, o que acontece quando grupos são suprimidos em uma realidade totalizante? Muitos são estigmatizados por suas diferenças não estarem de acordo com o grupo em que socializam. De acordo com Siqueira e Cardoso (2011), o estigma é um produto do meio social, relacionado diretamente ao acesso ou não de um poder social, econômico ou político, “(...) o que permite a identificação das diferenças, a construção de estereótipos, a separação de pessoas rotuladas dentro de uma categoria, o desaprovar, a rejeição, a exclusão e a discriminação.” (SIQUEIRA E CARDOSO, 2011, p. 98). Então,

⁶Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2018/09/cresce-o-numero-de-criancas-e-adolescentes-conectados-so-pelo-celular.html>> Acesso em 02 maio 2019.

⁷Disponível em: <<http://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/meu-melhor-defeito/>> Acesso em 02 maio 2019.

ao invés dessas diferenças serem trabalhadas em prol da criatividade, ao contrário, são evidenciadas para a exclusão. Essa dualidade de observação da diversidade já foi discorrida por Ortiz (2015) conforme explicou Giannotti (2016, p. 247): “à medida que o mundo se unifica, a diferença apresenta-se como uma fonte de riqueza, de patrimônio a ser preservado, ao mesmo tempo em que se torna uma fonte potencial de conflitos”. Logo, esse processo está entrelaçado em nossa sociedade.

Para transformar essa realidade, trabalhar a inclusão e dar oportunidade às pessoas até então estigmatizadas, entendendo que elas são “um conjunto de singularidades, constituindo não apenas uma multidão de corpos, mas pressupondo que cada corpo é em si multidão” (PETERMANN, 2016, p. 1154), cabe principalmente ao processo educacional agregar e formar cidadãos, com acessos iguais, ao menos em seu ambiente escolar, auxiliando cada aluno de acordo com suas dificuldades, sem nivelamentos. Sobre isso, Pinheiro (2015, p. 189) já dizia que “(...) uma das riquezas da relação professor-aluno está justamente no dinamismo e na possibilidade de adaptação dos conteúdos às necessidades de cada turma, cada disciplina”, buscando assim uma maneira adequada para a construção coletiva tanto de conhecimento quanto de relações humanas em sala de aula, de forma que a influência das tecnologias seja benéfica para a educação e os alunos.

Essa reflexão é importante inclusive para compreender que a inserção tecnológica, tanto no ensino publicitário quanto na realidade desses jovens, deve ser trabalhada para um uso adequado, pois elas alteram não apenas técnicas, facilitando processos, como também trazem mudanças nas práticas culturais de memória, do saber, do imaginário, da sensibilidade e da criatividade, conforme traz Martín-Barbero (2014). É uma mudança de paradigma, onde jovens nascidos em um mundo digital e tecnológico agregam mudanças cognitivas de aprendizagem e relacionamento, trabalhando com a pluralidade e heterogeneidade atual.

Ao mesmo tempo, por mais próximos ou não dos ambientes digitais, esses jovens, desconectados ou conectados, precisam de um suporte educacional para formarem um pensamento crítico propositivo e se apropriarem dessas ferramentas criativamente, conforme disse Martín-Barbero (2017), e assim terem uma formação cidadã para construir e se relacionarem em um mundo mais igualitário e justo. E essa percepção de multiplicidade junto ao pensamento complexo e crítico também influenciará positivamente para uma publicidade mais propositiva, diversa e eficiente, representando

essas singularidades, visto que será criada e produzida por jovens que já passaram por uma educação mais abrangente, aliada tecnologicamente sem excluir suas minorias.

Considerações Finais

Após as reflexões teóricas expostas, cruzando os apontamentos dos autores, de forma a construir uma pesquisa de dissertação do mestrado mais inclusiva e contemplando um recorte das multiplicidades que constroem o perfil profissional jovem de publicidade, além de elucidar o questionamento deste artigo sobre como podemos utilizar uma categorização tão ampla – a de nativos digitais – para uma geração tão desigual, foi possível salientar algumas discussões. Primeiramente, é importante frisar que este artigo tem um intuito propositivo, de maneira a encontrar conceitos, formas e possibilidades de um estudo comunicacional e, também, de uma publicidade mais representativa da pluralidade de nossa sociedade, onde as minorias se sintam respeitadas e novos caminhos sejam traçados para uma realidade social, política e econômica mais justa a todos.

Conseguimos abrir o debate trabalhando objetivamente a nossa problemática, conforme delimitamos em três tópicos: a) Salientar a categorização da geração nativa digital; b) Analisar o ensino inclusivo tecnológico; c) Relacionar os jovens conectados e desconectados com a realidade apresentada. Assim, em um primeiro momento, são os argumentos sobre multidão de Negri (2004), minoriais de Sodré (2005) e a revolução tecnológica que trazem reflexões sobre aplicabilidades nas diferentes realidades, tal como discorre Ortiz (2015), que crê em uma sociedade diversa, heterogênea, mundialista e de copresença.

Nessa abertura, apresentamos a categorização de uma geração nativa digital, de jovens nascidos em mundo tecnológico que, direta e indiretamente, influencia seu comportamento, suas relações com o mundo e seu contexto local, social, político e econômico. Buscamos entender as implicações complexas da construção de sua identidade - trazendo recortes do pensamento complexo de Morin (2005) - que é moldada a partir das experiências vividas, o que cria não apenas novos formatos de linguagens, como também transformações cognitivas no campo educacional. Martín-Barbero (2011, p. 134) complementa que “a educação tem de ajudar a criar nos jovens uma mentalidade crítica, questionadora, desajustadora da inércia na qual as pessoas vivem, desajustadora

da acomodação na riqueza e da resignação na pobreza”, além de moldar um distanciamento crítico em relação às tecnologias.

A partir de então, foi possível analisar o ensino inclusivo tecnológico, priorizando a reflexão sobre uma aprendizagem crítica, em que os aportes digitais não sejam apenas técnicas ou ferramentas, mas também facilitadores de conexões entre pessoas e conhecimentos, interativos em sua linguagem, cumprindo seu objetivo de impulsionar uma educação inovadora, criativa e consciente. Sendo assim, capaz de oportunizar aos estudantes meios de serem agentes da mudança na sua realidade, ao mesmo tempo em que possuam um distanciamento crítico para perceber as suas delimitações tecnológicas – além de serem futuros criadores e produtores de uma publicidade mais representativa sobre a pluralidade da realidade em que vivemos.

Sobre isso, Martín-Barbero (2014, p. 120) já salientou:

Pois meios e tecnologias são para os mais jovens lugares de um desenvolvimento pessoal que, por mais ambíguo e até contraditório que seja, eles converteram no seu modo de estar juntos e de expressar-se. Então, devolver aos jovens espaços nos quais possam se manifestar estimulando práticas de cidadania é o único modo pelo qual uma instituição educativa, cada vez mais pobre em recursos simbólicos e econômicos, pode reconstruir sua capacidade de socialização.

Como então, com essa realidade apresentada, se relacionam os jovens desconectados, excluídos tecnológicos, que possuem um acesso limitado às tecnologias? É essa a abordagem final do artigo. Canclini (2004) retoma a dificuldade de mobilização das minorias, assim como o desafio de cruzamento entre suas culturas. E é a cultura que está no cerne da diversidade, não apenas étnica, racial ou de gênero, mas também letrada, oral, audiovisual e, principalmente, digital. Apresenta-se então a cultura dos conectados, própria dessa geração digital, que acaba por estigmatizar as minorias desconectadas. Além dessa exclusão social, esse grupo também enfrenta obstáculos de inclusão na alfabetização digital da turma e, posteriormente, exclusão em oportunidades de trabalho. Porém, já há movimentos na sociedade buscando reverter positivamente esse contexto.

Para ser propositivo e compreender a configuração do perfil jovem, aproximando este contexto com a educação e o sistema publicitário – temática maior da pesquisa de mestrado na qual esse artigo faz parte, precisamos saber lidar com a diversidade como fonte de riqueza, de forma que a inclusão das minorias seja trabalhada em um processo educacional que ofereça acesso igual às tecnologias. É na transformação da construção coletiva de conhecimento e relações humanas, ou seja, trabalhando na base da formação

desses jovens, que poderemos evidenciar uma influência benéfica das tecnologias e compreender também seus pontos negativos. Conforme Martín-Barbero (2014, p. 129), “A capacidade transformadora da tecnologia vai em muitos sentidos, tanto criativos como destrutivos, tanto emancipadores como escravizantes, porém a única certeza é que hoje não se sabe onde vai parar essa mutação na circulação do conhecimento e da informação”.

Enfim, é preciso compreender que os jovens da geração nativa digital, conectados ou desconectados, estão em processo de formação cidadã e é a eles que se delega a esperança de um mundo mais justo e igualitário – tanto nas relações sociais quanto no trabalho, contribuindo para uma movimento mais representativo no sistema publicitário. Assim, é primordial que os processos sejam revistos e novos projetos e ações sejam trabalhadas para e com eles na busca da inclusão de suas multiplicidades, singularidades e diversidades culturais, sociais, econômicas e políticas.

REFERÊNCIAS

BARROSO, José Antônio Gabelas. **Cenários virtuais, cultural juvenil e educomunicação 2.0**. In: APARICI, Roberto (org.). *Educomunicação: para além do 2.0*. São Paulo: Paulinas, 2014. P. 221 - 238.

BAUER, Thomas. **Cultura da diversidade: uma orientação teórica para a prática cultural de cooperação social**. Galáxia, São Paulo, n. 33, p. 05-19, set.-dez., 2016.

CANCLINI, Néstor García. **Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad**. Barcelona: Gedisa, 2004.

GIANNOTTI, Regina Helena. **O Renascimento da diversidade no contexto da globalização**. Galaxia, São Paulo, n. 33, p. 245-249, set-dez 2016

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **A Comunicação na educação**. São Paulo: Contexto, 2014.

_____. **Desafios culturais: da comunicação à educomunicação**. In: CITELLI, Adílson Odair; COSTA, Maria Cristina Castilho. (org.). *Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento*. São Paulo: Paulinas, 2011. P.121-134.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; CORONA BERKIN, Sarah. **Ver con los otros: comunicación intercultural**. México: Fondo de Cultura Económica, 2017.

Morin, Edgar. **Introdução ao Pensamento Complexo**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2005.

NEGRI, Antonio. **Para uma definição ontológica da multidão**. In: Lugar Comum - Estudos de Mídia, Cultura e Democracia, nº 19-20, janeiro de 2004 - junho de 2004. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro. Disponível em <<http://uninomade.net/lugarcomum/19-20/>> Acesso em 28 abril 2019.

ORTIZ, Renato. **Universalismo e diversidade: contradições da modernidade-mundo**. São Paulo: Boitempo, 2015.

PETERMANN, Juliana. **Na crista da onda: a crise da criação publicitária e as possibilidades de reinvenção**. In: Pró-Pesq PP - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, 6., 2015. São Paulo. *Anais...* São Paulo: INMOD / ABP2 / PPGCOM-ECA-USP, 2016. p. 1147-1161

PINHEIRO, RM. **A contribuição da Educomunicação para o ensino superior**. In: NAGAMINI, E., org. *Questões teóricas e formação profissional em comunicação e educação*. Ilhéus, BA: Editus, 2015, pp. 177-192.

RIBEIRO, Flávia Nascimento. **Edgar Morin, o pensamento completo e a educação**. Revista Pró-Discende: Caderno de Produção Acadêmica-Científica Programa de Pós-graduação em Educação, Vitória-ES, v.17, n.2, 2011.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**. São Paulo: Editora Record, 2001.

SIQUEIRA, Ranyella de; CARDOSO, Hélio. **O conceito de estigma como processo social: uma aproximação teórica a partir da literatura norte-americana**. Imagonautas, São Paulo, Vol. 2, p. 92-113, dezembro 2011.

SODRÉ, Muniz. **Por um conceito de minoria**. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (Org.). *Comunicação e cultura das minorias*. São Paulo: Paulus, 2005.

VOLLMER, Christopher; PRECOURT, Geoffrey. **Sempre ligado!: propaganda, marketing e mídia em uma era controlada pelo consumidor**. Porto Alegre: Bookman, 2010.