

A GERAÇÃO 2.0 E OS NOVOS SABERES

ANTÓNIO DIAS DE FIGUEIREDO

Centro de Informática e Sistemas da Universidade de Coimbra (CISUC)

adf@dei.uc.pt

Resumo. Que implicações terão os novos media para a geração dos jovens cujos percursos de vida e pertenças culturais são construídos no uso da Internet e dos telemóveis? Que oportunidades e ameaças se adivinham? Que novas literacias estão a despontar? Reflectindo sobre estas questões, procura-se identificar pistas quanto aos saberes indispensáveis à convivência com estas mudanças e com o mundo globalizado onde elas organicamente emergem.

Palavras-chave. Aprendizagem, emancipação, geração 2.0, literacia, media sociais.

Abstract. What are the implications of the new media for the generation of young people whose life paths and cultural affiliations are built using the Internet and mobile phones? What opportunities and threats can we anticipate? What new literacies are emerging? Reflecting upon these issues, we seek to identify clues as to the knowledge needed to cope with these changes and with the globalized world to which they are organically bound.

Key words. Learning, empowerment, generation 2.0, literacy, social media.

INTRODUÇÃO

O presente texto actualiza as reflexões que exprimi numa apresentação com o mesmo título, no Conselho Nacional de Educação, em Julho de 2009, no âmbito do Seminário “Papel dos Media” das Jornadas “Cá Fora Também Se Aprende”. Na altura foi-me pedido um texto destinado ao livro de atas, que reproduzisse o essencial da apresentação. Como o livro não chegou a ser publicado, reproduzo o mesmo texto com as actualizações que os três anos entretanto decorridos recomendam. Tal como no texto original, começo por clarificar o conceito de gerações da literacia, realçando as diferenças que as separam, comento duas visões distintas, mas não contraditórias, do fenómeno da literacia e teço considerações

sobre o mundo globalizado, complexo, de mudança, centrado no conhecimento, em que vivemos, procurando clarificar as oportunidades e ameaças que ele oferece às novas gerações. Para ilustrar as tendências tecnológicas dos media que caracterizam esse mundo, percorro os mais representativos, realçando o potencial de que se revestem para que “cá fora também se aprenda”. Finalmente, procuro comentar o relacionamento entre esse novo mundo, de novos desafios, novos media e novas literacias, com as exigências que ele impõe e oportunidades que oferece para a aquisição de novos saberes.

A GERAÇÃO 2.0

É hoje comum distinguir na História da Humanidade três gerações de cidadãos, conforme o nível das suas literacias. A primeira geração, ou geração 0.0, é a dos nativos da oralidade — aqueles que, tendo nascido e vivido em circunstâncias que lhes vedaram o acesso à escrita e à leitura, conduziram o seu relacionamento com o mundo pela via da oralidade. Segundo a última actualização de dados do Instituto Nacional de Estatística, a percentagem de analfabetos em Portugal é ainda superior a nove por cento, o que significa que cerca de um milhão dos nossos concidadãos pertence à geração 0.0. A geração seguinte, ou geração 1.0, corresponde aos nativos da escrita, nascidos no seio das culturas da escrita e da leitura, como as que se generalizaram nos dois últimos séculos, a partir da massificação da escolaridade. A última geração, ou geração 2.0, corresponde aos nativos da interacção electrónica, via telemóvel e Internet, que conduzem a sua vida com plena integração cultural nesses meios. A contagem a partir de 0 (e não a partir de 1), com um segundo algarismo separado por um ponto decimal, corresponde à tradição de numeração das versões de software, nas quais o primeiro algarismo corresponde à versão e o segundo a eventuais subversões.

Por estranho que possa parecer, na medida em que convivem entre si em harmonia, as gerações 1.0 e 2.0, cujas principais características são destacadas na Figura 1, são muito distintas. No que toca ao seu relacionamento com a informação, os nativos da geração 1.0 têm uma atitude de consumo, relativamente passiva: assistem a aulas magistrais horas seguidas, sem desconforto de maior, e são capazes de permanecer largos períodos, inactivos, frente à televisão. Os nativos da geração 2.0 têm um comportamento muito distinto. Dificilmente se concentram em prelecções longas ou que não lhes dêem espaço para fazer algo em simultâneo, e a sua atenção é invariavelmente partilhada com outras actividades: falar ao telemóvel, compor mensagens de SMS, ou navegar ou tagarelar na Net, muitas vezes em múltiplas sessões paralelas. Quando as actividades de relacionamento com a informação lhes exigem esforço de concentração, são geralmente capazes de as exercer, mas apenas se puderem empenhar-se de forma activa, e ao seu próprio ritmo, na construção de algo de concreto.

A forma como as duas gerações gerem as suas tarefas também é distinta. A geração 1.0 sente-se mais à vontade a fazer cada coisa por sua vez — é uma

geração monocrónica — enquanto que a geração 2.0 é policrónica na sua preferência por fazer várias coisas ao mesmo tempo¹.

| | Geração 1.0 | Geração 2.0 |
|----------------------------------------|----------------------|---------------------------|
| relacionamento com a informação | passivo (consumo) | activo (construção) |
| gestão de tarefas | monocrónica | policrónica |
| literacia | escrita e aritmética | multimedia |
| tempo da aprendizagem | <i>just-in-case</i> | <i>just-in-time</i> |
| relacionamento c/ tecnologias | uso | habitação |
| percepção do virtual | é outro mundo | é uma parte do mundo real |

Figura 1 — Comparação entre as gerações 1.0 e 2.0

As literacias usadas pelas duas gerações na construção do seu entendimento do mundo e na sua familiarização com ele são, também, distintas. A geração 1.0 convive bem com a literacia tradicional, assente na leitura, na escrita e na aritmética, enquanto a geração 2.0 prefere construir as suas relações com o mundo através das literacias múltiplas dos media.

A diferença quanto ao momento em que sentem necessidade de aprender é igualmente significativa. Os nativos da geração 1.0 reconhecem a necessidade de aprender tudo o que possa, no futuro, vir a ser necessário. Valorizam, assim, a aprendizagem “just-in-case”, e estão tão habituados a usá-la que se sentem inseguros quando confrontados com tarefas para as quais não foram preparados. Os nativos da geração 2.0, pelo contrário, sentem-se à vontade com a aprendizagem “just-in-time”: aprendem o que for necessário quando, e só quando, for necessário. Quando confrontados com um problema novo, sentem-se impelidos a improvisar, socorrendo-se, se necessário, das suas redes de relações pessoais, e da Internet, até conseguirem aprender o suficiente para o resolverem. É curioso observar que, apesar de a sua convivência com o texto escrito não ser, normalmente, entusiástica, são capazes de, perante problemas concretos, dedicar toda a sua atenção aos documentos que surjam nas suas pesquisas, por complexos que possam revelar-se.

Os relacionamentos das duas gerações com as tecnologias também manifes-

¹ Os conceitos de cultura monocrónica e cultura policrónica foram explorados por Edward T. Hall no seu livro *Beyond Culture* (Hall, 1976).

tam diferenças essenciais: os nativos da geração 1.0 “usam” as tecnologias como recurso, enquanto que os nativos da geração 2.0 “vivem” nas tecnologias — o seu dia-a-dia incorpora as tecnologias como algo de indissociável. Por exemplo, viver sem um telemóvel para comunicar com os amigos é, para muitos jovens, um absurdo que têm dificuldade em imaginar. Uma variante desta diferença encontra-se no relacionamento das duas gerações com o virtual. Para a geração 1.0, o mundo “virtual” é fisicamente distinto do mundo “real”, das coisas tangíveis. Para a geração 2.0, pelo contrário, não existe distinção entre virtual e real: o “virtual” de um jogo de computador, que lhes permite interagir com personagens e manipular múltiplos objectos é, para eles, muito mais real do que o “real” de uma história que leiam num livro, cujas personagens não conseguem imaginar nem lhes permitem quaisquer interacções.

Em íntima relação com estas características, e reforçando o padrão da sua diferença, os nativos da geração 2.0 aprendem facilmente de forma segmentada, relegando para mais tarde as sínteses unificadoras, que vão construindo sem pressa e intuitivamente. Assim, e ao contrário dos nativos da geração 1.0, têm muito menos necessidade de que os saberes lhe sejam proporcionados de forma ordenada e estruturada. Tendem, também, nas suas actividades, a ser mais interactivos e colaborativos do que os seus antecessores e mais assíncronos nos seus percursos cognitivos.

VISÕES DA LITERACIA

Interessa desde já realçar que, mercê destas evoluções, a literacia tem vindo a sofrer grandes alterações. As novas formas de discurso, sustentadas por novos instrumentos e práticas da mediação, têm vindo a fazer despontar, não apenas novas retóricas, mas também expressivas mestiçagens de retóricas (quem não fica fascinado ao encontrar em obras literárias transposições metafóricas riquíssimas dos “zooms”, panorâmicas e “flash-backs” do discurso do cinema?). Infelizmente, no entanto, a eclosão dos novos media parece estar a provocar, também, a rápida degeneração da literacia tradicional.

A reflexão sobre esta degeneração pode considerar-se, hoje, balizada por dois cenários extremos: um cenário optimista e um cenário crítico, de apelo à militância. O cenário optimista defende que se assiste ao fim tranquilo da literacia tradicional a ao surgimento de novas formas de literacia, vivência linguística e fruição cultural, que tornarão a literacia tradicional num tema de cultivo para uma minoria. O cenário crítico argumenta que a literacia abraça competências, mas também ideias e valores, e que a linguagem é essencial para a nossa sobrevivência, não apenas como indivíduos, mas também como seres humanos. Nesse sentido, considera indispensável a criação colectiva de uma literacia crítica e emancipatória que assegure a nossa autonomia relativamente a dependências exteriores.

O grande defensor da primeira visão é um professor norte-americano, Mihai Nadin (1997), autor do livro *The Civilization of Illiteracy*, que considera que a

generalidade da população não necessita de dominar profundamente a literacia tradicional, bastando-lhe possuir competências básicas para o dia-a-dia e capacidade para aprender em contexto, quando necessário. Sendo originário da Roménia, um país com grandes tradições culturais e intelectuais, e tendo emigrado para os Estados Unidos, foi com espanto que se apercebeu de que no seu novo país a manifesta ignorância das populações se articulava com uma imensa dinâmica transformadora. Na tentativa de encontrar explicações, acabou por concluir que a deficiência de literacia era compensada com um notório aumento das interações — quem sabia menos, num determinado domínio, comunicava com quem pudesse ajudar, gerando-se assim processos de compensação mútua de carências que acabavam por resultar em valores elevados de inovação e dinamismo.

Com o aprofundamento deste estudo, concluiu que a literacia tradicional não desapareceria, mas tenderia a tornar-se num domínio de cultivo exclusivo por profissionais e conhecedores: os que têm a literacia como seu domínio de competência profissional (autores, editores, educadores); os que exploram os limites da literacia, definindo novos métodos de comunicação e interação (especialistas da comunicação, “marketeters”); e os que se deleitam com a riqueza da ficção, poesia, ensaio, história, ou filosofia, ou usam a literacia para estudar os valores por ela sustentados. Reforçando a sua convicção nesta evolução, Nadin avisa que a relutância em reconhecer a mudança não evita que ela aconteça, mas pode impedir que se retire o melhor partido dela. Recomenda, assim, que se reconheça a irreversibilidade do fenómeno e se compreenda que, assim como houve vida antes da literacia tradicional, haverá muita vida para além dela, sustentada por novas literacias, que a colocarão, cada vez mais, em causa.

No polo oposto ao de Nadin, defendendo uma literacia crítica, de emancipação, surge o pedagogo brasileiro Paulo Freire, autor do celebrado livro *Pedagogia do Oprimido* (Freire, 1970). A opressão a que se referia Paulo Freire resultava do analfabetismo e dependência associados à colonização portuguesa, mas a leitura que hoje se faz da sua obra, em todo o mundo, alarga o conceito a todas as formas de opressão resultantes de desigualdades no acesso ao saber. Nesse sentido, o discurso de Freire torna-se aplicável, não apenas às literacias da leitura e da escrita, mas a todas as outras literacias, presentes e futuras, incluindo, bem entendido, a dos media.

Para Freire, a literacia² é um fenómeno ideológico e político. A essência do seu pensamento sobre a temática encontra-se sintetizada no pequeno livro *A Importância do Ato de Ler* (Freire, 1992), onde explora a relação de co-construção entre leitura do mundo e leitura da palavra — a leitura do mundo precede a leitura da palavra, pelo que a posterior leitura da palavra não pode prescindir da continuidade da leitura do mundo. Na mesma linha, afirma que linguagem e realidade se prendem dinamicamente e que a compreensão do texto, conségi-

2 Freire preferia a designação alfabetização.

da pela leitura crítica, implica a percepção das relações entre texto e contexto — o contexto gera a compreensão do texto, mas a leitura do texto enriquece a compreensão do contexto.

Transpondo para os dias de hoje este ideal de co-construção dialéctica de textos e contextos, diríamos que, numa civilização de múltiplas iliteracias, a gradual compreensão do mundo se liga à conquista da capacidade para ler e (re-)escrever esse mundo. Para Freire, o que está em causa é “uma compreensão crítica do ato de ler, que não se esgota na descodificação pura da palavra escrita ou da linguagem escrita, mas que se antecipa e se alonga na inteligência do mundo” (Freire, 1992, p. 11). Ou, ainda: “(...) o ato de ler implica sempre percepção crítica, interpretação e ‘re-escrita’ do lido” (Freire, 1992, p. 21).

Numa interpretação alargada deste ideal, adquirir literacia não é, hoje, apenas aprender a codificar e descodificar as linguagens dos novos media — é igualmente interiorizar, pela acção e pela interacção, as culturas nas quais os novos media se inscrevem. Adquirir literacia é um processo crescente de criação de consciência³, de libertação e de auto-capacitação⁴ que permite aos cidadãos transformarem as condições sociais que os submetem à desigualdade e opressão, sejam elas decorrentes de analfabetismo, de dificuldades na utilização de novos media, ou de outras quaisquer limitações ou dependências. Nesse sentido, qualquer população poderá ascender, pela literacia, a um lugar melhor no mundo, cabendo ao Estado apoiar a construção dessa autonomia.

Num balanço das duas visões extremas sobre a literacia, a de Nadin e a de Freire, e apesar do carácter antagónico de que parecem revestir-se, a realidade dos nossos dias sugere uma aproximação entre as duas: a de Nadin, descrevendo um processo social que parece estar a afirmar-se, gostemos dele ou não; a de Freire, sugerindo que está nas nossas mãos assegurar que esse processo não degenera nem num retrocesso civilizacional nem na criação de desigualdades insanáveis. A consciência desta realidade poderá, penso eu, facilitar a nossa reflexão sobre os desafios que se colocam às novas gerações.

ADMIRÁVEL MUNDO PLANO

Explorando o trocadilho entre a cenarização de um mundo futuro, por Aldous Huxley (1932), no seu Admirável Mundo Novo, com o novo mundo que Thomas Friedman descreve no seu O Mundo é Plano: Uma História Breve do Século XXI (2005), pode dizer-se que habitamos um admirável mundo plano — um mundo global, centrado no conhecimento, onde todos competem com todos, sem fronteiras. Um mundo onde a capacidade para produzir valor, com criatividade e competência, deixou de ser um mero factor de sucesso para se transformar em factor de sobrevivência.

3 Freire chamava-lhe conscientização.

4 O conceito de auto-capacitação viria a florescer na literatura anglo-saxónica sob a designação de “empowerment”.

Cada vez mais se observa que nesse mundo, onde todos concorrem com todos, os menos competentes são rapidamente substituídos pelos que, em outras partes do mundo, fazem o mesmo, ou melhor, por melhor preço. O livro de Friedman inclui múltiplos exemplos, como o dos serviços de assistência telefónica prestados via rede, a partir de países onde os salários são mais baixos, ou o das triagens clínicas dos hospitais norte-americanos, conduzidas via rede por médicos indianos especializados nos Estados Unidos, alguns com doutoramento, que preferem actuar a partir da Índia recebendo salários muito inferiores aos dos seus congéneres norte-americanos.

Na mesma linha se vão generalizando os fenómenos de deslocalização e de deslocação de competências para outras partes do mundo. Até há alguns anos, os países do Oriente eram olhados como meros fornecedores, ao Ocidente, de mão de obra barata e pouco qualificada. Hoje, uma parte não desprezável da investigação científica e tecnológica mais sofisticada realiza-se nesses países. Segundo estudos recentes da Thomson Reuters, a produção científica da China ocupa já o segundo lugar mundial (Adams, King, & Ma, 2009) e é previsível que a Índia ultrapasse os países do G8 entre 2015 e 2020 (Adams, King, & Singh, 2009).

O fenómeno da concorrência neste mundo plano transcende, no entanto, largamente os casos-limite da mão de obra pouco qualificada e da produção científica e tecnológica mais avançada. Aplica-se a todas as áreas de actividade. Se existir na Europa uma empresa, numa dada área de actividade, e for criada no Oriente uma empresa concorrente, com idêntica tecnologia e número de trabalhadores, as meras diferenças de salários entre as duas regiões poderão levar a empresa europeia a falir em poucos meses. No que se refere aos empregos do conhecimento, que crescem e se diversificam a olhos vistos, ao mesmo tempo que os empregos tradicionais se reduzem ou extinguem, o recrutamento de recursos humanos há muito que deixou de ter fronteiras.

Esta ameaça ao status quo ocidental é analisada segundo um prisma distinto pelo sociólogo francês Robert Castel, no seu livro *La Montée des Incertitudes* (Castel, 2009). Segundo Castel, assistimos desde o início dos anos setenta a uma tendência crescente para a diminuição do emprego. As crises conjunturais ocorridas ao longo do mesmo período, como as relativas à flutuação dos preços do petróleo, têm contribuído para construir a ilusão de que nos encontramos perante fenómenos passageiros e para mascarar com explicações de circunstância aquilo que se considera ser o carácter consistente e irreversível do fenómeno. A raiz desta evolução, na opinião de Castel, encontra-se na transformação do capitalismo industrial numa nova forma de capitalismo, associado à globalização e caracterizado pela intelectualização do trabalho, pelas economias de serviços e pela hegemonia do capital financeiro internacional.

Como resultado desta transformação, já não se observa a expectativa, dantes alimentada por todos os pais, de que os seus filhos viriam a ser mais bem remunerados e a possuir melhor qualidade de vida. Hoje assistimos, por exemplo, ao fenómeno, dantes impensável, de os pensionistas ajudarem os filhos a

completar os seus orçamentos familiares. Há alguns anos, nos países ocidentais, a percentagem da população com empregos estáveis era muito elevada. Existia apenas, nas margens dessa estabilidade, uma percentagem reduzida de trabalho temporário e de empregos precários. Hoje, a percentagem da população com empregos estáveis diminuiu a olhos vistos e assiste-se ao aumento, nas suas margens, de uma elevada percentagem de trabalho temporário e de emprego precário. Nas palavras de Castel, o operariado do capitalismo industrial está a dar lugar ao “precariado” do capitalismo moderno. Neste contexto de decréscimo consistente do pleno emprego, os interessados em ingressar, ou em manter-se, no mercado de trabalho são confrontados com o desafio permanente de assegurar plena actividade.

Este fenómeno, que configura um repto sem precedentes colocado às sociedades ocidentais, sugere a existência de uma ameaça, mas também de uma oportunidade. Ameaça, da eclosão maciça de desemprego, possivelmente acompanhada por perturbações sociais com consequências imprevisíveis. Oportunidade, para, recorrendo às tecnologias e culturas de que a transformação é portadora, e às novas literacias que permitem dominá-las, encontrar novos equilíbrios e ascender a novos patamares de felicidade e bem-estar.

Embora as escolas tenham responsabilidades acrescidas na confrontação deste repto, torna-se claro que não conseguirão contribuir para a sua superação se se confinarem à missão, que há dois séculos lhes foi confiada, de produzirem funcionários para um mundo de pleno emprego. No entanto, e independentemente dos papéis que as escolas venham a desempenhar, os novos media oferecem hoje aos cidadãos infinitas possibilidades para construírem autonomamente os saberes e competências de que necessitam para criar valor e empreender. É nesse contexto que os apelos de Freire à criação de consciência, à libertação e à auto-capacitação se conjugam com as oportunidades que os novos media proporcionam para tornar possível, fora da escola, uma aprendizagem cada vez mais rica.

MEDIA SOCIAIS E APRENDIZAGEM

Não sendo este o espaço para aprofundar uma introdução aos novos media sociais, limitar-me-ei a percorrer os mais populares, comentando o potencial de que se revestem para a aprendizagem autónoma. Os blogs são os mais difundidos em variedade. No essencial, um blog é um espaço Web onde os autores oferecem contribuições escritas regulares sobre um ou vários tópicos. Essas contribuições podem incluir, ou não, documentos adicionais, imagens e vídeos. A maior parte dos blogs aceita comentários dos seus leitores, que são tornados públicos junto aos artigos para os quais são emitidos. Os artigos oferecidos por alguns blogs podem revestir-se de elevado valor pedagógico, muitas vezes enriquecido ainda mais pelos diálogos que proporcionam.

Os wikis são variantes dos blogs que permitem a partilha das actividades de autoria. O exemplo mais conhecido de um wiki é a Wikipedia, que conta actual-

mente com cerca de 1.3 milhões de autores registados, 100.000 dos quais activos (Wikipedia, 2012). A Wikipedia representa, provavelmente, o esforço de construção colectiva de saber mais gigantesco que alguma vez foi conseguido, sendo também a fonte gratuita de conhecimentos mais completa da Humanidade.

Uma evolução recente dos blogs são os micro-blogs, nos quais a extensão de cada contribuição é curta. Os *micro-blogs* mais populares do momento são o Facebook e o Twitter. O Facebook é um serviço Web de criação e gestão de redes sociais e de micro-blogging onde os utentes podem convidar-se mutuamente para integrem redes com as temáticas mais diversas e para comunicarem entre si. O *Facebook*, que atingiu recentemente mil milhões de utentes em todo o mundo (BBC, 2012), permite explorar modalidades muito variadas de partilha de informação e de ajuda mútua.

O Twitter, que atingiu em Fevereiro de 2012 a cota de 500 milhões de utilizadores (Dugan, 2012), é um serviço Web de criação de redes sociais e micro-blogging onde os utentes enviam para um espaço comum, ou uns aos outros, mensagens de texto com extensões não superiores a 140 caracteres — os tweets. Tem vindo a ser explorado de formas muito variadas em contextos de aprendizagem, proporcionando com frequência experiências originais e imaginativas de cooperação e aprendizagem.

O LinkedIn é um serviço Web que permite a criação e gestão de redes sociais para profissionais. Em Agosto de 2012 possuía mais de 175 milhões de utentes registados, em cerca de 200 países e territórios, apresentando um ritmo de crescimento de dois utentes por segundo (LinkedIn, 2012). Permite contactos e apoio mútuo entre profissionais dos domínios mais diversos, sendo, para muitas empresas de todo o mundo, o meio privilegiado para o recrutamento de novos quadros.

O Delicious é um serviço para o armazenamento e gestão de endereços Web. Permite a cada utente possuir um espaço (ou mais) onde regista os endereços dos sítios Web da sua preferência, aos quais atribui palavras-chave (tags) que facilitam a posterior procura. A delegação nos utilizadores deste trabalho de indexação tradicionalmente realizado por bibliotecários e a possibilidade de atribuir várias palavras-chave a um mesmo endereço resultou na criação de uma rede gigantesca de indexação colectiva, publicamente disponível, alimentada por cerca de 5 milhões de utentes-indexadores⁵. O Delicious permite assim aceder de forma selectiva a grande parte do que de melhor existe na Web, colocando-o ao alcance dos estudiosos interessados.

O SlideShare é um serviço Web destinado à partilha pública de transparências de apresentações⁶. Recentemente, começou a aceitar outros tipos de docu-

5 As taxonomias que resultam deste trabalho espontâneo e colectivo de indexação são designadas “folksonomies”.

6 As transparências correspondentes a esta apresentação foram colocadas no SlideShare, no espaço dos meus trabalhos em Português: <http://www.slideshare.net/adfigueiredoPT>.

mentos, mas o seu êxito e a razão fundamental da sua procura continuam a ser o acesso a transparências. Permite criar redes sociais entre autores e promover diálogos inspirados por essas apresentações. Várias das transparências tornadas públicas têm valor pedagógico elevado. Alguns professores, sobretudo do ensino superior, também colocam lá módulos dos seus cursos mais populares.

O YouTube é um serviço Web para partilha de vídeos. Inclui, entre os seus autores, desde o mais anónimo e imaturo dos amadores até às empresas mundiais mais poderosas e tecnologicamente sofisticadas. Quase todas as grandes empresas e organizações internacionais criaram no YouTube espaços onde divulgam vídeos relativos às suas actividades e onde, prescindindo do recurso aos meios de comunicação social tradicionais, tornam conhecidas muitas das suas posições públicas. Pesquisando no YouTube, podem encontrar-se apresentações, discursos, entrevistas e debates de grande valor, assim como centenas de milhares de vídeos pedagógicos sobre as temáticas mais variadas.

O Flickr é um serviço para a partilha de fotografias (e, mais recentemente, também, de vídeos), com funcionalidades de rede social. É hoje tema de interessantes investigações, algumas associadas ao papel único que desempenha no acompanhamento de catástrofes e eventos inesperados, onde fotografias tiradas por telemóvel, e de imediato colocadas *on-line*, são associadas a comentários que permitem aos órgãos de comunicação social e ao resto do mundo compreender o que se está a passar. As aplicações dominantes do Flickr na educação e na aprendizagem estão relacionadas com a aquisição de literacias visuais.

Como exemplo de um dos muitos media sociais hoje associados ao ensino superior e à investigação científica e tecnológica, valerá a pena citar a Academia.edu, um serviço para a criação e gestão de redes sociais de académicos (professores e alunos) que torna possível o diálogo e a partilha de materiais, trabalhos publicados ou não publicados, e de interesses académicos e científicos. A disponibilidade desses materiais e o acesso fácil a figuras destacadas do meio académico internacional⁷ reforçam muito o valor da Academia.edu como instrumento de apoio aos estudiosos.

NOVOS MEDIA, NOVOS SABERES

Os exemplos acima limitam-se a levantar o véu sobre o potencial dos media sociais para a criação de novas culturas de aprendizagem e de trabalho colectivo. Na verdade, muitas das funcionalidades que têm vindo a consolidar e muitos dos padrões de comportamento que têm vindo a induzir reproduzem-se já em milhares de outros serviços Web, gerando mudanças culturais cada vez mais marcantes na sociedade dos nossos dias. Neste contexto, levanta-se a questão de esclarecer que saberes e que competências deverão adquirir os nossos jovens para que possam tirar partido do potencial dos media sociais e das culturas que

7 Entre os seus membros contam-se figuras como Richard Dawkins, Stephen Hawking, Paul Krugman, Noam Chomsky e Steven Pinker.

eles configuram e possam explorar com sucesso as oportunidades que se lhes abrem neste nosso mundo plano. Por outras palavras, e à luz do que acima ficou dito, que saberes e competências serão necessários para evitar que a selecção natural da sociedade do conhecimento relegue para o precariado a maioria da nossa geração 2.0 e como será que esses saberes e competências podem ser adquiridos?

A resposta a esta questão tem vindo a ser procurada por vários organismos e instituições. Na maior parte dos casos, concluem inventariando literacias e competências que consideram essenciais. Como exemplo, um estudo recente do Institute for the Future da Universidade de Phoenix, intitulado *Future Work Skills 2020*, aponta como essenciais as capacidades para construir sentido em situações complexas, participar colaborativamente na construção de soluções, pensar e decidir de forma não rotineira, progredir em ambientes transculturais, decidir perante agregados de dados, interiorizar culturalmente os novos media, reflectir de forma transdisciplinar, conceber de forma holística⁸, gerir elevadas cargas cognitivas e colaborar virtualmente (Davies, Fidler & Gorbis, 2011). Leio com atenção estes relatórios, que me esclarecem sobre realidades cuja volatilidade nem sempre é fácil de acompanhar, mas confesso que tenho dificuldade em reprimir alguma frustração quando me apercebo de que as conclusões a que chegam se reduzem a listagens assépticas e não accionáveis. Não seria mais importante induzir nos jovens e nos responsáveis pela sua educação a consciência da importância de, como recomendava Freire, assumirem nas suas próprias mãos a sua autonomia e iniciativa relativamente a potenciais dependências? Não seria mais importante alertá-los para que é no mundo (real e virtual) dos media sociais que vai acontecer grande parte da sua vida profissional, que é nesse mundo que vão encontrar mercado para os seus saberes e competências e que, muito provavelmente, será nesse mundo que vão ser procurados e encontrados?

Por isso se me afigura importante que, independentemente de quaisquer inventariações de saberes e competências, que não poderão ser adquiridos colocando meros “vistos” nos itens de uma lista, os jovens saibam construir-se como cidadãos completos, conscientes da realidade complexa e mutável com que têm de confrontar-se. Igualmente importante é que, para lá do cultivo que venham a fazer das literacias dos novos media, reconheçam o imperativo de dominarem com precisão as literacias tradicionais. De facto, num mundo onde cada um tem de, pela escrita, construir on-line a sua imagem de marca, quem não souber fazê-lo corre o risco de ser relegado para a marginalidade, mesmo antes de poder demonstrar outras competências.

A construção da imagem de marca pessoal num mundo de media sociais reveste-se, aliás, de importância destacada na preparação dos jovens para a interiorização, pela acção e pela interacção, da natureza da sua relação com o mundo. Por um lado, a forma espontânea e afectiva como os jovens abraçam os

8 A designação habitual na língua inglesa é “design thinking”.

media sociais tende a fazê-los ignorar que todos os rastros que deixarem nesses media ficarão registados para sempre, irrevogavelmente fechados a tentativas que posteriormente queiram fazer para os apagar. Por outro lado, esquecem que, quando quiserem ingressar no mercado de trabalho, será nesses media que serão procurados e será nesses media que os seus potenciais recrutadores, antes de aceitarem compromissos duradouros, irão procurar os seus rastros. A construção desses rastros, desses portfolios de vida, exige, assim, cuidados especiais antecipados. Qualquer cidadão que queira “vender” os seus saberes e competências neste mundo deverá ser capaz de saber construir pacientemente o seu rasto e fazê-lo evoluir para que possa demonstrar, em cada momento, todo o seu potencial para criar valor.

CONCLUSÕES

Em resumo, num mundo global, complexo, com forte intelectualização do trabalho, onde o pleno emprego ameaça reduzir-se para dar lugar a formas alternativas de actividade remunerada, que se pretende plena, num mundo fortemente sustentado por novos media, onde o geográfico e o virtual se confundem, tornou-se vital para as novas gerações adquirirem, de forma autónoma e sustentada, os novos saberes que lhes permitam construir o seu sucesso. Terão, por isso, de aprender a viver, conviver, cooperar, colaborar, liderar, criar, empreender, auto-organizar e co-organizar nesse mundo. Num país onde os cidadãos tendem a delegar no Estado e nas instituições a responsabilidade de assegurarem as grandes mudanças, e onde o gosto pelo conhecimento tem poucas tradições, será necessário que o cidadão reconheça que chegou a altura de assumir nas suas mãos a construção dos saberes que garantirão a sua autonomia e o seu sucesso e que está ao seu alcance fazê-lo com os media sociais disponíveis.

REFERÊNCIAS

- Adams, J., King, C., & Ma, N. (2009). GlobalResearch Report – China: Research and Collaboration in the new Geography of Science. Thomson Reuters, November 2009.
- Adams, J., King, C., & Singh, V. (2009). GlobalResearch Report – India: Research and Collaboration in the new Geography of Science. Thomson Reuters, October 2009.
- BBC (2012, October 5). Facebook surpasses one billion users as it tempts new markets. BBC News Technology. Retrieved from <http://www.bbc.co.uk/news/technology-19816709#panel7>
- Castel, R. (2009). *La Montée des Incertitudes*. Paris: Seuil.
- Davies, A., Fidler, D., & Gorbis, M. (2011). *Future Work Skills 2020*. The Institute for the Future (IFF), University of Phoenix.
- Friedman, T. (2005). *The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Freire, P. (1970). *Pedagogia del Oprimido*. Montevideo: Tierra Nueva, 1970.
- Freire, P. (1992). *A Importância do Ato de Ler: em Três Artigos que se Completam*. 45ª edição, São Paulo: Cortez Editora.
- Hall, E. T. (1976) *Beyond Culture*. New York: Anchor Press/Doubleday & Company, Inc.
- Huxley, A. (1932). *Brave New World*. London: Harper Collins.

- LinkedIn (2012). About Us. LinkedIn Press Center. Retrieved from <http://press.linkedin.com/about>
- Nadin, M. (1997). *The Civilization of Illiteracy*. Dresden: Dresden University Press.
- Dugan, Lauren (2012). Twitter To Surpass 500 Million Registered Users On Wednesday. AllTwitter. February 21, 2012. Retrieved from http://www.mediabistro.com/alltwitter/500-million-registered-users_b18842
- Wikipedia. (n.d.). In Wikipedia. Retrieved from <http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>