

7 Outras Considerações

Apresentam-se, neste capítulo, algumas considerações para além da análise das regressões. O item 6.1 trata da relação entre uso e habilidade social e o conceito de sociabilidade desenvolvido por Simmel (1983). O item 6.2 trata da possível influência dos modos de ver tevê na relação dos jovens e seus pais com a Internet. Por fim, no item 6.3 apresenta-se algumas questões sobre as possibilidades de aprendizagem na Internet..

7.1 Uso e Habilidade Social pela lente da Sociabilidade

A experiência social representa para todos nós, e especialmente para as crianças e jovens, um importante ponto de referência para os comportamentos e definições dos sujeitos. É através da interação social que começamos a compartilhar uma cultura, uma linguagem, um modo de expressão. Através das redes sociais os jovens podem definir, descrever, reescrever suas identidades, bem como podem analisar as identidades dos outros explorando e confrontando com a sua própria. Isto nada mais é que uma extensão do que já acontecia face a face, só que de maneira amplificada. Da mesma forma que cabem diversas e distintas formas de interações sociais face a face, também é preciso considerar que há tantas e diversas formas dos jovens interagirem nas redes sociais, mas que hoje estão colocadas nesse jogo da interação as diversas culturas: a local, a da mídia, a letrada. É importante destacar isso para que não pareça que as interações das redes sociais têm uma característica totalmente desinteressada, mas que deve ser considerado, primordialmente, na análise dessas relações o fato delas acontecerem principalmente pelo simples prazer que estes jovens têm de estar juntos, compartilhando, curtindo, comentando suas vidas com outros jovens, em condições de igualdade (ideais é claro).

Para Simmel (1983), ninguém pensa sozinho, o pensamento é social. A sociedade é algo que acontece com a multiplicidade de interações permanentemente dinâmica. Este autor cunhou dois conceitos com o objetivo de compreender sua questão central, que era compreender como a sociedade é possível: o de sociação e o de sociabilidade. Sociação é diferente de socialização,

pois parte do princípio das interações, não há necessariamente uma determinação de cima para baixo, como na socialização. A sociação é definida por ele como:

[...] a forma (realizada de incontáveis maneiras) pela qual os indivíduos se agrupam em unidades que satisfazem seus interesses. Esses interesses, quer sejam sensuais ou ideais, temporários ou duradouros, conscientes ou inconscientes, causais ou teleológicos, formam a base das sociedades humanas. (Simmel: 1983, p. 166),

A sociação se traduz em impulsos básicos e interesses, que constituem os grupamentos e possibilitam a formação da individualidade e é tanto mais rica quanto maiores forem os círculos sociais pelos quais se transita, quanto mais amplas forem as experiências sociais vividas. Essas sociações produzem, nos que as experimentam, um sentimento de compartilhamento, e a satisfação derivada disso é o que motiva os indivíduos a formar um agrupamento. Para essas pessoas, o importante é a dinâmica que se estabelece a partir destas interações, onde o que é dito é transformado e ressignificado. Nesse contexto, a interação não é apenas um meio, tem um valor e um fim em si mesma.

A sociabilidade é quase o valor da interação pela interação. A sociabilidade, segundo Simmel (1983), é a interação entre iguais ou onde todos os que estão interagindo se entendem como iguais e ao mesmo tempo são reconhecidos em suas particularidades. Nesta forma de sociação a satisfação de estar junto prevalece. Ele assevera que “cada qual só pode obter para si os valores da sociabilidade se os outros com quem interage também os obtenham. É o jogo do ‘faz de conta’, faz de conta que são todos iguais, e, ao mesmo tempo, *faz de conta que cada um é especialmente honrado*” (1983: 71). Simmel alerta para o fato de que a sociabilidade entre membros de classes sociais muito diferentes é inconsistente e dolorosa (Idem:172).

Velho (2001) afirma que o conceito de sociabilidade em Simmel é muito preciso: é o social puro, ou seja, é aquela interação que não está ligada a outras motivações, a outros interesses, que não está determinada por razões econômicas, por razões políticas ou de qualquer outra natureza. O que importa é a interação em si mesma. É um tipo ideal. Na sociabilidade pura não há fatores fora da relação propriamente dita. Velho se questiona sobre a existência de tal tipo ideal, mas pontua que a sociabilidade ganhou várias conotações e que o conceito hoje está muito mais próximo de uma discussão sobre interação, cotidiano e costumes.

Os jovens desta pesquisa que fazem parte das redes sociais na Internet, no MSN, Orkut, Facebook e outras o fazem porque desejam fazer parte de uma rede de amigos e/ ou porque desejam simplesmente conversar, trocar impressões sobre um tema comum. Pode-se pensar que num grau considerável esses jovens pretendem estar juntos pelo prazer de estarem interagindo. Este estar junto já não é somente fisicamente, mas virtualmente. Será que se pode definir como sociabilidade?

A sociabilidade é um conceito que possibilita a análise das relações horizontais na sociedade, entendendo-se que não há formas puras. As relações resultantes da mediação tecnológica, que tem ampliado as redes de relações entre os indivíduos, vêm produzindo novas formas de interação entre as pessoas. Esse é um objeto que cabe à lente teórica da sociabilidade: compreender como se dá a construção dessas redes, que hábitos, que comportamentos estão sendo construídos a partir destas relações, que novas formas de sociabilidade estão sendo engendradas.

Os resultados desta pesquisa (tanto quanto as pesquisas de Kredens e Fontar, 2010, Mediappro, 2006; Livingstone e Haddon, 2009) sugerem que o ganho mais significativo no uso do computador e da Internet entre os jovens pesquisados se dá no âmbito da sociabilidade, entendida como a expressão não pura da sociabilidade conceituada por Simmel (1983). Nessa interação ocorre transmissão de conhecimentos, normas e valores. A aprendizagem entre pares é orientada, fundamentalmente, pela ausência de hierarquias entre quem ensina e quem aprende, configurando-se como interação entre desiguais, que naquela situação se identificam como iguais. Jovens usuários de computador e de Internet aprendem juntos a utilizar, de maneira eficiente e econômica, os recursos da máquina e da rede, além de regras de convivência e de comunicação em ambientes digitais. A sociabilidade mediada pelas tecnologias digitais alterou, significativamente, formas anteriores de entender amizade e colaboração e pode ser um dos fatores responsáveis pelas fortes semelhanças encontradas, em estudos empíricos, nas práticas de uso de mídias por jovens de diferentes países e culturas.

Outro ponto que deve ser destacado é o desejo de pertencimento que muitas destas relações apresentam. Pertencimento está relacionado à ideia de identificação de si como membro de um coletivo em que se partilham significados. Esse sentimento de pertencimento pode destacar características culturais, políticas, raciais, religiosas, etc. Os múltiplos pertencimentos dos sujeitos (neste caso dos jovens) estruturam a identidade, tanto a individual quanto a coletiva.

Compreende-se que parte da socialização dos jovens vem ocorrendo em espaços e tempos variados, com múltiplas referências culturais, potencializados pelo acesso a Internet. Esses grupos de sociabilidade podem ser entendidos como articuladores de redes de significados e vivências que, num jogo de relações e interações, (re)constróem as identidades juvenis. (Souza: 2004, p.65).

7.2

Modos de ver tevê influenciando a habilidade no uso da Internet

Neste estudo a prática de assistir à tevê teve impacto positivo na habilidade (geral), na habilidade social e na habilidade e uso tecnológico. Além disto, os itens de prática cultural sobre assistir a determinados programas televisivos obtiveram grande popularidade nas respostas. Belloni e Gomes (2008) asseveram que a televisão exerce papel importante na socialização e que esta importância já foi confirmada em pesquisas empíricas, *não somente pelos altos índices de audiência, como também pelas representações que as crianças se fazem da televisão e de suas mensagens* (2008, p.721). Mas porque será que assistir a programas de TV impacta positivamente na habilidade?

Os resultados sugerem que a Internet incorporou alguns dos formatos mais populares da televisão, onde séries inteiras podem ser baixadas de uma só vez, clips podem ser vistos e revistos à exaustão. A mídia hoje ocupa uma posição dominante como fornecedora de produtos culturais e crenças. Esse papel era exercido primordialmente pela televisão, mas ganhou mais força e amplitude com a Internet. Neste caso pode-se crer que a lógica da mídia exerce influência sobre si mesma, isto é a lógica da televisão é incorporada à Internet (com seriados, capítulos de novela, jornais) e a televisão, por sua vez, se modifica para incorporar a lógica da Internet, com a possibilidade de gravar e pausar filmes e programas para continuar a vê-los mais tarde, programar gravações, bloquear programas etc. A televidência, ou seja, certo modo de ver TV, originou comportamentos relacionados ao uso de mídias que hoje estão incorporados à vida cotidiana das crianças e jovens.

Por outro lado, ao que tudo indica, a tradição das famílias brasileiras de fazer pelo menos uma refeição diária em conjunto e de, nesse momento, assistir à TV e conversar sobre o conteúdo do que é veiculado parece estar sendo adotada na

relação com a Internet, sobretudo se considerarmos o impacto positivo, também significativo, nas habilidades pelo uso da Internet por adolescentes em suas casas.

Estudo realizado por Migliora (2007), com cerca de 800 crianças, de classes populares, do Rio de Janeiro e de Minas Gerais, sobre a relação que elas tinham com a televisão, indicou um alto índice de diálogo familiar (mediação dos pais) sobre conteúdos da televisão, entre as crianças que participaram da pesquisa, apontando que essas famílias desempenhavam papel significativo na mediação da relação que as crianças estabeleciam com o que viam na TV. A maioria dessas crianças (70% delas) informou ter mais de um aparelho de televisão em casa e uma em cada três informou ter televisão no quarto. De acordo com as respostas ao item sobre com quem a criança assistia à televisão, elas o faziam prioritariamente com os adultos, os irmãos e os primos, por opção; a maioria delas informou que assistiam a seus programas preferidos com o pai e/ou com a mãe, o que sugere que a apropriação dos conteúdos dos programas estava sendo, de alguma forma, mediada pelos valores da família. Nesse contexto, o diálogo familiar aponta a coesão da fonte de mediação da família, que é a primeira formadora de parâmetros e valores, orientando as crianças dentro dos pressupostos do grupo social a que pertencem.

Além de mostrarem que gostavam de ver seus programas preferidos com um adulto responsável, as crianças do estudo acima mencionado (Migliora, 2007) apontaram índices significativos de diálogo familiar sobre o conteúdo da programação de televisão: 55,7% das crianças que participaram da pesquisa afirmaram que os pais conversavam com elas “algumas vezes e quase sempre” sobre o que viam na televisão; 36,1% afirmou que os pais faziam isso “sempre” e apenas 6,3% disse “nunca ou raramente” conversar sobre o assunto com adultos da família.

Estudos internacionais (Pereira e Pereira, 2012; Mendonza, 2009; Strasburger e outros, 2009) indicam que os pais exercem influência nos modos de consumir as mídias, bem como nas aprendizagens que ocorrem a partir desses usos. Alguns desses estudos sugerem que os pais devem ser sensíveis às necessidades dos filhos e buscar recursos de como tratar as experiências deles com as mídias.

A análise dos dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2012 indica um efeito positivo da mediação parental nas habilidades para uso seguro da Internet. Cabe destacar que 52% dos pais que responderam à questão sobre onde obtém informações sobre como orientar seus filhos (crianças e jovens) para o uso da Internet informaram que as obtém na televisão. Não é o objetivo deste estudo

analisar a mediação parental, até mesmo porque não foram colhidos dados a respeito deste tema. Entretanto, cabe assinalar a forte presença de computadores em casa e o efeito positivo que este local de uso apresentou em todas as regressões, assim como as respostas obtidas nas entrevistas, onde os jovens relataram a participação dos pais ou responsáveis como orientadores (sem juízo de valor da qualidade desta mediação) em relação à Internet. Estes jovens descreveram situações em que os pais ou responsáveis participavam, cotidianamente, de atividades realizadas por eles na Internet com conversas, conselhos, compartilhando algum tema (como a avó de Junior que colocou o computador na sala para poder estar com ele ou como Guilherme, que ganhou um laptop para poder acompanhar os sites de celebridades e ter o que conversar com a mãe quando voltasse do quartel). Isso nos leva a supor que os hábitos familiares relacionados ao uso da televisão estejam sendo transferidos, em alguma medida, para o uso da Internet, o que pode estar produzindo efeito sobre o desenvolvimento de habilidades.

É importante ressaltar que tanto tevê quanto Internet têm suas especificidades, mas a relação com ambas pode estar sendo atravessada pelo processo de “domesticação” (Silverstone e Haddon, 1996) das mídias no Brasil. A domesticação leva em conta o processo de apropriação das mídias por seus usuários, no espaço doméstico, ou seja, no interior dos lares. A mídia é definida em termos de conteúdo material e também de conteúdo simbólico. O conteúdo simbólico é que permite uma utilização diferente ou ampliada daquela para a qual foi concebida uma mídia específica. Desse modo, ainda que o computador pessoal (PC) tenha sido projetado para uso individual, seus usuários podem estabelecer para ele, no âmbito doméstico, um uso coletivo, permitindo que desempenhe algumas das funções antes exercida, nos lares brasileiros, pela televisão, tais como agregar a família em torno de um certo produto ou por pautar temas de conversas e discussões, possibilitando a apropriação do discurso de uma forma peculiar.

Hartmann (2009) apresenta a ideia de Silverstone de lar como economia moral. Na perspectiva defendida por ambos, os lares têm também economias complexas, porém em nível moral. Os lares e os seus membros estão tentando garantir sua segurança ontológica e são constantemente desafiados nisso; a mídia é uma das perspectivas mais ativas desse desafio. Assim, a economia moral tem um aspecto dual: em parte serve para adaptar aos desafios, em parte para proteger os lares de uma mudança ou de um desafio demasiado radical. O processo de

apropriação é geralmente caracterizado pela transição das mídias como objetos que atravessam a linha entre a economia formal e a economia moral dos lares, ou seja, o modo como essas mídias serão incorporadas àquela casa e como seus usuários vão percebê-la como objeto material e como conteúdo simbólico. Os valores, biografias e ética que compõem uma economia moral são muitas vezes protegidos através de uma abordagem um pouco conservadora para qualquer novo objeto de mídia. Enquanto isso, nesse processo sempre contínuo, há também momentos de relativa estabilidade e, ao mesmo tempo, de mudanças provocadas pela relação com a mídia. (2009, p.253).

Talvez as famílias brasileiras de classe popular possam ter percebido a Internet como uma possibilidade promissora para seus filhos e ao mesmo tempo como fonte de “perigo”. A maneira pela qual lidam com esta situação pode ser incorporando padrões de comportamento que já lhes era familiar, que é o modo como se apropriam dos conteúdos televisivos, trazendo-os para a discussão dentro de casa, tomando-os como tema de conversa e, conseqüentemente, ressignificando-os.

7.3 Aprendizagem na Internet

Com base nos relatos dos jovens que participaram das oficinas e entrevistas e em conjunto com outras pesquisas observa-se que os jovens aprendem muito com a Internet, além da questão da sociabilidade e da construção da identidade que são de extrema importância na configuração dos sujeitos. Aprendem juntos a produzir, editar e armazenar imagens; a participar de redes sociais, a utilizar adequadamente o computador, extraindo o máximo de sua potência, a se defender de vírus, a fazer trabalhos escolares, no mínimo de tempo e com o máximo de eficiência. Interações entre pares, mediadas pelas tecnologias, constroem conhecimentos sobre estas e sobre as relações estabelecidas na rede, mas é falsa a ideia de que sabem tudo de que precisam para atuar naquele ambiente e para explorar integralmente seu potencial.

Em sua pesquisa, Belloni e Gomes (2008) constataram que o uso lúdico e precoce de tecnologias digitais favorece a capacidade de realizar várias tarefas ao mesmo tempo, com diferentes graus de complexidade, além de propiciar a

aprendizagem cooperativa e colaborativa e a autodidaxia. Elas consideram que isso não se configura como autonomia intelectual. Autodidaxia tecnológica não se traduz, automaticamente, em autodidaxia cognitiva. Para Duarte e outras (2011)

pensar por si mesmo na relação com a Internet exige a superação dos automatismos expressos pela mera transposição entre diferentes suportes do que é visto, ouvido, lido, experimentado. Autonomia, nesse campo, implica produzir análises, interpretações e ressignificações que tornem possível uma apropriação singular, pessoal (ainda que socialmente construída) dos conteúdos disponíveis nos ambientes digitais visitados. E isso precisa ser ensinado.(p. 154)

Jenkins (2008) afirma que a inserção autônoma de crianças e jovens na vida social pressupõe a aquisição de habilidades mínimas no uso do computador e da Internet, vistas como garantia do direito de participar de nossa cultura, em igualdade de condições.

Essas habilidades seriam: capacidade de experimentar, com seu entorno, formas de resolução de problemas; capacidade de adotar identidades alternativas com a finalidade de improvisação e descoberta; capacidade de interpretar e construir modelos de dinâmica de processos do mundo real; capacidade de coletar amostra significativa e *remixar* conteúdos de mídia; capacidade de mapear um ambiente e deslocar o foco, conforme necessário, para detalhes importantes; capacidade de partilhar conhecimentos e comparar descobertas e informações com outros, com objetivos comuns; capacidade de avaliar a confiabilidade e credibilidade das diferentes fontes de informação; capacidade de acompanhar o fluxo de histórias e informações em diversas modalidades; capacidade de pesquisar, sintetizar e divulgar informações; capacidade de viajar através de diversas comunidades, demonstrando discernimento e respeitando as múltiplas perspectivas, bem como compreendendo e seguindo normas alternativas. Poucas dessas habilidades podem ser conquistadas de forma igualitária, apenas com uso intenso de tecnologias digitais; a maior parte delas exige a mediação de adultos preparados para isso.

Além dessas habilidades que precisam ser ensinadas e demandam a mediação de um adulto (pais e/ou professores), temos que considerar um outro aspecto que a Internet pode trazer em termos de aprendizagem, que é a possibilidade de atuar no espaço coletivo. Ito (2009) usa o termo redes públicas para descrever a participação na cultura pública que tem como suporte as redes *online*, onde pode se observar a participação ativa de uma malha distribuída socialmente na

produção e circulação do conhecimento (2009, p.23). Ela identifica uma importância crescente dessas redes na vida cotidiana dos jovens, o que configura uma mudança significativa na constituição dos grupos sociais e públicos que estruturam a aprendizagem e a identidade dos jovens. Ressalta que a atividade *online* da juventude em grande parte reproduz as práticas sociais e de comunicação já existentes, mas as características das redes públicas criam novos tipos de oportunidades para os jovens se conectarem, comunicarem e desenvolverem suas identidades. Elas também abrem novos caminhos para a participação dos jovens através de entrelaçamentos de interesse especializado. Através da participação em sites de redes sociais, bem como mensagens instantâneas e as de texto, os jovens estão construindo novas normas sociais e formas de educação para o letramento das mídias na cultura das redes públicas que refletem o reforço do papel das mídias em suas vidas. A natureza delas e da publicidade destas práticas faz as aprendizagens sobre a vida social (tanto os fracassos e sucessos) mais conseqüentes e persistentes. Mas será que isto é suficiente?

Silverstone trata deste tema em seu livro *Media and Morality*, onde sustenta que a mídia é o espaço público fundamentado na aparência. Talvez seja o único espaço público viável em um mundo interconectado. Para este autor o espaço público tem a dimensão daquele proposto por Arendt, que é a da ação orientada por interesse coletivo e fundada no diálogo. Para ele a aparência mediada constitui nossa capacidade de estar no mundo, uma capacidade de dupla face: é menos que a capacidade de estar no mundo face a face, pela falta de cheiro, toque e ao mesmo tempo é mais, porque oferece um leque de conexões que enriquecem e complementam a experiência e substituem o material pelo simbólico. Esta oferta de possibilidade de estar no mundo e compartilhá-lo estende-se através dos diferentes tipos de mídia. O mundo é cada vez mais compartilhável e de formas cada vez mais diversas, mais disponíveis e acessíveis, mas não necessariamente compartilhado.

Ele entende que a cultura midiática é definida na modernidade tardia como espaço de aparência, tanto no sentido em que o mundo aparece como no sentido de aparência que constitui esse mundo. Vivemos em um mundo com outros que são diferentes de nós, mas em um mundo em que essa diferença pode ser compartilhada. Por gerações, talvez, pudemos evitar, dissimular e negar a pluralidade. A mídia global levanta o véu da diferença – ela não pode ser evitada, é vista e ouvida todos os dias. Entretanto, a mídia global oferece poucos recursos para lidarmos com as diferenças.

Buscando compreender as implicações da mídia como espaço moral, Silverstone lança mão do conceito de aparência definido por Hannah Arendt. O autor sugere que, para melhor ou para pior, a mídia constitui de fato a publicidade do mundo.

Para Arendt (apud Silverstone, 2007) é a comunicação que define a possibilidade da vida social e política. Vida política depende da pluralidade e do que ela chamou de natalidade. A diversidade da condição humana garante sua humanidade e tanto separa quanto conecta. O espaço entre o familiar e o exótico, entre eu e o outro é o espaço da aparência, que garante a possibilidade (somente possibilidade) de vida pública e ação política. Pluralidade não é apenas uma questão de diferença, embora isso seja o seu começo. Mais ainda, sem reconhecimento e identidades partilháveis, ela leva ao isolamento, como pode ser visto em muitas versões de multiculturalismo. Ela constitui o público e é somente no público que ação pode tomar lugar. Silverstone cita a metáfora arendtiana da mesa em volta da qual sentamos, que ao mesmo tempo nos une e nos separa.

Ele adverte que a aparência não pode ser mera aparência. É preciso a participação, nossa participação ativa como pensadores, ouvintes, falantes e atores. A aparência precisa ser criada. Pensar, falar, ouvir e agir são componentes básicos da vida no mundo e condições para a constituição da publicidade. Nem aparência, nem mediação são possíveis sem o reconhecimento do outro, de sua identidade e diferença.

A capacidade de pensamento, de ação, de discurso e de julgamento depende da presença do público em nós, que por sua vez depende do nosso reconhecimento e tomada de responsabilidade pelo outro.

O espaço de aparência é o espaço do discurso e ação, mas o pensamento é sua condição. A ausência do pensamento é o coração da análise arendtiana sobre a banalidade do mal. Sem pensamento não há discurso, nem ação, nem reconhecimento da capacidade de ser criativo no mundo, reconhecimento do outro, da pluralidade do mundo.

Para Silverstone os presságios não são bons. A mídia está voltada para os interesses do capital e do Estado. Na sua presente manifestação de espaço mediado da aparência, o público tem pouco status significativo. Pensamento, discurso e ação estão desconectados e comprometidos pela falta de contexto, memória, rigor analítico e, cada vez mais, pela falta de confiança. Há uma conexão de assimilação, incorporação e negação da diferença. Subjacente a essas falhas está a retirada

progressiva de um compromisso genuíno com a comunicação. Uma retirada para o interior do mundo privado, mascarado de público.

A emergência da mídia interativa, ainda que haja mau uso e problemas de conectividade, pode ser vista como um importante passo na direção do que Hannah Arendt chamou de *publicidade*. Interatividade, nessa perspectiva, é vista como uma forma de poder, que é a capacidade generalizada de agir que depende da aproximação de homens e mulheres na sua diversidade. Essa capacidade generalizada, esse desejo de aceitar as visões e interesses do outro e de transformar interesses próprios dentro de objetivos comuns é a precondição da vida política. Poder e comunicação estão intimamente relacionados.

Assim, para Arendt na *polis*, e para Silverstone no que ele definiu como midiápolis, a questão não é a racionalidade da comunicação humana, mas o reconhecimento que a comunicação é fundamentada no sentimento para o mundo e na condição de estar no mundo, entre outros. Publicidade neste sentido é um termo positivo. Então, para que a aparência não seja somente simulacro é necessário o julgamento para uma tomada de posição consciente e responsável, mas que depende de provisão de recursos para o julgamento cognitivo, estético e moral, na nossa confrontação com o mundo, tanto na experiência face a face quanto mediada.

Portanto, para Silverstone (2007) oferecer recursos para que se façam julgamentos efetivos é condição *sine qua non* para a criação de um espaço público midiático. A mediação não envolve apenas o fornecimento dos fatos, mas a produção de narrativas – envolve letramento midiático, com reflexão e expressão sobre a diversidade do mundo. Mas os recursos para julgamentos não podem vir somente da mídia. Sujeitos e audiências trazem seus próprios recursos, e assim precisa ser, se desejaram participar deste espaço público. Todo julgamento requer imaginação para se colocar no lugar do outro. A mídia ampliou seu alcance, mas não necessariamente ampliou o entendimento que temos do mundo e dos outros. Atores e espectadores presentes no espaço público precisam cuidar da responsabilidade do julgamento. Julgamento exige capacidade de distanciamento de si mesmo e abstração de pensamento.

No mundo do espaço de aparência mediada, o que vemos é o que temos. É crucial o reconhecimento da mediação como prática que envolve indivíduos em atividades sociais, culturais, também políticas e econômicas para as quais se exige responsabilidade.

Para esse autor a narrativa é central para entender o papel da mídia na criação do espaço público para decisão e julgamento. Somente ações narradas tem valor, porque permitem a apreciação dos outros e consequente julgamento.

Alguns autores como Shirky (2011) e Jenkins (2008) apontam alguns caminhos que os jovens encontraram para uma participação ativa na Internet como produtores, ou como afirma Shirky compartilhando o excedente cognitivo coletivo, próximos do que Silverstone definiu como espaço público. Entretanto, para que seja realmente um espaço público é necessário que nós adultos tomemos a tarefa de apoiar esses jovens na construção de narrativas e ajudá-los a construir condições para que possam fazer julgamentos cognitivo, estético e moral da experiência mediada. Duarte e outras associam os conceitos de Durkheim e Simmel à perspectiva, defendida por Hannah Arendt, sobre educação

Se é verdade que crianças e jovens dispõem do que poderíamos chamar de “autonomia tecnológica”, e que, esse âmbito, aprendem muito mais com seus pares do que com os adultos, também é verdade que eles não dispõem da autonomia intelectual e moral necessárias à construção de novos conhecimentos, à preservação da vida e à convivência em sociedade: (...)

Podemos nos deixar conduzir nesse território (cultura digital) pelos que a ele chegaram antes de nós, e que o conhecem melhor, mas, na maioria dos outros territórios, em especial os das relações humanas, da produção de conhecimentos e o do ethos social somos nós os condutores e não há razões para deixarmos de exercer nosso papel. (2011: 160).

Uma das perguntas que fazíamos nas entrevistas (parte qualitativa da pesquisa) dizia respeito à confiabilidade das informações postadas na rede e a maioria deles respondeu que quando se tratava de busca escolhiam o primeiro resultado porque era o mais acessado (Guilherme disse que tem que ser um *link* mais explicado, mais conteúdo bom para que possa ser resumido, mas a maioria das vezes escolhe o primeiro); em relação às informações veiculadas nos sites, além daqueles que apresentam informações mais detalhadas, indicaram que também acreditam nos sites mais populares. Alguns primeiro responderam que possuíam antivírus e por isso entravam em todos os sites que queriam, depois que frisávamos que a pergunta dizia respeito à confiabilidade da informação fornecida pelo site, eles reformulavam a resposta e diziam que para assegurar a confiabilidade escolhiam sites populares, isto é, com maior número de usuários, tais como globo.com, yahoo, terra, etc. Dois dos jovens responderam que nunca haviam pensado nisso antes e ficaram incomodados com essa situação. Mesmo

João, que se engajou numa conversa sobre a desapropriação de Pinheirinho e que um dos temas da discussão era a falta de cobertura desse fato pela grande mídia e a necessidade de se mobilizarem para publicizar os abusos cometidos pela polícia, ao ser perguntado sobre a confiabilidade das informações veiculadas na Internet disse que não se preocupava com isso porque possuía antivírus.

Mais uma vez, não se trata de desconsiderar o que eles aprendem entre eles, mas de considerar que em certos campos esse aprendizado é insuficiente. Por isso, é importante ressaltar a relevância do papel dos adultos na aprendizagem dos jovens pela Internet, especialmente no que concerne a da atuação na rede como um espaço público.