



O meme e o mestre: o conhecimento coletivo nas redes sociais¹

Bárbara de Brito e CAPARROZ²
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo

Com as novas experimentações propostas pelos meios de comunicação digitais, as novas gerações crescem acostumadas às dinâmicas do hipertexto e de uma estrutura social rizomática, em que novas linguagens chegam para potencializar a memória e estimular a proliferação das ideias. Assim, partindo da ideia de discutir conhecimento e comunicação, esse artigo pretende reunir peças para a compreensão de uma nova cultura promovida pelo mundo conectado e entender como ela pode ser aproveitada para estimular a interação, o engajamento e a construção coletiva de conhecimento que são vivenciadas nas redes sociais também nos ambientes de educação.

Palavras-chave: comunicação digital; memes; cultura participativa; conhecimento.

1. Introdução

Os meios de comunicação sempre foram muito influentes em todos os aspectos que envolvem a sociedade, atuando tanto quanto formadores de opinião pública quanto como organizadores da estrutura de pensamento das pessoas. Não seria diferente com a Internet, que, ao contrário das mídias tradicionais, foi criada com base em uma nova forma de sociedade: a sociedade em rede.

Com o surgimento das comunidades virtuais, os caminhos para a apropriação da internet pelas redes sociais foram abertos e elas se mostraram capazes de construir um mundo ainda mais complexo, em que a troca de informação, a comunicação e os relacionamentos assumem papel fundamental, alterando a configuração social de toda uma geração. Seus amigos são aqueles do Facebook, seu conhecimento é aquele do Twitter, sua interação com o grupo é aquela através de jogos como CandyCrush.

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Rádio, TV e Internet do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

² Estudante do Curso de Relações Públicas da ECA-USP, email: barbaracaparroz@gmail.com; Trabalho orientado pelos professores Prof. Dr. Vinicius Romanini, email: viniroma@gmail.com; e Maria Cristina Palma Mungioni: crismungioli@gmail.com



Para os movimentos sociais, surge uma nova forma de ação e organização, um instrumento que aumenta a flexibilidade e temporalidade da mobilização, já que agrupa pessoas com interesses comuns, o que também é objetivo do movimento. O alcance que a internet possui frente ao público é hoje indiscutível, sendo sua superioridade – em número de alcance máximo de pessoas - um dado aceito.

Ainda assim, a Internet não sobrevive por si só. Os conteúdos das novas e velhas mídias tornaram-se híbridos, reconfigurando a relação entre tecnologia, indústria, mercados, gêneros e públicos, permitindo um cruzamento entre mídias sociais digitais e mídias tradicionais de massa que caminha por diversas plataformas eletrônicas, caracterizando o que Henry Jenkins define como a era da *convergência midiática*. Sua ideia é um importante caminho que traduz as mudanças nas formas de relacionamento do público com os meios de comunicação.

Uma importante mudança conquistada pela convergência é a compreensão do receptor³ enquanto produtor de conteúdo. Nesse sentido, e entendendo que as mídias tradicionais limitam a participação e a criação de seus receptores, pode-se analisar a argumentação de Roger Silverstone, autor que vê na mídia um instrumento de articulação da memória. A memória, seja em qualquer âmbito, é capaz de nos fixar no espaço ou no tempo, e é de importância fundamental para a experiência individual e de culturas. (SILVERSTONE, 2002)

Para o autor, a mídia interfere em nossa memória, construindo novos registros de acordo com interesses externos à nossa individualidade. Sua interferência se dá principalmente porque age nas instâncias responsáveis pelas nossas recordações: os testemunhos orais e os discursos compartilháveis entre as pessoas.

Tais “discursos compartilháveis” são, atualmente, aqueles indicados pela mídia. Conhecida na teoria da *agenda setting*⁴, temos a mídia como principal responsável por ditar as pautas da sociedade. Os “testemunhos orais”, por sua vez, fazem parte de uma cultura oral em declínio. O autor entende que, com a predominância das mídias de massa na sociedade e o enfraquecimento da comunicação interpessoal, a memória oral

³ O modelo emissor-receptor possibilita a interpretação dos fenômenos de comunicação em massa. Constituído pela relação entre a tríade ‘emissor, meio e receptor’, formam os modelos de ‘paradigmas comunicativos tradicionais’ desenvolvidos por autores como Shannon-Weaver, 1949, Katz-Lazarsfeld, 1955, Eco-Fabbri, 1965, entre outros.

⁴ Formulada por McCombs e Shaw, a teoria da *agenda setting* entende que a mídia é responsável por determinar a pautar os assuntos da esfera pública, destacando determinados temas em detrimento de outros, de acordo com questões particulares à mídia e seus patrocinadores.



perde seu poder persuasivo, sua técnica responsável por sustentar rituais públicos e privados da sociedade. (SILVERSTONE, 2002)

Por um lado, se essa capacidade da mídia em moldar a memória individual através da experiência impede o indivíduo de criar seu próprio ponto de vista, por outro, torna acessível experiências e memórias que talvez nunca fossem alcançadas sem a mediação de um veículo de comunicação, ora pelo espaço inacessível, ora pelo tempo passado. Tais experiências e memórias promovidas pela mídia são ainda mais potencializadas pelas mídias sociais digitais.

Com a internet é possível não apenas promover os “discursos compartilháveis” e os “testemunhos orais” ao seu potencial máximo - tendo em vista que as mídias sociais digitais têm, em sua natureza, o poder de estimular a interação, a troca e o compartilhamento de ideias e experiências – mas também desvincular a pauta do que a mídia tradicional estipula. É possível então fugir do agendamento e estimular o desenvolvimento de outros temas, como o engajamento político, a arte e a educação.

2. Comunicação e as novas formas do conhecimento

Para entender a importância do diálogo entre as áreas do conhecimento, é preciso recorrer às ideias de Edgar Morin. Em sua obra “A cabeça bem-feita”, o autor mostra que os conhecimentos externos atuam como agregador de conteúdo, ao passo que as fronteiras e os conceitos ganham movimento.

Uma disciplina que não permite trocas pode ser condenada a uma hiperespecialização em que as ideias tornam-se propriedades. Ou seja, sem interação perdem-se oportunidades que apenas o olhar alheio é capaz de oferecer, limitando o potencial de desenvolvimento dos estudos. Por outro lado, com a interação entre disciplinas e a circulação dos conceitos ocorre “*a invasão de um problema de uma disciplina por outra*” (MORIN, 2003, p.107), fenômeno capaz de ampliar a possibilidade de desenvolvimento das pesquisas em todas as ciências.

No âmbito da comunicação, vemos que o relacionamento entre o público e as tradicionais mídias de massa através da linearidade do modelo emissor-receptor deixou de ser funcional, principalmente quando comparado à comunicação em redes. Um novo modelo capaz de abranger toda a multiplicidade desta nova interação foi encontrado por Deleuze e Guattari na biologia, com o conceito de rizoma.



Um rizoma é um caule ou raiz que se diferencia dos demais por ser descentralizado, podendo criar ramificações em qualquer ponto. Deleuze transforma este conceito, adaptando-o para as ciências sociais de forma a mostrar a reorganização da estrutura vivenciada pela sociedade, suas divisões e significados.

Esta situação é uma importante aplicação da interdisciplinaridade na comunicação social, uma vez que ilustra as migrações de ideias e conceitos descritas por Morin. Provavelmente as ferramentas das ciências humanas não seriam suficientes para embasar uma configuração tão complexa como a multiplicidade possibilitada pela rede. Neste caso, a biologia permite o que Morin conceitua como a “*concepção de uma unidade em substituição ao que era desunido*” (2003, p. 111) e ainda mostra a troca e a cooperação que atravessa as disciplinas e surge quase de forma orgânica.

O texto de Morin também aprofunda a relação entre as ciências, nos conscientizando para a interdependência estabelecida, ainda que a interarticulação entre elas não seja sempre possível; e destaca o problema do paradigma e as questões de ordem, desordem e organização. Estudar a desordem é também estudar pontos de vista e pontos de partida. Com a estrutura do rizoma observamos que uma rede de conhecimento pode ser fundamentada pelas mais diversas disciplinas sem ter um ponto central ou mesmo inicial, método que organiza uma diversidade de conceitos e ideias sem hierarquizar as informações.

Com a alteração da estrutura comunicacional de hierarquizada para rizomática, os conceitos de emissor e receptor foram então mesclados e, por fim, eliminados no contexto das redes mundiais, excluindo qualquer tipo de passividade do agora chamado usuário do meio de comunicação.

O receptor não pode ser compreendido apenas como um ser passivo, uma vez que é capaz de produzir sentido ao receber a mensagem; ele também deve ser visto como produtor de conteúdo e deve-se considerar que nem sempre o que é por ele produzido condiz com a intenção do emissor.

Nas palavras de Dominique Wolton, “*endereçada a todo mundo, a mesma mensagem não é recebida da mesma maneira por todos*” (WOLTON, 2006, p. 33). Os indivíduos mantêm seu livre-arbítrio, aprendendo a resistir àquilo que não está aliado a suas vontades. Os receptores filtram tudo o que chega a eles e, desse modo, podem ser dominados pelas mensagens e pela comunicação, mas não são alienados.



O século XXI apresenta um receptor que administra um volume e uma diversidade de informação cada vez maiores e, muitas vezes, coloca-se em situações de exposição e interação com as mensagens que lhe são oferecidas. Essa questão da interação faz com que os processos comunicacionais repensem suas considerações acerca do receptor, já que surgem duas imagens contraditórias: *o cidadão-hiperativo e o cidadão-consumidor*.

Enquanto o primeiro passa sua vida em frente aos terminais interativos, lidando de maneira positiva com as revoluções comunicacionais, o segundo ocupa uma posição de passividade, sendo neutros aos sistemas de informação interativos. A multiplicação dos meios de interatividade faz com que os agentes passivos sejam colocados em uma situação de inferioridade perante aqueles que agem de modo ativo frente às mudanças.⁵

Tal desenvolvimento tecnológico permitiu um alcance das informações a um público não apenas maior do que o anterior – das mídias de massa - , mas agora ilimitado, com a transmissão de um número imenso de mensagens em tempo real, transformando tanto o processo e quanto o significado do ato de comunicar.

Desta maneira, é possível perceber que “*as redes digitais instauraram uma forma comunicativa feita de fluxos de troca de informações ‘de todos para todos’*” (FELICE, 2008, p. 53), propiciando o surgimento da produção e da disseminação de conhecimento de maneira colaborativa, constituindo o que Pierre Lévy chama de *inteligência coletiva*.

Esta inteligência existe, entre outros fatores, devido à existência de outro grande pilar da comunicação digital: as *comunidades virtuais*, que, por sua vez, estão apoiadas na *interconexão*. As comunidades virtuais são descritas por Lévy como a união de indivíduos com afinidades e interesses mútuos, que juntos constroem e trocam conhecimentos, independentemente de posições geográficas ou de instituições monopolizadoras dos meios de comunicação (LÉVY, 2000). As comunidades virtuais permitem a real existência de grupos que antes eram apenas potenciais.

3. A transmissão de ideias no ambiente digital

⁵ Deve-se ressaltar que um mesmo indivíduo pode ocupar as duas posições, sendo considerado ativo perante algumas situações e passivo perante outras. Essa discrepância quanto à valorização ou desvalorização de um indivíduo deve-se sempre ser questionada.



Outro conceito trazido da biologia para as ciências sociais é a teoria dos memes, proposta por Richard Dawkins em seu livro “O gene egoísta”. O cientista propõe que, do mesmo modo que os genes buscam produzir cópias de si mesmos de uma geração para a outra, as ideias também atuam de forma a dominar o maior número possível de pessoas capaz de reproduzi-las, buscando, assim, a sobrevivência dentro das sociedades.

No pensamento de Dawkins, se o gene é uma unidade de informação biológica, o meme se enquadra como uma unidade equivalente no campo cultural. O termo em questão vem do grego *mimeme*, que significa imitação, e foi propositalmente reduzido por Dawkins para que soasse parecido com o termo “gene”.

Por definição, um meme é uma ideia, comportamento ou estilo que apresenta a capacidade de se multiplicar, sendo transmitido de pessoa para pessoa dentro de uma cultura. Dessa forma, entende-se que o meme funciona como uma unidade para o transporte de ideias ou símbolos culturais, que podem ser transmitidos de uma mente para outra através da escrita, fala, gestos e outros fenômenos imitáveis. Para a ciência, o meme também pode ser compreendido como um vírus mental. (TEIXEIRA, 2003)

Para que um meme cumpra o seu destino, ele precisa ser frequentemente compartilhado – ou seja, repetido. Na sociedade, convivemos com diversos fenômenos que podem ser considerados memes: o barbear, por exemplo. Filhos aprendem com seus pais e transmitem o hábito por gerações – o que hoje nos parece comum não é um instinto humano e se assim o parece é necessariamente por sua condição de repetição. Nós registramos tais hábitos como naturais após a repetição através de gerações.

O objetivo principal do estudo da teoria da memética de Richard Dawkins é conhecer uma nova forma de olhar o mundo, em meios abrangentes e também em suas particularidades, como a evolução humana. Com o estudo dos memes é possível encontrar novas explicações para a evolução do cérebro humano e até mesmo para as mudanças na linguagem do homem – tudo isso com relação às hipóteses evolucionistas.

Ao trazer o conceito de Dawkins para as ciências sociais e os estudos da cultura, com o objetivo de complementar sua teoria da consciência, o filósofo e pesquisador Daniel Dennett pretende compreender como se formam os conteúdos mentais. Dennett entende um meme como um pacote de informações dotado de atitude e capaz de transmitir cultura para as futuras gerações do homem (2007).

Com as tecnologias de comunicação digitais esse fenômeno ganha força. Por meio da internet é possível transcender barreiras e entrar em contato com diferentes



culturas; é possível adquirir conhecimento por meio das experiências vividas pelos outros – e compartilhadas na rede. Na internet, o conhecimento coletivo é transmitido principalmente pelo compartilhamento das ideias, pela repetição.

O meme, a repetição, se potencializa com os meios de comunicação digitais uma vez que alia o poder de *viralização* das ideias com a capacidade de compartilhamento das redes sociais e a vontade de interação do público. No ambiente digital, o termo "Internet meme" se refere a tudo que se espalha rapidamente de pessoa para pessoa através da Internet, seja por e-mail, blogs, fóruns, redes sociais, mensagens instantâneas ou sites de vídeos. Na excelente definição de Fontanella,

Um meme da internet constitui uma ideia que se espalha de forma viral, caracterizada pela combinação de permanência de um elemento replicador original (a ideia reproduzida) e pela mutação, fruto da seu aproveitamento por diferentes usuários para a criação de novas versões de memes. O meme é o resultado direto da utilização de softwares de edição de imagem, vídeo e texto e da possibilidade de compartilhamento em rede, e frequentemente envolvem a apropriação de um repertório conhecido por um grupo ou comunidade, como eventos com alguma repercussão ou produtos da indústria cultural. (FONTANELLA, 2009)

Com o potencial da internet, as diversas mensagens e seus meios são agora interligados e capazes de gerar um conteúdo múltiplo que percorre um caminho extenso, vencendo as fronteiras antes impostas pela insuficiência tecnológica. Os estudos de Marshall McLuhan e sua Aldeia Global podem ser agora facilmente compreendidos devido à popularização da ideia de convergência das mídias. (MCLUHAN, 1989)

Com a evolução deste pensamento, rumores sobre a morte do rádio e da televisão foram amenizados. Uma narrativa, por exemplo, já transcende seu espaço inicial - seja este o livro, as histórias em quadrinhos, a televisão - e avança para as demais mídias, criando um conteúdo que não pode mais ser chamado apenas de extra, uma vez que se torna fundamental para a total compreensão da história.

Desta maneira, os consumidores de produtos culturais precisam estar conectados a todas as mídias a fim de conseguir de fato acompanhar o desenvolvimento de um roteiro de um livro que antes seria apenas transformado em filme, sem novas construções ou percepções. Já com as mídias em rede, é possível cada vez mais ampliar os limites de uma história. (MCLUHAN, 1989)

Em cada meio, a leitura do conteúdo por parte de seu público, ou seja, a recepção, ainda é diferente. Cada meio permite uma exploração diferente da mesma informação e, deste modo, a convergência enriquece a informação e a comunicação. Os

fãs, por exemplo, podem criar suas versões para determinados fatos, continuar cenas e desenvolver finais diversos para as narrativas, o que atribui a eles um sentimento de participação muito importante no contexto da sociedade em rede. (JENKINS, 2008)

4. Compartilhando o conhecimento

Ainda que com grande foco no humor, os memes são capazes de resgatar assuntos que estão há muito tempo fora da pauta social, renovando o debate entre as pessoas e mostrando que a cultura pode estar presente em situações inusitadas. Dois atuais casos de sucesso são as páginas “Ah, a academia” e “Artes depressão” que publicam no Facebook conteúdos de cunho intelectuais mesclados com o humor moderno próprio da internet, cujo entendimento só é possível para aqueles que navegam entre os dois ambientes.

Para compreender a imagem a seguir, por exemplo, é necessário que o internauta recorra a seu conhecimento de mundo e à sua capacidade de interpretação e de organização das ideias; ou seja, são fundamentais a intertextualidade e o interdiscurso.

Na análise, devemos considerar, em primeiro lugar, a data de publicação do meme em questão. O dia 16 de junho é conhecido por ser o “Bloomsday”, feriado irlandês comemorado em homenagem ao livro *Ulisses*, de James Joyce; o autor é o rosto que ilustra a imagem utilizada no meme. Em segundo lugar, é preciso conhecer Proust e sua obra “*Em busca do tempo perdido*”. Ainda, há que se construir a relação entre os fatos para então entender seu humor.

Mesmo com a complexidade de muitas de suas publicações, a página “Ah, a academia” é acompanhada por mais de 80 mil pessoas no Facebook⁶. O número de fãs mostra que o interesse pelo assunto é latente e – ainda – que o ambiente digital pode ser utilizado não apenas para o encontro dos que possuem interesses semelhantes, mas também para transmitir aos “leigos” assuntos de maior complexidade.



⁶ Dado de 21 de março de 2013. Fonte: Facebook

Outro exemplo interessante é a publicação da página “Artes Depressão”, que mescla, entre outros momentos da cultura popular, o poder das conhecidas “cantadas de pedreiro” com história da arte. Mais uma vez, para compreender o meme é necessário



saber quem foi Renoir, o que é o movimento impressionista e, claro, estabelecer uma relação com a questão da cantada.

Tais páginas apresentam uma mescla entre referências clássicas, de acadêmicos ou artistas renomados, e a linguagem coloquial contemporânea. Tanto as conhecidas “cantadas”, como músicas populares e até mesmo outros memes são utilizados

na criação de cada publicação, aproximando a obra de arte do cotidiano dos usuários do Facebook, e, dessa forma, atraindo ainda mais a atenção de quem navega pela rede.

Os meios de comunicação digital contam também com a curiosidade de seu leitor. O público das redes sociais é participativo e engajado, mobiliza-se não apenas para alcançar o que deseja, mas para disseminar suas ideias dentro de seu círculo de amigos. Ele sabe que tem o poder do conhecimento a poucos cliques e não enfrenta barreiras para encontrar as respostas que procura. Tais características são estimuladas pela linguagem hipertextual e pelas sofisticadas ferramentas de busca, que permitem ao público consumir seu conteúdo sem quebras de raciocínio.

Com isso, o ambiente digital é capaz de instigar o conhecimento e, ao mesmo tempo, entregar a seu receptor um produto completo, com todo o conteúdo que o internauta possa precisar. É, portanto, um espaço importante para o estímulo ao estudo e à aprendizagem.

No entanto, muitos educadores ainda entendem as novas tecnologias apenas como incentivadoras da cultura do consumo e do espetáculo, além de as classificarem como principais responsáveis pela evasão dos alunos da sala de aula, tanto de forma física quanto intelectual.

Há, neste caso, uma grande divergência entre as gerações dos professores e seus alunos. Os primeiros formam um grupo de indivíduos que não nasceram em um mundo coberto pelo digital, mas que se envolveram com ele recentemente. Já os alunos são grupos de crianças ou jovens que já nasceram com a internet como parte de seu cotidiano, que aprendem por conta própria como utilizar as tecnologias e já as adotaram



como uma extensão de si mesmos. Os dois grupos descritos são chamados pelo pesquisador Marc Prensky de imigrantes digitais, no caso dos professores, e nativos digitais, no caso dos alunos. (COSTA, 2012)

Dessa forma, é fundamental que os educadores se adaptem ao ambiente digital e, também, adotem uma nova concepção sobre os meios de comunicação digitais, tendo em vista que *“a incorporação de novas tecnologias nos processos educacionais atende operacionalmente a viabilização de melhor comunicação e de ensino-aprendizagem mais efetivo”*. (MAGALHÃES E MILL, 2012, p. 11)

Os novos meios possibilitam outras formas de relações interpessoais e comunicacionais, o que, por sua vez, permite o desenvolvimento de novas estratégias para a pedagogia. Na visão de Paulo Freire, resgatada por Magalhães e Mill (2012).

A educação não se reduz à técnica, mas não se faz educação sem ela, utilizar computadores na educação, em lugar de reduzir, pode expandir a capacidade crítica e criativa de nossos meninos e meninas. Depende de quem o usa, a favor de quem e de quem, e para quê. O homem concreto deve se instrumentalizar com os recursos da ciência e da tecnologia para melhor lutar pela causa de sua humanização e de sua libertação (FREIRE, 2007, p.22).

Entretanto, para o ideal aproveitamento das novas mídias na educação, a mudança deve ser completa. O que entendemos hoje por escola, por exemplo, é um conceito que precisa ser renovado. Ou seja, a primária concepção estrutural do mestre, fonte principal do conhecimento, disposto em destaque no espaço escolar, sendo compreendido como superior a seus alunos que, por sua vez, encontram-se sentados em filas de carteiras, com pouca mobilidade e nenhuma interação deve ser revista para que as novas estratégias pedagógicas possam conquistar seu espaço dentro da educação.

Os ideais da revolução digital⁷, disseminados pela internet e suas mídias sociais, vão totalmente de encontro ao que conhecemos como tal *“noção de educação da revolução industrial, dada em escolas compartimentadas no espaço e no tempo, em séries e horários”* (MAGALHÃES E MILL, 2012, p. 6).

Entende-se que, por mais que a concepção de educação que vivenciamos hoje, fordista, voltada principalmente a interesses capitalistas e exigências do mercado de trabalho, tenha sido bastante criticada e já venha sofrendo mudanças ao longo dos anos, ainda são necessárias medidas mais efetivas para um novo modelo de educação.

⁷ Os ideais da revolução digital envolvem os valores: liberdade, igualdade, criação coletiva de conhecimento, participação, comunicação de mão dupla, entre outros.



Formação, desenvolvimento pessoal, relação e trocas. São os passos necessários para uma educação de qualidade. Os dois conceitos, educação e comunicação, caminham em um mesmo sentido, principalmente quando entendemos que o ato de comunicação em educação é um movimento entre pessoas que possuem em comum a vontade de ensinar e aprender.

Nesse sentido, a professora Eliany Machado define um ponto-chave com a ajuda de Martín-Barbero e Pierre Levy, ao afirmar que “*o desafio que o ecossistema comunicativo coloca para a educação não se resume apenas à apropriação de um conjunto de dispositivos tecnológicos, mas à emergência de outras culturas*”. (2009, p. 107) E, por isso, torna-se cada vez mais importante pensar e repensar a seguinte questão: como a educação lida atualmente com os nativos digitais?

5. Uma sociedade conectada

As mudanças proporcionadas pela revolução digital alteraram, segundo Massimo di Felice, a arquitetura do processo informativo na sociedade atual, substituindo a forma tradicional de transmissão de informações – ou o que vivenciamos ao experimentar meios de comunicação como o teatro, os livros e a televisão - por uma nova forma de recepção, agora interativa e colaborativa.

O autor também defende que as mídias não podem mais ser vistas simplesmente como ferramentas ou instrumentos, elas são responsáveis por mudar nossos hábitos e a maneira como lidamos com o mundo. Com as novas formas de interação, somos capazes de experimentar novos modos de comunicar, como as redes sociais e os *smartphones*. Esses meios “*são portadores de inovação não apenas no âmbito tecnológico, mas também no social, sensorial, político, econômico e cultural*”. (FELICE, 2011, *on-line*)

Com tantas novas experimentações, os jovens de hoje já crescem acostumados às dinâmicas do hipertexto e de uma estrutura social que se aproxima de um modelo rizomático. Com celulares recheados de aplicativos e providos de internet de alta velocidade, eles passam a maior parte de suas vidas conectados.

Enquanto alunos, os jovens, acostumados com a rapidez da internet e as novas formas de vivenciar o mundo e a linguagem, também processam as informações com maior rapidez, dando preferência às imagens em detrimento do texto, como recomendam seus mestres. Quando expostos ao atual modelo educacional, mostram



impaciência com as metodologias e regras e acabam, por muitas vezes, apresentando um comportamento discrepante do esperado pelos professores.

Considerações finais

Com a evolução das tecnologias sociais de comunicação e a popularização dos computadores e da internet em banda larga, ampliou-se na sociedade um antigo desejo de voz, de poder, de liberdade de expressão. Essa conquista fez surgir uma nova vontade de se comunicar e de aprender de forma coletiva.

É com a sociedade organizada em meio a múltiplas relações, formando uma grande rede, que se encontram mudanças em níveis mais profundos do que é identificado na evolução tecnológica por si só. O modo como as pessoas passaram a se relacionar e a interagir umas com as outras possibilitou a criação de uma espécie de “nova realidade social”. Nesse novo mundo, a comunicação passa a ser realizada em tempo real, sem barreiras ou fronteiras geográficas.

Além disso, o fenômeno da convergência dos meios de comunicação torna possível também uma convergência entre as vontades das pessoas, que passam a construir o conhecimento de forma coletiva. São as produções de conteúdo que ocorrem nas comunidades virtuais, por exemplo.

Os educadores encontram novas gerações de alunos, que nasceram e cresceram em meio à revolução digital. Os “nativos digitais” não mais se adaptam aos modelos tradicionais de educação e sabem que podem encontrar na internet um meio de manifestação de suas ideias e vontades.

Tentar mudar o comportamento dos alunos será cada vez mais difícil e lutar contra essa mudança deixará ainda mais deslocado o modelo educacional que já é tido hoje como atrasado e insuficiente.

Os educadores e coordenadores pedagógicos precisam então desenhar novos modelos educacionais capazes de integrar não apenas os novos meios de comunicação digitais à educação, mas também de compreender a nova cultura promovida pelo mundo conectado e entender como ela pode ser aproveitada para estimular a interação, o engajamento e a construção coletiva de conhecimento no âmbito escolar.

Referências bibliográficas



COSTA, Elisangela Rodrigues. **Linguagens da Comunicação: nativos e imigrantes digitais**. Trabalho apresentado no XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom - Fortaleza, CE. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0931-1.pdf> Acessado em: 9 nov. 2012.

DELEUZE, G. & GUATTARI, F. **Mil platôs**, Vol. 1, S. Paulo, Editora 34, 1995.

DENNETT, D. **Dan Dennett: Dangerous memes**. In TEDtalksDirector. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=KzGjEkp772s> Acessado em: 10 nov. 2012

FELICE, M. **Do público para as redes**. São Paulo. Editora Difusão. 2008.

_____. **Pós-complexidade: as redes digitais vistas a partir de uma perspectiva reticular. Entrevista especial com Massimo Di Felice**. Instituto Humanitas Unisinos. Rio Grande do Sul, 2011. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/500515-pos-complexidade-as-redes-digitais-vistas-a-partir-de-uma-perspectiva-reticular-entrevista-especial-com-massimo-di-felice> Acessado em: 10 nov. de 2012.

FONTANELLA, Fernando. **O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memesfera**. Trabalho apresentado no III Simpósio Nacional da ABCiber, nov. 2009.. In: Anais do III Simpósio Nacional da ABCaliber. São Paulo: ABCiber, 2009.

JENKINS, Henry, **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LÉVY, Pierre. **O que é Virtual?** NEVES, Paulo (Trad.). São Paulo: Editora 34, 1996.

_____, **Cibercultura**, Rio de Janeiro, Editora 34, 2000.

MACHADO, Eliany Salvatierra. **Educomunicação** (Verbetes). In Marcondes Filho, Ciro. (org.). Dicionário da Comunicação. São Paulo: Paulus, 2009. v. 1, p. 106-107.

MAGALHÃES, Claudio Márcio e MILL, Daniel. **Elementos para Reflexões sobre Educação, Comunicação e Tecnologia: nada é tão novo sobre redes, linguagem e aprendizagem**. Trabalho apresentado no XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom - Fortaleza, CE. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0771-1.pdf> Acessado em: 9 nov. 2012.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1974.

McLUHAN, Marshall; POWERS, Bruce R. **The global village: Transformations in world life and media in the 21 st century**. Nova Iorque: Oxford University Press, 1989.

MORIN, Edgar. **A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento**. 8ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.



PRENSKY, Marc. **O papel da tecnologia no ensino e na sala de aula.** Revista Conjectura. Caxias do Sul, v.15, no 2, mai./ago., 2010.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a Mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

TEIXEIRA, Jerônimo. **O DNA das idéias.** Revista Superinteressante, São Paulo. Super 192, setembro de 2003. Edição online disponível em: <http://super.abril.com.br/ciencia/dna-ideias-444109.shtml> Acessado em: 7 out. 2012.