

1 A Geração Internet chega à maturidade

Provavelmente você conhece um jovem que tenha entre 11 e 31 anos de idade. Você pode ser um pai, tio, professor ou empresário. Você já viu esses jovens realizando cinco atividades ao mesmo tempo. Vê a maneira como eles interagem com as várias mídias — por exemplo, assistindo a filmes em telas de duas polegadas. Eles usam seus celulares de uma maneira diferente. Você fala ao telefone e verifica seu e-mail; para eles, e-mail é algo ultrapassado. Eles usam o celular para enviar mensagens de texto incessantemente, navegar na internet, achar endereços, tirar fotos, fazer vídeos e colaborar. Parecem entrar no Facebook sempre que podem, inclusive no trabalho. Um programa de mensagens instantâneas ou o Skype está sempre ativo no fundo. E o que aqueles videogames têm de tão especial? Como alguém pode jogar World of Warcraft durante cinco horas seguidas?

Claro, você é tão cibersofisticado quanto qualquer outra pessoa — faz compras on-line, usa a Wikipédia e consulta o seu BlackBerry religiosamente ao longo do dia. Mas os jovens têm uma afinidade natural com a tecnologia que parece inacreditável. Eles instintivamente procuram a internet para se comunicar, entender, aprender, achar e fazer muitas coisas. Para vender um carro ou alugar um apartamento, você usa os classificados; eles vão para o Craigslist. Uma bela noite para assistir a um filme? Você pega o jornal para ver o que está passando; eles procuram na internet. Você assiste ao telejornal; eles têm listas RSS de suas fontes favoritas ou obtêm suas notícias encontrando-as por acaso enquanto navegam pela internet. Às vezes, você escuta música; os iPods deles estão sempre ligados.

Você consome conteúdo na internet, mas eles parecem estar constantemente criando ou modificando o conteúdo on-line. Você acessa o YouTube para assistir a um vídeo do qual ouviu falar; eles entram no YouTube ao longo do dia para descobrir as novidades. Você compra um novo aparelho e lê o manual. Eles compram um novo aparelho e simplesmente o usam. Você fala com os outros passageiros no carro, mas seus filhos, sentados no banco de trás, trocam mensagens de texto entre si. Eles parecem se deleitar com a tecnologia e têm uma aptidão intrigante para tudo o que é digital.

Mas a questão não é apenas como eles usam a tecnologia. Eles parecem se comportar de outra maneira, parecem até mesmo *ser* diferentes. Como gestor, você notou que os novatos colaboram de uma maneira muito diferente da sua. Eles parecem ter novas motivações e não têm o mesmo conceito de carreira que você. Como profissional de marketing, você nota que a publicidade televisiva é, em sua maioria, ineficaz para os jovens, que parecem ter desenvolvido detectores de lorotas. Como professor ou docente universitário, você está percebendo que os jovens parecem não conseguir manter longos intervalos de atenção, pelo menos quando devem ouvir as suas explanações. De fato, eles mostram sinais de que aprendem de uma maneira diferente, e os melhores deles fazem com que a nata dos estudantes de ontem pareça banal. Como pai, você vê seus filhos se tornando adultos e fazendo coisas que você nunca teria sonhado, como querer morar com os pais depois de se formar. Como político, você percebeu há algum tempo que eles não estão interessados no processo político, mas fica surpreso ao ver como Barack Obama conseguiu engajá-los e canalizar sua energia para se tornar um candidato à presidência.

Existe um verso de Bob Dylan que diz: “Algo está acontecendo aqui, mas você não sabe o que é”.

Algo está acontecendo aqui. A Geração Internet amadureceu. O fato de ter crescido em um ambiente digital causou um impacto profundo no seu modo de pensar, a ponto de mudar a maneira como o seu cérebro está programado. E, embora apresente desafios significativos para os jovens — como lidar com uma quantidade vasta de informações ou garantir o equilíbrio entre o mundo digital e o mundo físico —, essa imersão digital em geral não os prejudicou. Foi algo positivo. Essa geração é mais tolerante em relação à diversidade racial e é mais esperta e rápida do que as gerações anteriores. Esses jovens estão remodelando todas as instituições da vida moderna, do local de trabalho ao mercado, da política à educação, até chegarem à estrutura básica representada pela família. Aqui estão algumas das maneiras como isso está ocorrendo.

- Como funcionários e gestores, os jovens da Geração Internet estão abordando o trabalho de forma colaborativa, derrubando a hierarquia rígida e obrigando as empresas a repensar seus métodos de recrutamento, remuneração, desenvolvimento e supervisão de talentos. Acredito que a própria ideia de gestão está mudando, e o êxodo das grandes corporações para empresas novatas está apenas começando.

- Como consumidores, eles querem ser “*prosumers*” — coinovando produtos e serviços com os seus fabricantes. O conceito de marca está mudando para sempre por causa deles.
- Na educação, eles estão forçando uma mudança no modelo de pedagogia, que passa de uma abordagem focada no professor para um modelo focado no estudante e baseado na colaboração.
- No âmbito da família, eles já mudaram o relacionamento entre pais e filhos, pois são especialistas em algo realmente importante: a internet.
- Como cidadãos, a Geração Internet está começando a transformar a concepção e a prestação dos serviços governamentais, bem como a maneira como entendemos e decidimos quais deveriam ser os princípios básicos da cidadania e da democracia. Para o número cada vez maior de pessoas que estão tentando realizar mudanças sociais, há um mar de mudanças acontecendo, que vão desde as atividades cívicas até o engajamento político. A Geração Internet, mais do que qualquer outra geração anterior, está dando vida à ação política.
- E, na sociedade como um todo, respaldados pelo alcance global da internet, sua atividade cívica está se tornando um novo e mais poderoso tipo de ativismo social.

A conclusão é a seguinte: se você entender a Geração Internet, entenderá o futuro. Também compreenderá como as nossas instituições e a nossa sociedade precisam mudar hoje.

EXPLOÇÃO, RETRAÇÃO, ECO

Para começar a nossa jornada, é importante entender alguns fatos demográficos fundamentais.

A Geração Internet é uma geração diferente. É formada pelos filhos da Geração Pós-Segunda Guerra Mundial, cujos integrantes são chamados de *baby boomers* nos Estados Unidos. Essa famosa geração que “ecoa” a explosão de natalidade do pós-guerra é, nos Estados Unidos, a maior de todas. No mundo todo, houve uma explosão demográfica ainda maior, com 81 milhões de membros.

A Geração Baby Boom (1946-1964)

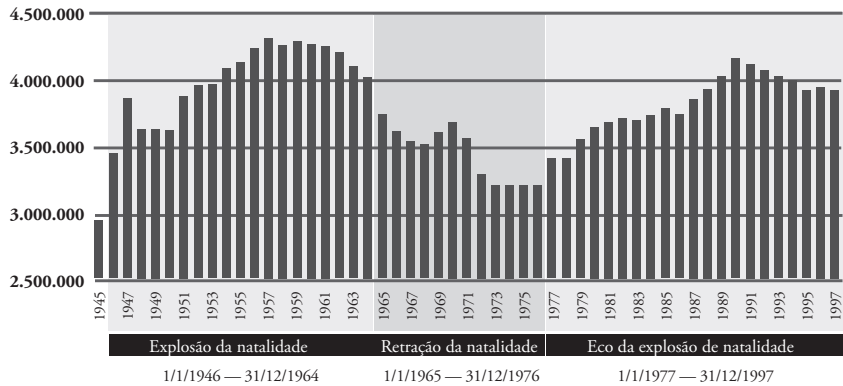
Qualquer pessoa nascida entre 1946 e 1964 é considerada um *baby boomer*, e essa explosão de natalidade foi mais forte nos Estados Unidos, no Canadá e na Austrália.

Muitas famílias deixaram para ter filhos depois da guerra, por razões óbvias. Centenas de milhares de rapazes serviam em outro continente e não estavam disponíveis para ter filhos. Quando a guerra terminou, os homens voltaram para a força de trabalho e as fotos de “Rosie, a Rebitadora” que haviam aparecido na revista *Life* foram substituídas por fotos de mulheres alegres em suas cozinhas reluzentes esperando que os maridos voltassem do trabalho. Vi isso acontecer com minha própria mãe. Ela trabalhou em uma siderúrgica durante a guerra e, logo depois, casou-se com meu pai e me pôs no mundo.

Estamos em 1976. A primeira integrante do *baby boom* pós-Segunda Guerra Mundial está com trinta anos de idade. Ela acorda com o noticiário em seu rádio-relógio sobre a eleição presidencial e se pergunta se vai votar em Jimmy Carter ou no homem que perdoou o presidente Richard Nixon há apenas dois anos. Girando o dial, ela se depara com o novo sucesso de Paul McCartney, “Silly Love Songs”. A caminho do trabalho como professora (um dos melhores empregos que uma mulher podia ter em meados da década de 1970), em seu carro fabricado nos Estados Unidos, ela percebe, ao pagar a gasolina, que custa sessenta cents por galão, que tem uma nota de dois dólares comemorativa do bicentenário da Independência dos Estados Unidos em sua carteira. Depois do trabalho, ela decide ir ao cinema e ver por que todo mundo está tão aterrorizado com o novo sucesso de bilheteria, *Tubarão*. Ainda tremendo ao sair do cinema, ela se pergunta por que ainda não se casou — ao contrário da maioria de suas amigas.¹

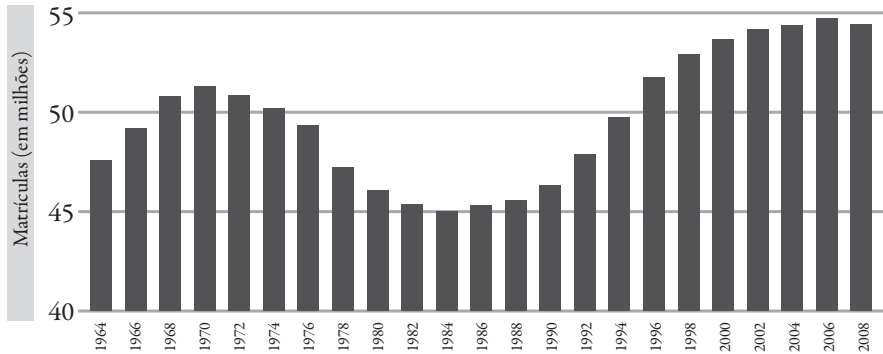
A economia estava muito forte depois da guerra, deixando as famílias confiantes para ter muitos filhos. Isso é difícil de imaginar hoje em dia, mas, em 1957, as famílias americanas tinham em média 3,7 filhos.² Era uma época de grande esperança e otimismo, pois os Aliados haviam vencido a guerra, finalmente a paz havia chegado e a prosperidade estava se difundindo. Ondas de imigrantes chegavam aos Estados Unidos, contribuindo para a explosão populacional, e, à medida que amadureciam, seus muitos filhos se tornavam uma poderosa força cultural, social e política. (Veja as figuras 1.1 e 1.2.)

FIGURA 1.1 EXPLOSÃO, RETRAÇÃO, ECO: NÚMERO DE NASCIMENTOS POR ANO (1º DE JAN. DE 1945 — 31 DE DEZ. DE 1997)



Fonte: Biró do Censo dos EUA

FIGURA 1.2 MATRÍCULAS ESCOLARES NOS ESTADOS UNIDOS



Fonte: Biró do Censo dos EUA

A Geração Baby Boom se tornou a Geração TV

Os *baby boomers* poderiam ser chamados de “Geração da Guerra Fria”, de “Geração do Crescimento Econômico” ou de qualquer outro nome que os ligasse à sua era. Porém, foi o impacto da revolução nas comunicações — liderada pela ascensão da televisão — que moldou essa geração mais do que qualquer outra coisa. Dizer que a televisão transformou o mundo dos *baby boomers* é um clichê, mas

também é um enorme eufemismo do impacto da onipresente “telinha”. Imagine — ou relembre, se puder — o mundo antes da televisão. A minha família costumava se reunir em torno do rádio, que era um móvel grande, para ouvir a notícias e ao *The Lux Radio Theater**. A nossa própria imaginação evocava imagens mentais dos anunciantes, dos atores e do seu meio. Minha mãe lembra que, quando os televisores se tornaram populares, a nossa família simplesmente teve de comprar um: “Era a novidade do século”, diz ela. “Era muito empolgante pensar que você podia não apenas ouvir as pessoas que estavam longe, mas também vê-las”.

No início de 1953, quando o nosso primeiro aparelho de televisão foi instalado na sala de estar, as cadeiras e o sofá foram afastados do rádio e agrupados em torno da tevê. Tenho lembranças nítidas da coroação da rainha Elizabeth II, que foi televisionada em 2 de junho de 1953, e da minha mãe nos explicando que as lágrimas no rosto de Sua Majestade eram causadas pela pressão emocional e também pelo esforço físico para carregar uma coroa pesada e suportar o rigor da procissão e dos eventos. Vi meus pais e outros parentes adultos ficarem horrorizados quando se espalharam boatos de que Elvis sacudiria o seu quadril no *The Ed Sullivan Show*, o que acabou não acontecendo. Lembro-me do meu tio, um professor de música, rindo de Kate Smith, dizendo que ela não conseguia cantar nem se sua vida dependesse disso. Lembro-me de Don Larson, do New York Yankees, arremessando uma bola impossível de ser rebatida no quinto jogo da World Series de 1956. Lembro-me de Nikita Khrushchev batendo com o sapato na mesa nas Nações Unidas, e de ter assistido, ao vivo, ao assassinato de Lee Harvey Oswald. E me lembro de ter me apaixonado por Annette Funicello do *Clube do Mickey***.

A televisão criou um mundo alternativo em tempo real. Também começou a consumir uma parte significativa do dia da maioria das pessoas.

Uma geração apresentada ao seu meio de comunicação cresceu com um ímpeto que varreu a conspiração dos Sete de Chicago com *Bonanza*, Bob Dylan, JFK, *Ensina-me a viver*, maconha, a Guerra do Vietnã, os Beatles e Abbie Hoffman. Em 1950, apenas 12% dos lares tinham um aparelho de televisão. Em 1958, o

* Programa patrocinado pelo sabonete Lux, transmitido ao vivo entre 1934 e 1955 nos Estados Unidos, no qual eram transmitidas versões radiofônicas dos grandes sucessos da Broadway ou de Hollywood. (N.T.)

** Programa infantil produzido pela Walt Disney Productions e transmitido nos Estados Unidos entre 1955 e 1959 na rede de televisão ABC. (N.T.)

número havia disparado para 83%.³ A televisão havia se tornado rapidamente a mais poderosa tecnologia de comunicação disponível, destronando o rádio e os filmes e cinejornais de Hollywood. Quando o movimento americano pelos direitos civis apresentou as suas reivindicações, foi a televisão que serviu de mensageira e mobilizadora. Quando os *baby boomers* protestaram nas ruas contra a Guerra do Vietnã, a televisão registrou e amplificou sua presença. A televisão estava lá para gravar e transmitir os movimentos de uma geração imponente. Bem diante dos olhos dos *baby boomers*, a televisão transformou a própria juventude em um evento.

Estamos em 1976. O último integrante da Geração Baby Boom acabou de completar 12 anos. Ele acorda e desce as escadas cambaleando de sono até a televisão. Gira o seletor de canais até a PBS, que está passando Vila Sésamo. Toma o café da manhã preparado pela mãe e atravessa o bairro de bicicleta, sem capacete, até a escola. Depois das aulas, volta para casa, entra usando a chave escondida na garagem e espera que a mãe volte do trabalho. Ele e seus amigos jogam beisebol no quintal inventando novas regras.⁴

A Geração X — Baby Bust (1965-1976)

Nos dez anos após o *baby boom*, as taxas de natalidade caíram dramaticamente, com um número 15% menor de nascimentos. Por isso o nome de *Baby Bust* (Retração da Natalidade). Mas o termo nunca pegou. Em seu lugar, as pessoas nascidas nesse período são chamadas de Geração X, numa referência ao título de um romance de Douglas Coupland. O X diz respeito a um grupo que se sentia excluído da sociedade e que, ao entrar no mercado de trabalho, descobriu que seus irmãos e irmãs mais velhos haviam ocupado todas as vagas.

Os integrantes da Geração X estão entre os mais bem-instruídos da história. Eles enfrentaram algumas das maiores taxas de desemprego nos Estados Unidos, com um pico de 10,8% em novembro-dezembro de 1982, embora os últimos integrantes da Geração X tenham visto o desemprego diminuir e atingir níveis bem menores. Também viram alguns dos salários iniciais relativos mais baixos desde a Depressão da década de 1930.

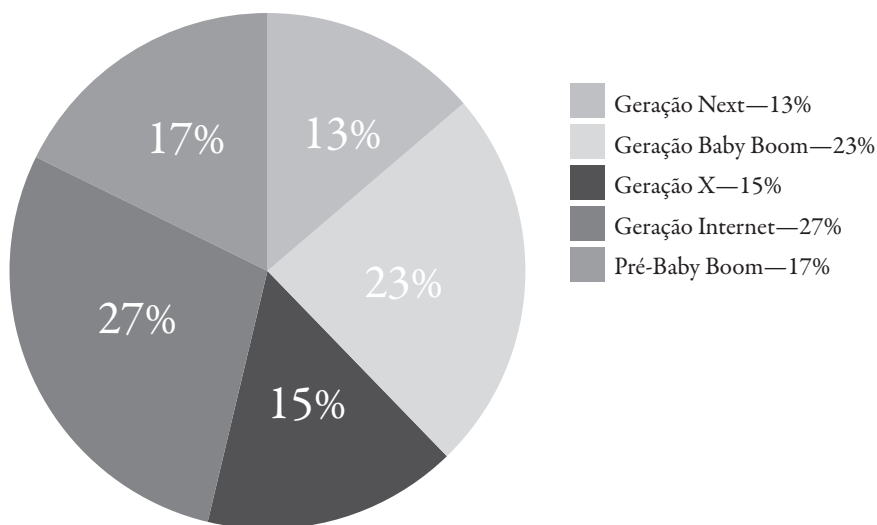
Os integrantes da Geração X — agora adultos entre 32 e 43 anos de idade — são comunicadores agressivos e extremamente centrados na mídia. São o segmento mais velho da população cujos hábitos de uso de computadores e da

internet se parecem com os da Geração Internet. Por isso, fornecem a experiência adulta mais próxima a partir da qual podemos começar a prever como a Geração Internet dominará o universo digital. Assim como a Geração Internet, a Geração X considera o rádio, a tevê, o cinema e a internet como mídias não especializadas, disponíveis para que todos acumulem informações e apresentem seu ponto de vista.

O eco da Geração Baby Boom — Geração Internet, Geração Y ou Geração do Milênio (1977-1997)

Os *baby boomers* começaram a ter muitos filhos após 1978. Em 1997, o número de crianças entre cinco a nove anos de idade (19.854.000) era quase igual ao de adultos entre trinta e 34 anos de idade (20.775.000).⁵ Veja a figura 1.3.

FIGURA 1.3 COMPOSIÇÃO DEMOGRÁFICA DA POPULAÇÃO DOS ESTADOS UNIDOS POR GERAÇÃO



Fonte: Dados do Censo dos EUA

Quatro gerações: de 1946 até o presente*

1. Geração Baby Boom

Janeiro de 1946 a dezembro de 1964 — 19 anos, produzindo 77,2 milhões de crianças ou 23% da população dos Estados Unidos**.

2. Geração X

Janeiro de 1965 a dezembro de 1976 — 12 anos, produzindo 44,9 milhões de crianças ou 15% da população dos Estados Unidos. Também chamada de *Baby Bust*.

3. Geração Internet

Janeiro de 1977 a dezembro de 1997 — 21 anos, produzindo aproximadamente 81,1 milhões de crianças ou 27% da população dos Estados Unidos. Também chamada de Geração do Milênio ou Geração Y.

4. Geração Next

Janeiro de 1998 até o presente — dez anos, produzindo aproximadamente 40,1 milhões de crianças ou 13,4% da população dos Estados Unidos. Também chamada de Geração Z.

Uma das principais razões para a Geração Internet ter durado tanto é o número de mulheres do *baby boom* que adiaram a gravidez até a faixa dos trinta ou quarenta anos. Relativamente poucos *baby boomers* se tornaram pais com vinte e poucos anos, a idade típica para iniciar o processo de casamento e criação de filhos. Muitos *baby boomers* estavam prolongando a juventude. Na verdade, eu sou um perfeito exemplo dessa tendência. Passei a maior parte da primeira década após a universidade organizando vários movimentos sociais, realizando cursos de pós-graduação, aprendendo informática, compondo música, pesquisando várias questões e, em geral, tentando entender e mudar o mundo. O planejamento de uma família e de uma carreira era a última das minhas preocupações. Eu sabia que, quando fosse o momento de pensar nessas questões, me sairia bem. A autoconfiança derivava de uma época próspera e de uma origem social abastada.

* População dos Estados Unidos — 301.621.157 (2008).

** 268,9 milhões no final de 1997.

O ECO SE TORNA A GERAÇÃO INTERNET

Cada geração está exposta a um conjunto único de eventos que define seu lugar na história e molda suas perspectivas. Durante o seu crescimento, a Geração Internet passou por momentos definidores, como o julgamento de O.J. Simpson, o massacre na escola de Columbine, o vazamento do petroleiro *Exxon Valdez* e a Guerra do Golfo. Depois, houve o 11 de Setembro, a Guerra do Iraque, a aids, o Band Aid e o Live Aid. Figuras influentes são Tiger Woods, Bono, Lance Armstrong, a princesa Diana, Bill e Hillary Clinton, George Bush e Al Gore — primeiro como o homem que queria ser presidente e, depois, como militante contra o aquecimento global e paladino da proteção ambiental.

Ao realizar pesquisas para o livro *Geração digital*, decidi nomear a geração do eco de acordo com a sua característica definidora. Hoje, algumas pessoas a chamam de Geração do Milênio ou milenistas, mas o advento do ano 2000 não alterou de fato a experiência dos jovens daquela época. Suponho que poderíamos chamá-los de Geração Y, mas dar-lhes um nome que é uma referência posterior à Geração X, menos numerosa, diminui sua importância num quadro mais geral.

Se você observar os últimos vinte anos, ficará claro que a mudança mais significativa que afetou a juventude foi a ascensão do computador, da internet e de outras tecnologias digitais. É por isso que chamo as pessoas que cresceram durante esse período de Geração Internet, a primeira geração imersa em bits.

Agora, o acesso de banda larga à internet é onipresente; os iPods estão em toda parte; telefones celulares podem navegar na rede, captar coordenadas GPS, tirar fotos e trocar mensagens de texto; e sites de redes sociais como o Facebook permitem que a Geração Internet monitore cada movimento de seus amigos.

Em 1983, apenas 7% dos lares tinham computadores.⁶ Em 2004, esse número havia aumentado para 44%, e não menos que 60% dessas famílias tinham crianças. Em 1996, apenas 15% de todos os lares americanos tinham acesso à internet e à rede mundial de computadores, mas, durante esse mesmo período, um em cada dez usuários americanos em todo o mundo tinha menos de 16 anos de idade. Em 1994, 35% das escolas americanas ofereciam acesso à internet.

Avance até os dias de hoje. Agora, 100% das escolas americanas têm acesso à internet e estima-se que existe um computador para cada quatro crianças matriculadas em uma escola nos Estados Unidos.⁷ Três quartos (75%) dos adolescentes entre 15 e 17 anos hoje em dia têm telefone celular,⁸ e cerca de 73% dos jovens com idade entre 12 e 17 anos usam a internet.⁹ Conexões de banda

larga estão levando a internet a milhões de americanos todo dia, e 37% dos americanos usavam algum tipo de conexão de banda larga em 2004.¹⁰ No entanto, esse progresso não derrubou a barreira digital entre aqueles que têm e aqueles que não têm acesso à internet. Esse ainda é um problema importante. Acredito que todo jovem tem o direito de crescer num ambiente digital, e é por isso que a campanha One Laptop per Child (Um Laptop por Criança), lançada por Nicholas Negroponte, professor de tecnologia de mídia do MIT, é tão maravilhosa e importante. Essa iniciativa merece o apoio de empresas, governos, fundações e outras instituições.

Quando escrevi *Geração digital*, a maioria das pessoas estava usando uma internet muito primitiva. A velocidade era baixa, o acesso era geralmente discado e baseava-se numa linguagem de programação chamada HTML — uma plataforma para apresentação de conteúdo. É por isso que todos falavam de sites com muita audiência, aderência, cliques e páginas vistas. A internet significava ver conteúdo. Você podia visitar um site e observar a sua informação, mas não podia modificá-la nem interagir com ela ou com as outras pessoas.

A internet atual se baseia em algo chamado XML. Mais do que um padrão de linguagem para apresentar conteúdo, trata-se de um padrão de programabilidade — chame-a de “internet programável”. E, toda vez que a usa, você a modifica, como se estivesse programando um computador global. O Facebook é simplesmente uma de milhares de aplicações baseadas em XML que permitem a colaboração das pessoas. A velha rede era algo em que você navegava em busca de conteúdo. A nova rede é um meio de comunicação que permite que as pessoas criem seu próprio conteúdo, colaborem entre si e construam comunidades. Tornou-se uma ferramenta de auto-organização.

Tivemos uma visão profética do futuro da própria internet. Enquanto os adultos usavam a internet para ver páginas da rede, os jovens que estudamos usavam a internet para se comunicar com os amigos. Suas experiências on-line eram o núcleo do que se tornaria a Internet 2.0 — uma plataforma de comunicação totalmente nova e revolucionária.

A tecnologia é como o ar

Enquanto as crianças da Geração Internet assimilaram a tecnologia porque cresceram com ela, nós, como adultos, tivemos de nos adaptar a ela — um tipo diferente e muito mais difícil de processo de aprendizado. Com a assimilação, as crianças

passaram a ver a tecnologia simplesmente como uma parte do seu ambiente e a absorveram como todas as outras coisas. Para muitas crianças, usar a nova tecnologia é tão natural quanto respirar. Em *Geração digital*, há a seguinte afirmação de Andy Putschoegl: “Nasci usando um computador Apple”.

É muito mais difícil ensinar novos truques a cachorros velhos. Aprender uma maneira totalmente nova de se comunicar, acessar informações e se divertir é uma tarefa árdua, e nossos padrões estabelecidos de raciocínio devem mudar para acomodar a nova tecnologia.

Hoje, a maioria de nós, pessoas mais velhas, tem uma habilidade razoável com a tecnologia, mas talvez você não se lembre como foi a fase de adaptação. Quando os PCs apareceram pela primeira vez, as histórias sobre as nossas dificuldades ao usá-los proliferavam; havia tantas histórias bizarras que algumas podem até ter sido inventadas. Um serviço de assistência ao consumidor relatou que alguém achou que o mouse fosse um pedal e não conseguia fazê-lo funcionar. Em outro lugar, pediram a uma secretária que copiasse um disco, e ela voltou com uma fotocópia do dito-cujo. Outra pessoa “bateu” no teclado com tanta força que o quebrou. Quando o funcionário de um serviço de assistência perguntou a uma mulher se ela tinha Windows (janelas, em inglês), ela respondeu: “Não, temos ar-condicionado”. Diz-se que uma pessoa foi encontrada tentando deletar arquivos de um disco usando corretor líquido. Havia centenas dessas histórias. Um amigo meu tentou usar o mouse apontando para a tela do computador como se fosse um controle remoto. O que podemos aprender com isso? Será que os adultos são burros?

Embora engraçadas, as atitudes desses adultos faziam sentido. Os *baby boomers* tinham familiaridade com controles remotos de televisão, pedais, fotocopadoras, janelas, corretores líquidos e portas. Cada um desses objetos tinha décadas de significados e comportamentos a ele associados. A Geração Internet começou com o quadro mais limpo. A absorção da mídia digital foi fácil.

O visionário da informática Alan Kay disse que a tecnologia é “apenas para pessoas que nasceram antes da sua invenção”. O pioneiro em aprendizado e tecnologia Seymour Papert concorda: “É por isso que não discutimos se um piano está corrompendo a música com tecnologia”.¹¹

A tecnologia foi completamente transparente para a Geração Internet. “Ela não existe. É como o ar”, disse Coco Conn, cofundadora do projeto Cityspace, executado por meio da internet. O dr. Idit Harel, professor de epistemologia do MIT, concorda: “Para as crianças, é como usar uma caneta. Os pais não falam muito sobre canetas, falam de escrever. E as crianças não falam sobre tecnologia

— falam de brincar, de construir um site, de escrever para um amigo, falam da floresta tropical”.¹²

Ao crescerem, as crianças da Geração Internet olhavam para os computadores da mesma maneira que os *baby boomers* olhavam para uma tevê. Nós, *baby boomers*, não ficamos maravilhados com a tecnologia ou nos perguntamos como a televisão transfere vídeo e áudio através do ar, simplesmente assistimos ao que está na tela. A televisão é um fato da vida. O mesmo aconteceu com a Geração Internet e os computadores. E, à medida que a tecnologia evolui implacavelmente a cada mês, os jovens simplesmente a absorvem, como se fossem melhorias na atmosfera.

Algumas experiências pessoais com meus filhos deixaram isso claro para mim. No início de 1997, estive durante uma hora como convidado em um programa de televisão canadense chamado *Pamela Wallin Live*, ajudando a demonstrar como navegar na internet. O objetivo do programa era ilustrar para os espectadores a vasta quantidade de material disponível na internet. Quando voltei para casa, Ana, minha mulher, a crítica em que mais confio, me disse que achou o programa bom, mas que o nosso filho Alex, que tinha na época 12 anos, tinha achado a ideia do programa idiota.

Ana lhe disse:

— Alex, papai vai aparecer na tevê ao vivo durante uma hora. Vamos assistir?

— Legal. O programa é sobre o quê? — respondeu Alex.

— Papai vai usar a internet na tevê, navegar na rede — disse Ana.

— É o programa de tevê mais idiota da história! Por que alguém assistiria ao papai usando a internet? — perguntou Alex.

— Todo mundo está interessado nessa nova tecnologia, como usá-la e como ela funciona. É uma revolução tecnológica.

— Mamãe, que vergonha! Todos os meus amigos vão ver isso. Você não precisa mostrar às pessoas como se usa a internet.

No dia seguinte, durante o café da manhã, perguntei por que ele não quis assistir ao programa, para escutar com meus próprios ouvidos.

— Papai, não é por mal, mas acho que os adultos estão obcecados por tecnologia. Vocês chamam isso de revolução tecnológica e estão fascinados com a maneira como a tecnologia funciona.

A essa altura, percebi que Alex ia fazer uma analogia, e, obviamente, ele apontou para a televisão.

— A televisão é uma tecnologia para você, papai? Imagine um programa de tevê no qual as pessoas assistem a você zapeando pelos canais de tevê! Nossa! Vamos ver se meu pai consegue achar um jogo de futebol na televisão! Agora meu pai vai tentar achar um seriado!

A essa altura, Niki, sua irmã de 13 anos, entrou na conversa para apoiá-lo (coisa rara), estendendo um argumento de uma conversa anterior.

— É, papai, e a geladeira? Lembre-se, também é uma tecnologia. Por que não temos um programa de tevê no qual podemos assistir a você usando uma geladeira? — Para pôr sal na ferida, ela disse: — Vejam só, meu pai encontrou um bolo de carne! Que programa fascinante!

Em outra ocasião, Alex, que tinha então uns 14 anos, me pediu para ir ao quarto dele para ver o que ele havia encontrado. No monitor, havia uma bela foto de Marte em alta resolução, de tela inteira. Era linda. Eu lhe disse que era espetacular e perguntei onde ele a conseguira. “Papai, estou pesquisando essa coisa chamada telescópio Hubble”. Àquela altura, eu estava pensando como era incrível que meu filho, do seu quarto, estivesse acessando uma das tecnologias mais sofisticadas já inventadas pelo ser humano.

Mas ele estava pensando em outra coisa: “Marte não é demais?”

Para eles, a tecnologia é como o ar.

A dieta de mídia da Geração Internet

Em comparação com os seus pais *baby boomers*, o tempo gasto na internet não é tempo que poderia ter sido usado na companhia de amigos, jogando futebol, aprendendo piano ou fazendo dezenas de outras coisas. Mais do que tudo, o tempo on-line é tempo que provavelmente teria sido gasto assistindo à televisão. Na idade deles, os pais *baby boomers* assistiam a uma média de 22,4 horas de televisão por semana.¹³ Eram espectadores passivos: aceitavam o que lhes era oferecido e, na hora do intervalo, talvez até assistissem aos anúncios.

A Geração Internet assiste a menos televisão do que seus pais, e o faz de uma maneira diferente. É mais provável que um jovem da Geração Internet ligue o computador e interaja simultaneamente com várias janelas diferentes, fale ao telefone, ouça música, faça o dever de casa, leia uma revista e assista à televisão. A tevê se tornou uma espécie de música de fundo para ele.

Os jovens da Geração Internet também não aceitam simplesmente o que lhes é oferecido. Eles são iniciadores, colaboradores, organizadores, leitores, escritores,

autenticadores e até mesmo estrategistas ativos, no caso dos videogames. Eles não apenas observam, mas também participam. Perguntam, discutem, argumentam, jogam, compram, criticam, investigam, ridicularizam, fantasiam, procuram e informam.

Estamos em 2007. O último integrante da Geração Internet acabou de completar dez anos de idade. Depois que a mãe o acorda, ele liga o computador do quarto para descobrir o mais novo “macete” para seu jogo favorito do Xbox 360. Ele se arrasta até o andar de baixo, onde a tevê está ligada, mas não presta atenção, pegando seu PlayStation Portátil em vez disso. O ônibus escolar, que para na frente de todos os acessos às garagens, transporta-o por dois quarteirões até a escola. Depois da aula, sua mãe chega em um SUV híbrido e o leva a um restaurante de fast-food para lanche, e, depois, ao jogo de futebol. Ele mal sai do carro e a mãe já passa uma nova camada de protetor solar na sua pele. O pai aparece no intervalo do jogo, mas parece distraído pelo seu BlackBerry. Depois do jantar, ele senta para fazer o dever de casa no laptop enquanto conversa rapidamente com os amigos por meio de mensagens instantâneas e do Facebook.

A empresa de mídia impressa e a rede de televisão são organizações hierárquicas que refletem os valores de seus proprietários. As novas mídias, por outro lado, dão o controle a todos os usuários. A distinção entre estrutura organizacional descendente e ascendente é uma questão fundamental para a nova geração. Pela primeira vez, os jovens assumiram o controle de elementos essenciais para uma revolução nas comunicações.

Na internet, as crianças têm de procurar informações, em vez de simplesmente observá-las. Isso as obriga a desenvolver o raciocínio e habilidades investigativas. E muito mais — elas precisam se tornar críticas. Que sites são bons? Como posso discernir o que é real e o que é fictício — tanto em uma fonte de dados quanto em um bate-papo virtual com o astro de um filme para adolescentes?

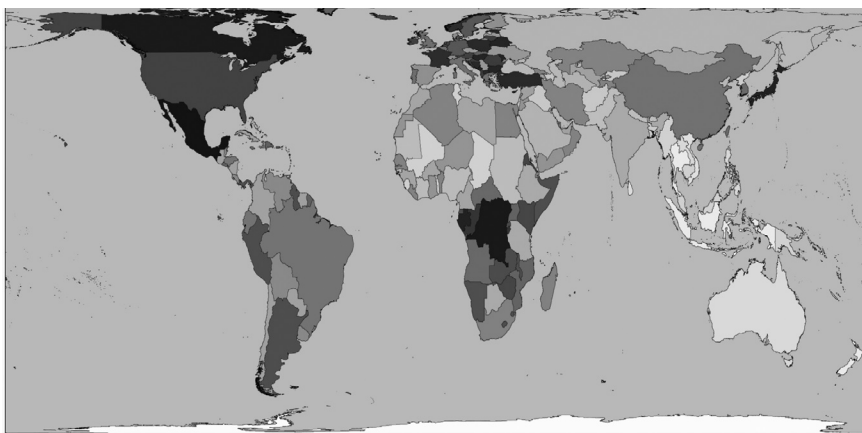
Sob vários aspectos, a Geração Internet é a antítese da Geração TV. A passagem de uma mídia difusora unidirecional para uma mídia interativa surtiu um efeito profundo na Geração Internet.

A PRIMEIRA GERAÇÃO GLOBAL

O cenário global é ainda mais surpreendente. Não houve *baby boom* na Europa Ocidental ou no Japão. A geração que sobreviveu à guerra gerou um número relativamente pequeno de filhos, e hoje existem proporcionalmente menos jovens entre 11 e 31 anos de idade nesses países. Isso está criando um enorme problema social, pois, entre outras coisas, uma grave crise está se delineando por causa da carência de talentos.

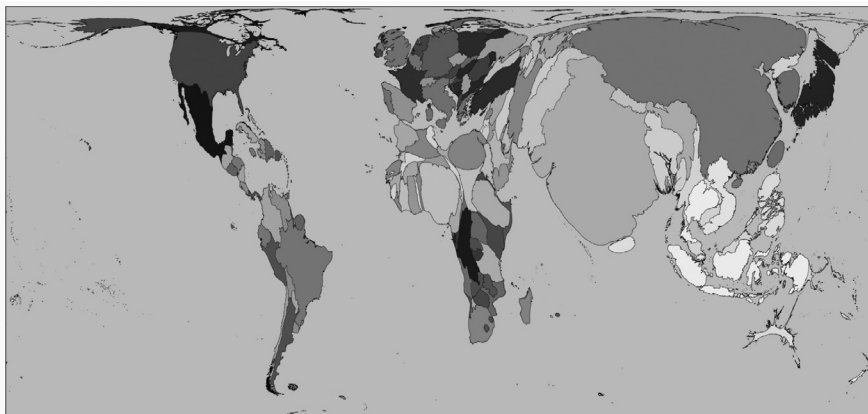
Outras partes do mundo, no entanto, estão passando por um crescimento acelerado da população jovem. O número de integrantes da Geração Internet na China e na Índia é quase o mesmo dos Estados Unidos e do Canadá. A porcentagem de jovens da Geração Internet na população varia consideravelmente de um país para outro. Muitas economias desenvolvidas, por exemplo, têm uma população velha numerosa cuja expectativa de vida está aumentando; ao passo que, em muitos países em desenvolvimento, a expectativa de vida é menor e a idade média da população é bastante baixa. Em virtude disso, a população jovem está se expandindo mais rapidamente em países como Índia e Brasil e diminuindo em países como Japão e Espanha. (Veja as figuras 1.4, 1.5 e 1.6.)

FIGURA 1.4 O MUNDO DE ACORDO COM A MASSA TERRITORIAL



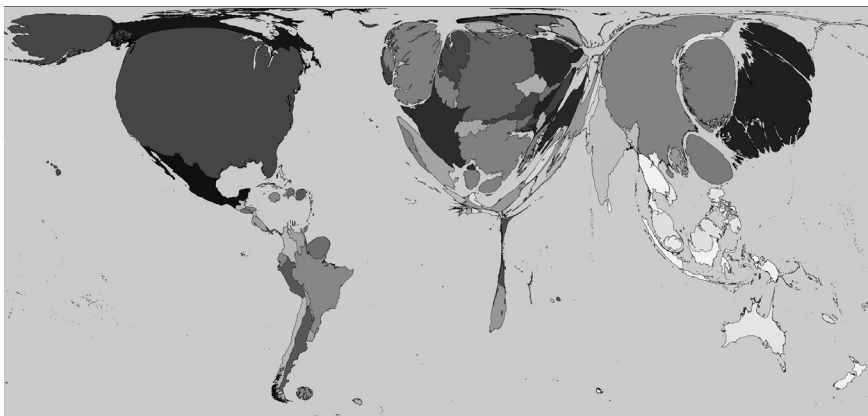
Fonte: www.worldmapper.org

FIGURA 1.5 O MUNDO DE ACORDO COM A POPULAÇÃO ENTRE 15 E TRINTA ANOS DE IDADE



Fonte: www.worldmapper.org

FIGURA 1.6 O MUNDO DE ACORDO COM USUÁRIOS DE INTERNET EM 2008



Fonte: www.worldmapper.org

Certamente, muitos dos jovens nessa onda demográfica não têm acesso à internet. Quando escrevi *Geração digital*, outras centenas de milhões nem tinham eletricidade. Estávamos olhando para uma barreira digital entre os que tinham e os que não tinham informação.¹⁴ No entanto,

“Pela primeira vez na história podemos falar de uma geração jovem mundial”.

— JOHN GERACI, GERENTE DE
PROJETOS, PESQUISA GERAÇÃO
INTERNET

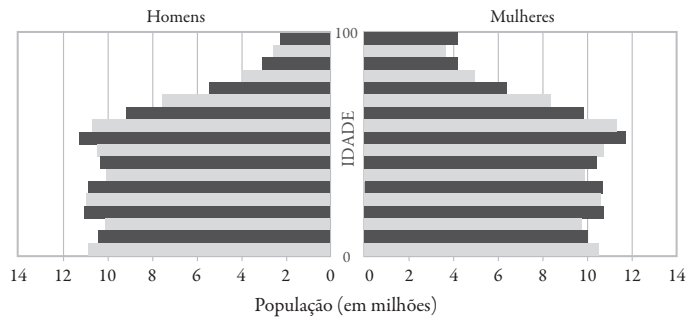
desde então, um astronômico número de 1,3 bilhão de pessoas começou a usar a internet, do qual centenas de milhões eram crianças e jovens. A taxa de crescimento global de 2000 a 2008 foi de 290%,¹⁵ o que significa que, em todo o mundo, o número de pessoas com acesso à internet mais do que triplicou! E esses ganhos aconteceram no mundo como um todo: há mais pessoas na internet na China, por exemplo, do que nos Estados Unidos. A Geração Internet se tornou global. Veja as pirâmides populacionais de países com as populações que mais crescem nas figuras 1.7-1.16.

Existem semelhanças surpreendentes entre os integrantes da Geração Internet nos 12 países que estudamos.

Medida em termos de tendências de comunicação e cultura, a juventude atual vive em um mundo cada vez mais plano. As tecnologias digitais tornam o envio de uma mensagem instantânea a um conhecido a milhares de quilômetros de distância tão fácil quanto a um vizinho. A infraestrutura técnica está rapidamente tornando o mundo menor.

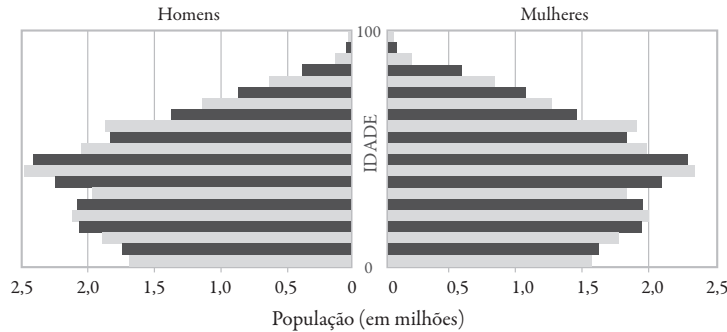
O que torna a Geração Internet única? Mais do que qualquer outra coisa, a internet e seu alcance global. Uma verdadeira geração jovem mundial está surgindo. Barreiras técnicas estão caindo, e isso está “achatando” o mundo — como diz Thomas Friedman, colunista do *New York Times* —, possibilitando a comunicação global como nunca antes. Com a ascensão da internet, de alguma maneira, as diferentes características locais específicas dos jovens estão sumindo. Sim, países e regiões ainda terão culturas próprias e características independentes, mas cada vez mais jovens em todo o mundo estão se tornando muito parecidos. Como você verá, eles têm atitudes, princípios e comportamentos geracionais semelhantes.

FIGURA 1.7 PIRÂMIDE POPULACIONAL DOS ESTADOS UNIDOS EM 2009



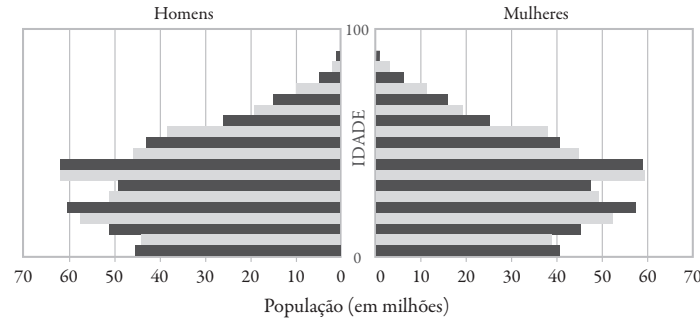
Fonte: *Birô do Censo dos EUA, Divisão Populacional*

FIGURA 1.8 PIRÂMIDE POPULACIONAL DO REINO UNIDO EM 2009



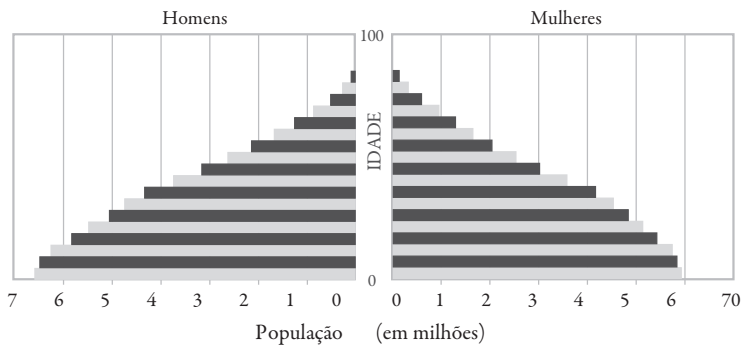
Fonte: *Birô do Censo dos EUA, Divisão Populacional*

FIGURA 1.9 PIRÂMIDE POPULACIONAL DA CHINA EM 2009



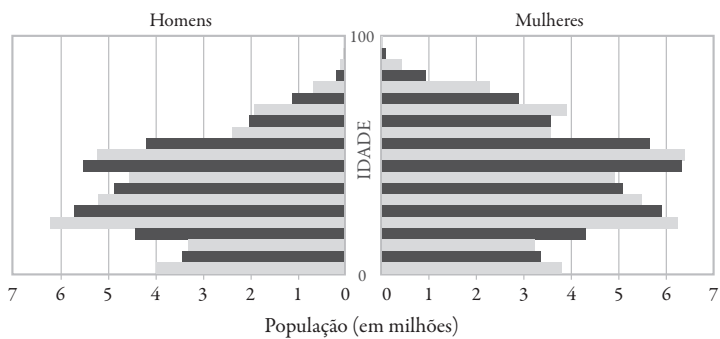
Fonte: *Birô do Censo dos EUA, Divisão Populacional*

FIGURA 1.10 PIRÂMIDE POPULACIONAL DA ÍNDIA EM 2009



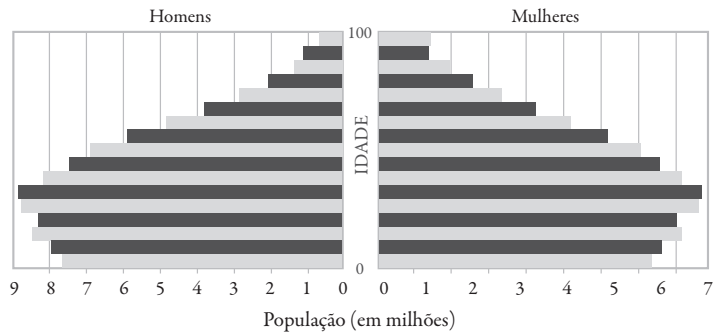
Fonte: *Birô do Censo dos EUA, Divisão Populacional*

FIGURA 1.11 PIRÂMIDE POPULACIONAL DA RÚSSIA EM 2009



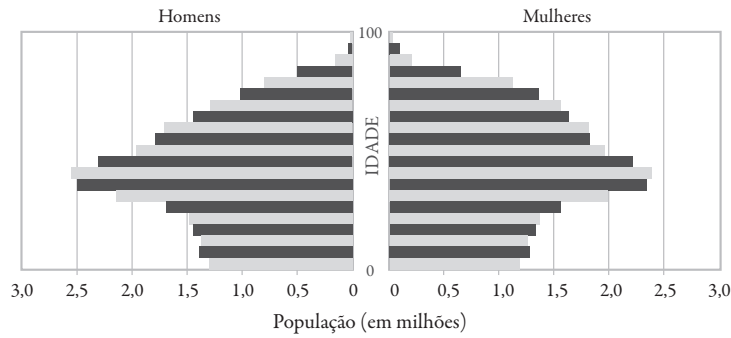
Fonte: *Birô do Censo dos EUA, Divisão Populacional*

FIGURA 1.12 PIRÂMIDE POPULACIONAL DO BRASIL EM 2009



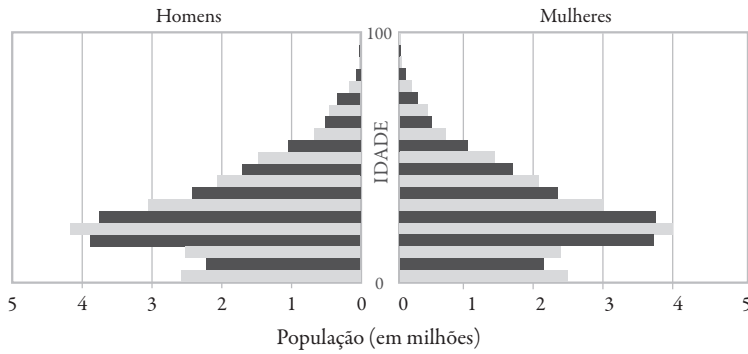
Fonte: *Birô do Censo dos EUA, Divisão Populacional*

FIGURA 1.13 PIRÂMIDE POPULACIONAL DA ITÁLIA EM 2009



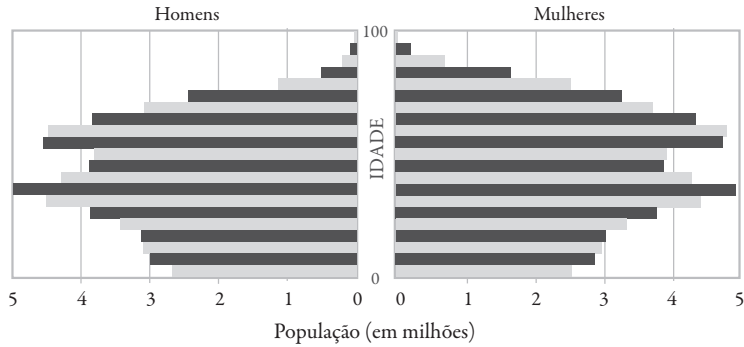
Fonte: *Birô do Censo dos EUA, Divisão Populacional*

FIGURA 1.14 PIRÂMIDE POPULACIONAL DO IRÃ EM 2009



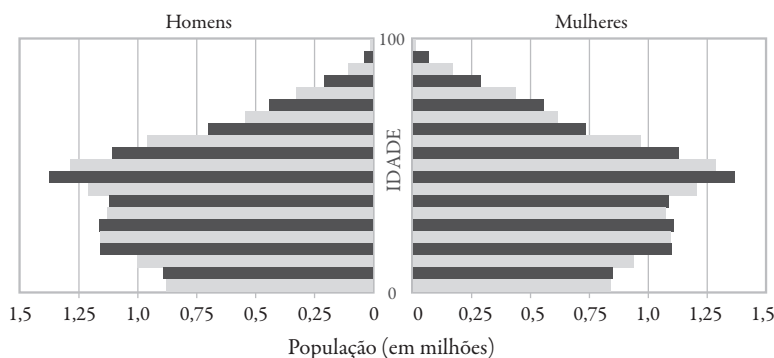
Fonte: *Birô do Censo dos EUA, Divisão Populacional*

FIGURA 1.15 PIRÂMIDE POPULACIONAL DO JAPÃO EM 2009



Fonte: *Birô do Censo dos EUA, Divisão Populacional*

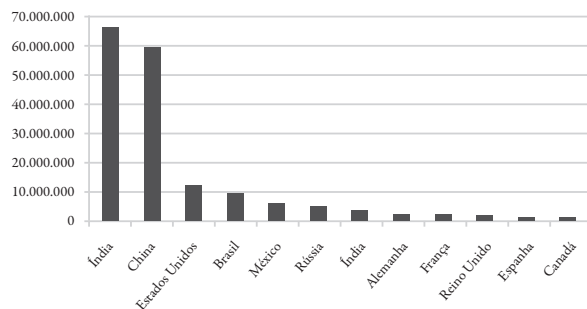
FIGURA 1.16 PIRÂMIDE POPULACIONAL DO CANADÁ EM 2009



Fonte: *Birô do Censo dos EUA, Divisão Populacional*

Sem dúvida, estamos nos primórdios de uma geração global desse tipo. As tecnologias não estão distribuídas de forma equânime ou equitativa, e os abismos digitais são bastante pronunciados em muitos países. A valorização ocidental da juventude que surgiu ao longo da última metade de século não é necessariamente compartilhada no Oriente, que tende a valorizar suas gerações mais idosas. O crescimento da população jovem e das oportunidades econômicas são mais evidentes no Oriente (veja a figura 1.17). Entretanto, a cultura pop continua sendo o artigo de exportação mais eficiente dos Estados Unidos. E a cultura pop ocidental é guiada pelas necessidades da Geração Internet ocidental, com a tecnologia fazendo mais parte dessa cultura. Portanto, embora o epicentro demográfico da Geração Internet global esteja na Ásia, as forças propulsoras que influenciam essa geração, no mundo como um todo, residem no Ocidente.

FIGURA 1.17 POPULAÇÃO ABAIXO DE 30 ANOS POR PAÍS



Fonte: *Divisão Populacional do Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais do Secretariado das Nações Unidas, World Population Prospects: The 2006 Revision e World Urbanization Prospects: The 2005 Revision; <http://esa.un.org/unpp>*

A superação geracional revisada

Nas décadas de 1960 e 1970, havia grandes diferenças entre as crianças do *baby boom* e seus pais a respeito de valores, estilo de vida e ideias. Mas agora os *baby boomers* se dão muito bem com seus filhos. Basta olhar para o seu iPod e para o dos jovens da Geração Internet — existe uma grande coincidência de músicas. Quando eu era jovem, dificilmente os pais de alguém gostavam dos Beatles, isso sem falar do The

Doors. Hoje, em vez de um hiato geracional existe uma “superação geracional” — as crianças estão ultrapassando e sobrepujando os adultos no campo da tecnologia, “superando-os” em muitas áreas da vida cotidiana.

“Pela primeira vez, em nossa civilização, as crianças estão educando as pessoas mais velhas. Os adultos estão procurando as crianças para obter informações e ajuda com computadores e outros assuntos afins”.

– AUSTIN LOCKE, 15 ANOS

“Trata-se de um período único na história, pois o papel da criança no lar está mudando”, disse John Seely Brown, diretor emérito do Xerox PARC e professor visitante do Centro Annenberg, na Uni-

versidade do Sul da Califórnia. No passado, os pais eram figuras de autoridade no que dizia respeito a qualquer coisa de valor real. A ideia de que a criança pudesse ser capaz de fazer algo novo, diferente ou realmente útil para os pais era considerada falsa. “Então pela primeira vez há coisas que os pais querem ser capazes de conhecer e fazer, e nas quais os filhos são, na verdade, a autoridade”, diz Brown.

A sociedade jamais passou maciçamente por esse fenômeno, no qual a hierarquia do conhecimento é tão eficazmente virada de cabeça para baixo. Mas é isso que realmente está acontecendo, e a situação tem se ampliado ao longo dos anos com o aparecimento de cada nova tecnologia — tal como aparelhos móveis e redes sociais.

As implicações são imensas. Em algumas famílias, os integrantes começaram a se respeitar mutuamente como as autoridades que de fato são. Isso criou uma dinâmica mais harmoniosa no âmbito das famílias. Se bem administrada pelos pais, essa dinâmica pode criar um núcleo familiar mais aberto, consensual e eficaz.

A difusão da autoridade dos pais se espalhou para além do lar. Pense no relacionamento em mutação entre alunos e professores na Finlândia. O governo

escolheu cinco mil jovens da Geração Internet para ensinar os professores do país a usar computadores. Pela primeira vez, em um campo de conhecimento, os alunos serão professores e os professores, alunos. A dinâmica de poder entre alunos e professores será alterada para sempre.

Imagine o que vai acontecer quando essa geração craque em tecnologia entrar para o mercado de trabalho, no qual muitos gestores, especialmente na Europa e no Japão, fazem pouco uso pessoal da internet. Será que a Geração Internet ficará satisfeita com o velho modelo hierárquico da empresa? As empresas bem-sucedidas serão aquelas que reconhecerão que as estruturas em rede funcionam melhor do que as antiquadas hierarquias. A colaboração leva à inovação e a novas abordagens de gestão e governo.

“Cada um de nós é, de alguma maneira, autoridade em alguns campos e aluno em outros. Precisamos estar preparados para aprender coisas importantes com os nossos subordinados e vice-versa”.

– JOHN SEELY BROWN

Diferenças geracionais *versus* diferenças de estágio de vida

Em *Geração digital*, levantei várias hipóteses — argumentando que o fato de os jovens da Geração Internet passarem tempo on-line em vez de serem receptores passivos da televisão provavelmente afetaria o seu desenvolvimento cerebral. Nos últimos 12 anos, aprendemos mais a respeito desse assunto complexo e cheguei à conclusão de que o cérebro dos integrantes da Geração Internet de fato se desenvolveu de uma maneira diferente do cérebro de seus pais.

Alguns especialistas criticaram o meu trabalho com os jovens dizendo que as diferenças que observei entre os integrantes da Geração Internet e seus pais são de *estágio de vida*, e não *geracionais*. Em um primeiro momento, o argumento deles pode parecer convincente: “Os *baby boomers* eram diferentes dos pais. Eles protestaram contra a guerra e, depois, cresceram e votaram em George W. Bush”. Será que a mesma coisa vai acontecer com a Geração Internet?

Há muitos motivos para acreditar que o que estamos vendo é o primeiro caso de uma geração que está crescendo com conexões cerebrais diferentes das da geração anterior. Há cada vez mais evidências de que os integrantes da Geração Internet processam informações e se comportam de maneira diferente porque de fato desenvolveram cérebros funcionalmente diferentes dos de seus pais. Eles são mais velozes do que os pais, por exemplo, no processamento de imagens em

movimento rápido. Essa não é uma ideia que eu desenvolvi como leigo (embora um fato pouco conhecido é que comecei minha carreira muitos anos atrás como psicólogo). Ela provém de uma pesquisa realizada para a minha empresa por dois dos cientistas cerebrais mais inteligentes que conheço — Stanley Kutcher e seu filho Matthew. Os Kutcher descrevem como o tempo gasto com as tecnologias digitais pode estar mudando a estrutura física e o funcionamento dos cérebros em desenvolvimento da Geração Internet. Existem dois períodos críticos de desenvolvimento cerebral nos quais o nosso cérebro cria conexões e se expande. O primeiro período é a primeira infância, do nascimento até os três anos de idade. É provável que os integrantes da Geração Internet tenham recebido mais estímulos durante esse período do que seus pais. Na época do *baby boom*, os casais tinham mais filhos e cada um deles provavelmente recebia menos atenção. Babás eram menos comuns na década de 1950 e no início da década de 1960, quando os *baby boomers* eram bebês, e havia menos ênfase na educação durante a primeira infância.

O segundo período crítico de desenvolvimento cerebral acontece aproximadamente durante a adolescência. Nesse período, os *baby boomers* assistiam a muita televisão — entre vinte e trinta horas por semana. Compare esses dados com os dos jovens da Geração Internet, que gastam a mesma quantidade de tempo como usuários ativos de mídia, e não como espectadores passivos. É um passo lógico levantar a hipótese de que isso afeta o desenvolvimento cerebral, pois a maneira como uma pessoa gasta o seu tempo durante esse período molda o seu cérebro. Nos capítulos seguintes, você lerá sobre várias maneiras diferentes usadas pela Geração Internet para absorver dados do mundo, processar informações, aprender, pensar e se comunicar — mas basta dizer aqui que quase tudo isso é positivo.

Pense no impacto ambiente midiático rico e interativo dessa geração. Quando eu era criança e morava numa cidade pequena, havia três canais de televisão, uma pequena biblioteca, um jornal e poucas revistas que me interessavam. A juventude de hoje nos Estados Unidos tem acesso a mais de duzentos canais de tevê a cabo, 5.500 revistas, 10.500 estações de rádio e quarenta bilhões de páginas na internet. Além disso, 22 mil livros são publicados anualmente, e 240 milhões de televisores estão em operação pelo país, sendo que existem até dois milhões deles em banheiros. Essa geração foi inundada de informação, e o fato de ter aprendido a acessar, selecionar, categorizar e lembrar de tudo isso aumentou sua inteligência.

A geração mais inteligente

Há fortes evidências de que essa é a geração mais inteligente de todos os tempos. Mais estudantes estão desafiando a si mesmos: o número de alunos do ensino médio fazendo exames de proficiência para universidades mais do que dobrou entre 1997 e 2005.¹⁶ As pontuações em testes de QI também estão subindo numa proporção de três pontos por década desde a Segunda Guerra Mundial e têm aumentado em pessoas de todas as raças, rendas e regiões.¹⁷

Essa geração até acha legal ser inteligente e vê a si mesma como parte essencial do sucesso mundial no futuro. Os adolescentes classificam “cientistas” e “jovens” como os dois grupos que produzirão “a maioria das mudanças positivas no futuro”.¹⁸ Quando perguntamos à nossa amostra global de milhares de jovens da Geração Internet “O que você preferiria ser, inteligente ou bonito?”, 70% escolheram a inteligência.

O organograma da nova família

Os valores da Geração Internet foram moldados não apenas pela tecnologia, mas por seus pais. Nos Estados Unidos, os pais dos *baby boomers* acreditavam na velha máxima “Criança mimada, criança estragada”, e, na minha infância, não havia nada que eu temesse mais do que ser castigado por um dos meus pais ou por um professor. Se houvesse um “organograma” da família igual ao que a maioria das empresas tem hoje em dia, ele indicaria que as crianças da Geração *Baby Boom* contavam as coisas à mãe, que contava ao pai. Mas, quando os *baby boomers* tiveram filhos, criaram um tipo diferente de organograma, com a criança no centro. Muitos integrantes da Geração Internet foram criados em famílias carinhosas e apoiadoras, nas quais pais e filhos se davam bem. O termo pejorativo para isso é “ser mimado”, e é verdade que, às vezes, esse comportamento foi longe demais. Pense nos “pais-helicóptero”, que pairam como um Sikorsky Blackhawk sobre seus filhos, até mesmo na universidade.

Para ser justo com os *baby boomers*, é compreensível por que eles se preocupam tanto com a educação dos filhos. A educação não é apenas essencial para o futuro em uma economia do conhecimento, mas mandar um filho para a escola custa caro. Além das dezenas de milhares de dólares por ano em mensalidades, alguns pais com dois filhos também investem até US\$40 mil em cursos preparatórios para a universidade. Um pai de dois filhos em Nova Jersey pagou

US\$30 mil para que um consultor universitário o aconselhasse sobre tudo, desde a seleção dos cursos até o planejamento para o verão.¹⁹ Incluídas as despesas escolares, o americano médio recebe US\$38 mil por ano dos seus pais entre os 18 e 34 anos de idade.²⁰

Alguns “pais-helicóptero” chegaram a voar até as entrevistas de emprego e análises de desempenho dos filhos. Empresas inteligentes estão tentando elaborar estratégias para lidar com “pais-helicóptero” sem se indispor com os filhos, integrantes da Geração Internet.

A família é algo muito importante para a juventude atual — muito mais do que para seus pais *baby boomers*. Eles ouvem as opiniões dos pais em tudo, desde a escolha da universidade até o planejamento financeiro, e bancos como o Citibank perceberam isso, isentando de tarifas as contas que os pais abrem para os filhos.²¹ Meus pais nem sabiam a quais universidades eu estava me candidatando. Mas meus dois filhos pediram a minha opinião quando estavam discutindo sobre as universidades às quais deviam se candidatar. Os adolescentes e jovens adultos da Geração Internet viajam mais com seus pais do que os da Geração Baby Boom, e, depois da universidade, até optam por viver na casa dos pais por um tempo. Para qualquer pessoa da minha geração, voltar para a casa dos pais depois de ter saído de casa seria impensável. Mas agora, a maioria dos jovens e dos pais se dão bem.

Valores geracionais

Quando escrevi *Geração digital*, analisei livros e artigos sobre a juventude. Era uma história triste. Dizia-se que os jovens eram egocêntricos e obcecados com recompensas de curto prazo. Um analista escreveu que “muitos pais da Geração *Baby Boom* estão tão preocupados com a autoestima dos filhos, em protegê-los do estresse e torná-los seus parceiros na família que estão criando uma geração de crianças egoístas, mal-educadas e problemáticas”.²² Livros como *Spoiled Rotten: Today's Children and How to Change Them* (*Estragadas pelos mimos: as crianças de hoje e como mudá-las*), de Fred Gosman, aconselhavam os pais a impor normas de disciplina mais rígidas. Dizia-se que a criminalidade juvenil estava aumentando, e o materialismo e a impulsividade dessa geração faziam parte da análise dos especialistas sobre essa criminalidade. Charles Ewing, especialista em criminalidade juvenil da Universidade de Buffalo, dizia: “Os jovens têm pouco controle sobre os impulsos, e um revólver é uma arma impulsiva”.^{23, 24} Seriam supostamente ganan-

ciosos, egocêntricos, intolerantes e narcisistas; teriam um ego inflado, uma noção de direito adquirido e expectativas irreais; e só se preocupariam com seus próprios bens e com seu sucesso financeiro.²⁵

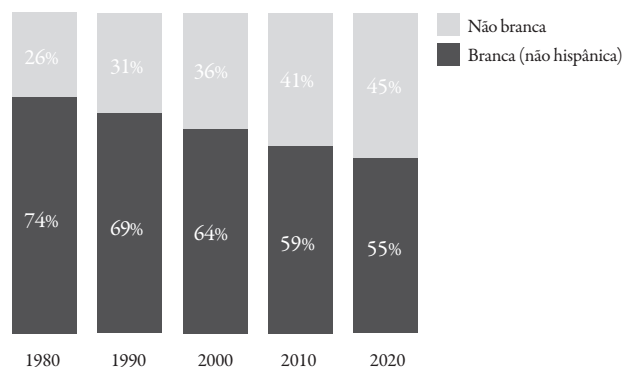
Na época, argumentei que os dados não respaldavam essa visão. Nos dias de hoje, os dados ainda não lhe dão suporte. Embora haja diferenças consideráveis entre culturas, nações, sexos e classes, há uma forte evidência de que essa é uma geração positiva, com valores fortes. Observe os jovens da América do Norte — eles se preocupam com o mundo. São abertos, tolerantes e formam a geração menos preconceituosa que já existiu. E, não é de surpreender, quando perguntados se achavam que a mídia retratava os jovens de uma maneira negativa demais, a maioria — nos Estados Unidos, dois terços — disse que sim.

Essas diversas experiências moldaram o início da vida da Geração Internet, e nove em cada dez integrantes dessa geração nos Estados Unidos se dizem “felizes”, “confiantes” e “positivos”.²⁶ Um número cada vez maior de integrantes da Geração Internet acha que crescer é mais fácil para eles do que foi para seus pais. Um número cada vez menor se preocupa com violência, sexo e drogas. No geral, as taxas de suicídio na adolescência vêm caindo desde a década de 1990.²⁷ Nos últimos dez a vinte anos, as taxas de homicídio, crimes violentos, aborto e gravidez entre os adolescentes americanos despencaram.²⁸ O uso de drogas e álcool por parte de adolescentes vem diminuindo há uma década.²⁹ O estereótipo da criminalidade também está errado. É menos provável que um adolescente seja vítima de um crime violento grave hoje do que em qualquer período desde o final da década de 1960.

A Geração Internet demonstra uma tolerância considerável se comparada com as gerações anteriores. O mundo à sua volta também mudou. (Veja a figura 1.18.)

Quando eu era adolescente, todos os meus amigos mais íntimos eram garotos brancos que tinham exatamente a minha idade. Hoje, os rapazes entre 18 e 21 anos de idade nos Estados Unidos relatam que 20% dos seus melhores amigos são mais de dois anos mais novos do que eles; 33% são mais de dois anos mais velhos; 49% são de uma raça e/ou origem étnica diferente; e 60% são do sexo oposto.³⁰ Que transformação formidável!

FIGURA 1.18 PORCENTAGEM DE CRIANÇAS NOS ESTADOS UNIDOS POR RAÇA



Fonte: Biro do Censo dos EUA

Ondas de imigração criaram uma população americana cada vez mais multirracial, e “quanto mais jovem a faixa etária, mais diversa é a população”, diz Gregory Spencer, chefe do Setor de Projeção Populacional do Escritório do Censo dos Estados Unidos. Um número desproporcional de americanos de raça mestiça é jovem: os resultados do censo mostram que um jovem com menos de 18 anos tem duas vezes mais probabilidade do que um adulto de ser classificado como multirracial.³¹ A facilidade com que os jovens de diferentes raças e etnias se misturam e se casam também diferencia a Geração Internet das gerações anteriores: 91% dos entrevistados da Geração Internet concordam que o namoro inter-racial é aceitável, em comparação com os 50% da Geração G.I. (que atingiu a idade adulta durante a Segunda Guerra Mundial) que expressam essa opinião.³²

Estamos em 2008. A primeira integrante da Geração Internet está com 31 anos. Ela acorda com o noticiário sobre a Guerra do Iraque e se pergunta como a política de imigração proposta pelo presidente Bush afetará o emprego de seus amigos hispânicos. Em seu iPod, ela ouve o seu “mix da manhã”, que contém canções de dez gêneros musicais diferentes. A caminho do trabalho como gerente de marketing, dirigindo o seu carro híbrido japonês, ela pensa se vai ser naquele dia que a gasolina vai chegar a US\$5 por galão. A contagem do censo populacional dos Estados Unidos em 2006 diz que a população americana com mais de oitenta anos equivale aproximadamente a 4% da população total, ou aproximadamente 12 milhões de pessoas.

Obviamente, a história não é totalmente positiva. Como em qualquer geração, há questões preocupantes. Será que ficar totalmente imerso no mundo on-line é algo bom para todos? E quanto ao equilíbrio na vida de um jovem? Será que algumas crianças passam tempo demais on-line, realizando várias tarefas ao mesmo tempo? Será que há jovens demais estressados por causa da carga de trabalho e dos processos seletivos das universidades? Será que a internet facilita o plágio ou outras formas de fraude na escola? Ao entrarem no ambiente de trabalho, no mercado e na sociedade, suas atitudes e normas são positivas? Até pouco tempo atrás eles não votavam nas eleições, então o que isso significa para o futuro da democracia? E quanto à privacidade? Eles se expõem totalmente na internet e parecem não perceber como isso pode vir a afetá-los no futuro. Todas essas questões serão discutidas ao longo deste livro.

– JON STEWART, COMEDIANTE

AS OITO NORMAS DA GERAÇÃO INTERNET

Essa geração tem oito diferenças em relação a seus pais. Nós chamamos essas oito características diferenciadoras de Normas da Geração Internet. Cada norma é essencial para entendermos como essa geração está transformando o trabalho, o mercado, o aprendizado, a família e a sociedade. Você lerá sobre elas ao longo do livro.

- Eles querem liberdade em tudo o que fazem, da liberdade de escolha à liberdade de expressão. Todos nós adoramos liberdade, mas não tanto quanto essa geração. Escolha é como oxigênio para eles. Enquanto as gerações mais velhas se sentem perdidas com a proliferação de canais de vendas, tipos de produtos e marcas, a Geração Internet considera isso algo natural. A Geração Internet usa a tecnologia para descartar o dispensável e achar a mensagem de marketing que satisfaz as suas necessidades. Também esperam escolher onde e quando vão trabalhar. Usam a tecnologia para fugir das restrições tradicionais do escritório e integrar a vida profissional à vida doméstica e social. A Geração Internet busca a liberdade para mudar de emprego, para encontrar seu próprio caminho e para se expressar.
- Eles adoram customizar, personalizar. Na minha infância, eu nunca customizei o *Clube do Mickey*. Hoje, os jovens podem mudar o mundo da mídia à sua volta — a

área de trabalho do computador, o próprio site, o toque do telefone, o apelido, o descanso de tela, as fontes de notícia e o entretenimento. Cresceram acessando a mídia que queriam, quando queriam, e sendo capazes de mudá-la. Milhões de pessoas em todo o mundo não acessam simplesmente a internet, elas a criam, produzindo conteúdo on-line. Agora, a necessidade de customizar está se estendendo para além do mundo digital e chegando a quase todas as coisas com que essa geração tem contato. Esqueça descrições padronizadas de cargos no trabalho e apenas uma variedade de um produto. Quanto a portais governamentais, eles querem “meu governo” customizado on-line.

- Eles são os novos investigadores. Quando eu era jovem, uma figura era uma figura. Só isso. A transparência, especificamente o acesso das partes interessadas a informações relevantes a respeito das empresas e seus produtos,³⁴ parece simplesmente natural para a Geração Internet. Enquanto as outras gerações ficam admiradas com as pesquisas sobre consumidores disponíveis na rede, a Geração Internet simplesmente espera que elas estejam lá. Empresas que querem atingir a Geração Internet devem esperar e aceitar o minucioso exame de seus produtos, esforços promocionais e práticas empresariais. A Geração Internet sabe que seu poder de mercado lhe permite exigir mais das empresas, o que também vale para os empregadores.
- Eles procuram integridade e abertura empresarial ao decidir o que comprar e onde trabalhar. A internet e outras tecnologias de informação e de comunicação eliminam as barreiras entre as empresas e suas diferentes partes interessadas, como consumidores, ativistas e acionistas. No papel de consumidores que estão expondo uma campanha equivocada de marketing viral ou no papel de mão de obra que está pesquisando seu futuro empregador, a Geração Internet se certifica de que os valores da empresa estão alinhados aos seus próprios valores.
- A Geração Internet quer entretenimento e diversão no trabalho, na educação e na vida social. Essa geração leva uma mentalidade divertida ao trabalho. A partir de sua experiência no último videogame, eles sabem que sempre há mais de uma maneira de atingir um objetivo. O raciocínio inusitado resulta do fato de 82% das crianças americanas entre dois e 17 anos de idade terem acesso regular a videogames. Trata-se de uma indústria de crescimento rápido: nos Estados Unidos, as vendas de videogames alcançaram US\$8,4 bilhões em 2005, e espera-se que as vendas mundiais cheguem a US\$46,5 bilhões em 2010.³⁵ Essa é uma geração que cresceu em meio a experiências interativas. O reconhecimento de uma marca por si só não é mais suficiente, algo que algumas empresas líderes já percebem.

- Eles são a geração da colaboração e do relacionamento. Hoje, os jovens colaboram no Facebook, jogam videogames com múltiplos jogadores ao mesmo tempo, trocam mensagens de texto incessantemente e compartilham arquivos para a escola, para o trabalho ou simplesmente por diversão. Como evidenciado por sites como o Yub.com, eles também fazem compras orientadas por relacionamentos. Nove em cada dez jovens que entrevistamos disseram que, se um grande amigo recomendasse um produto, eles provavelmente o comprariam. Eles se influenciam mutuamente por meio do que chamamos de redes de influência — redes on-line de integrantes da Geração Internet que, entre outras coisas, discutem marcas, empresas, produtos e serviços.
- A Geração Internet precisa de velocidade — e não apenas nos videogames. Bate-papos em tempo real com uma base de dados de contatos globais tornaram as comunicações rápidas a nova norma para a Geração Internet. Num mundo no qual a velocidade caracteriza o fluxo de informações entre vastas redes de pessoas, a comunicação com amigos, colegas e superiores acontece mais rápido do que nunca. E os publicitários e empregadores deveriam perceber que a Geração Internet espera se comunicar com os outros com a mesma rapidez — cada mensagem instantânea deve gerar uma resposta instantânea.
- Eles são inovadores. Quando eu era jovem, o ritmo da inovação era glacial. Hoje, está hiperacelerado. Um funcionário de vinte e poucos anos quer o novo BlackBerry, Palm ou iPhone não porque o antigo saiu de moda, mas porque o novo faz muito mais coisas. Eles procuram empresas inovadoras nas quais trabalhar e estão constantemente buscando novas formas de colaborar, se divertir, aprender e trabalhar.

Criando o futuro

O famoso filósofo da comunicação Marshall McLuhan considerava a linguagem reunida em um livro como um teste. Ele disse: “Quando uma informação resvala em outra, os resultados são surpreendentes e eficazes”.³⁶ É por isso que adoro escrever livros e fiquei tão empolgado quando *Geração digital* foi publicado. Foi um teste da ideia de que pela primeira vez na história podemos aprender com as crianças o que devemos fazer. A experiência dos últimos 12 anos, a meu ver, mostrou que isso é verdade.

O talento da Geração Internet já está transformando o mercado de trabalho. A maior geração da história está desembocando em um turbilhão de talentos,

gerado pela expansão da economia mundial, pela mobilidade do trabalho e pela maior e mais rápida aposentadoria geracional de todos os tempos. Eles estão criando novas abordagens para a colaboração, para o compartilhamento de conhecimento e para a inovação em empresas e governos de todo o mundo. Há fortes evidências de que as organizações que adotam essas novas formas de trabalhar têm melhor desempenho e crescimento e são mais bem-sucedidas. Para vencer a disputa por talentos, as organizações precisam repensar muitos aspectos de como recrutam, remuneram, desenvolvem, supervisionam e colaboram com eles. Acredito que a própria ideia de gestão está mudando.

Como consumidores, os integrantes da Geração Internet estão transformando os mercados e o marketing, não apenas porque têm poder de compra e influência enormes. Eles também valorizam características diferentes de produtos e serviços e querem que as empresas criem experiências grandiosas. As maneiras como influenciam a si mesmos e a outras gerações são novas, e a mídia tradicional é ineficaz para atingi-los. Apenas 2% da nossa amostragem indicaram alta confiança nas campanhas publicitárias. O velho ditado “Metade dos meus anúncios é eficaz; só não sei que metade é essa” não se aplica mais, e a maioria dos anúncios na televisão são apagados da memória e nunca lembrados por milhões de jovens em todo o mundo. Em vez de consumidores, eles querem ser “*prosumers*” — coinovando produtos e serviços com os fabricantes. O conceito de marca está mudando para sempre por causa deles. As empresas podem agora entender como reprojeter para o século XXI a experiência total dos consumidores, desde a pesquisa e o desenvolvimento até o atendimento ao cliente, aprendendo com eles.

Até pouco tempo atrás, os integrantes da Geração Internet estavam desengajados da política formal, preferindo se envolver em atividades cívicas em suas comunidades ou trabalhando nos bastidores para resolver problemas globais. Mas 2008 foi o ano em que eles entraram para a vida política formal e exerceram seu poder lançando Barack

“Quando a maioria dos membros da nossa geração começou a ter consciência política, o nosso governo estava fora de controle. Isso tudo vai mudar com o tempo. Afinal, ainda somos jovens”.

– PHIL DUMOUCHEL, 20 ANOS, ROCHESTER,
NOVA YORK

Obama como candidato do Partido Democrata à presidência dos Estados Unidos. Acredito que a experiência da Geração Internet nessa campanha eleitoral

não tenha parado no dia da votação. Eles não vão aceitar um papel passivo na política ou no governo. Já estão fazendo exigências para que nossas instituições políticas os envolvam. Acredito que também vão insistir em mudanças no modo como os governos são administrados. Eles veem que se registrar em um hotel ou alugar um carro são coisas que podem ser feitas em trinta segundos e se perguntam por que os governos demoram semanas para realizar uma atividade semelhante. A democracia de ampla difusão era suficiente para a Geração TV. Não para eles.

Será que a sua atividade cívica em todo o mundo se tornará uma nova forma de ativismo? Será que eles vão aceitar o desafio dos problemas cada vez mais graves que a minha geração está lhes deixando? Nunca houve um período mais promissor ou perigoso. O desafio de cumprir essa promessa e, assim, salvar o nosso frágil planeta caberá à Geração Internet. A nossa responsabilidade é lhes dar as ferramentas e a oportunidade para que cumpram o próprio destino.

A Geração Internet, a maior de todos os tempos, está chegando à maturidade. Ao entrarem na faculdade e no mercado de trabalho, os jovens dessa geração estão começando a usar ferramentas digitais notáveis que dão aos indivíduos o poder que, no passado, estava reservado às autoridades. Eles são a primeira geração global e, em todo o mundo, compartilham muitas das oito normas que apresentamos aqui — as Normas da Geração Internet. Temos uma oportunidade única de aprender com eles. Cada vez mais as pessoas, empresas e nações que estão alcançando o sucesso atualmente são as que dão ouvidos à nova geração. Podemos ouvir suas opiniões sobre o mundo. Podemos aprender com seu fácil domínio e uso de novas ferramentas e novos métodos de trabalho e de colaboração. Acredito que, ouvindo-os, podemos vislumbrar e pôr em prática os novos modelos institucionais necessários ao século XXI.

Continue lendo.