

Juventudes e Conexões

Empreendedorismo

3ª edição

Telefônica
FUNDAÇÃO | **vivo**



IBOPE
inteligência

Idealização e coordenação

Fundação Telefônica Vivo

Americo Mattar – Diretor-Presidente
Odair Barros – Gerente de Estratégia e Gestão
Luanda de Lima – Gerente de Comunicação e Voluntariado
Nayara Romero – Consultora de Projetos Sociais
Luciana Novaes – Consultora de Comunicação
Tatiana Gimenes Pereira – Analista Sênior de Comunicação

Coordenação e realização

Rede Conhecimento Social

Marisa de Castro Villi – Diretora Executiva
Harika Merisse Maia – Diretora de Projetos
Ana Lucia Lima – Consultora Institucional
Rodrigo Fernandes Cardozo – Diretor Geral
Fabiana de Freitas Nascimento – Assessora
Priscila Ratnieks – Consultora de Projetos

Realização

IBOPE Inteligência

Tony Perrella – Diretor de Consumo e Serviços
Fernanda Aguiar – Gerente de Atendimento e Planejamento
Alexandre Carvalhaes – Analista de Atendimento e Planejamento
Érika Melo – Analista de Atendimento e Planejamento
Carina Bolgheroni Martins – Moderadora de Pesquisa Qualitativa
Bruna Suzzara – Gerente de Estatística

Consultoria

Tatiana Klix Pereira – Consultora Temática de Educação
Lílian da Silva Botelho – Consultora Temática de Empreendedorismo
Helena Wendel Abramo – Consultora Temática de Comportamento
Rita de Cássia Alves Oliveira – Consultora Temática de Participação Social

Publicação

Texto e edição

Juliane Albuquerque, Harika Merisse Maia
e Marisa de Castro Villi

Projeto gráfico

DPZ&T

Agência Zatar

Diretor de Criação – João el Helou
Diretora de Arte – Bruna Mariano
Diagramação – Bruna Mariano,
Eduardo Graciano, Marina Kikuchi
e Renan Porto

Revisão

Fabiana Colturato Aidar

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Elaborado por Francisco Lopes de Aguiar - CRB8ª-7856, São Paulo, Brasil

J98
2019
Juventudes e Conexões / Fundação Telefônica Vivo; Rede Conhecimento Social;
IBOPE Inteligência; 3.ed. --- São Paulo: Fundação Telefônica Vivo, 2019.
272 p.; 21 cm x 29, 7 cm.

Inclui Bibliografia
ISBN 978-85-60195-63-3

1. Jovens. 2. Juventude. 3. Tecnologia educacional. 4. Inovação educacional.
5. Estudantes - Brasil. 6. Internet. I. Fundação Telefônica Vivo. II. Rede Conhecimento
Social. III. IBOPE Inteligência. Título.

CDD 370.8
CDU 37:62



Prefácio



O fascículo **Empreendedorismo** é uma versão resumida da publicação **Juventudes e Conexões**, que você encontra na íntegra para download em fundacaotelefonica.org.br/projetos/juventude-conectada/

Em 2019, a Fundação Telefônica Vivo comemora 20 anos de atuação no Brasil! Nessa trajetória, escolhemos a **Inovação Educativa** como uma forma de abrir caminhos inspiradores por meio da educação, da tecnologia e do acesso ao conhecimento, contribuindo assim para construir um futuro melhor e com mais oportunidades para todos.

Acreditamos que, para grandes mudanças acontecerem, precisamos de pessoas e da capacidade que elas têm de trabalhar em conjunto. Pensando nisso, investimos em projetos e estudos que promovem a tecnologia como estímulo ao desenvolvimento social e à mobilização de debates essenciais para as transformações que queremos ver no mundo.

Atentos aos movimentos do mundo atual, desde 2013 realizamos a pesquisa Juventude Conectada com o objetivo de compreender hábitos de jovens na era digital. Desde então, as multiplicidades em nossa sociedade têm se potencializado: não se trata mais de buscar uma unidade para a juventude, mas sim enxergar suas diversidades; os conteúdos e relações não mais se separam entre online e offline, pois essas dimensões se extrapolam e interagem entre si. Motivados por esse dinamismo e buscando melhor expressar essa complexidade, a terceira edição do estudo ganha um novo nome: **Juventudes e Conexões**.

Idealizado pela **Fundação Telefônica Vivo** e realizado pela **Rede Conhecimento Social** em parceria com o **IBOPE Inteligência**, este estudo é norteado por pressupostos de colaboração, multiplicidade de olhares e cocriação. Procuramos conduzir um processo que favoreceu trocas entre uma pluralidade de vozes que dialogam com e sobre as juventudes. Mais do que ter jovens como foco da pesquisa, tivemos um grupo deles ao nosso lado, construindo conosco o conhecimento que aqui compartilhamos, participando desde a definição das perguntas até as análises e produção de conteúdos.

Além disso, contamos com a colaboração de **especialistas** nas leituras aqui apresentadas e de quatro **consultoras** que aportaram conteúdos e pontos de vista a partir de suas experiências nas temáticas do estudo.

Esperamos que a imersão nessas reflexões e descobertas dialogue com suas experiências cotidianas e com as conexões das quais você faz parte. Que os dados e questionamentos trazidos aqui inspirem ações possíveis para avançarmos nas transformações positivas que as juventudes querem (e já nos ajudam a) construir para a sociedade.

Boa leitura!

Americo Mattar
Diretor-Presidente da Fundação Telefônica Vivo

Sumário

1	Histórico do Juventudes e Conexões	11
2	Etapas do estudo.....	21
3	Quem participou do estudo e seu perfil	27
4	Acesso e atividades conectadas	49
5	Referências e habilidades para um mundo conectado	69
6	Empreendedorismo – Dados da pesquisa.....	85
7	Empreendedorismo – O empreendedorismo ao alcance de jovens	107
8	Referências bibliográficas.....	117
9	Anexo: Questionário	121





1



Histórico do Juventudes e Conexões

Para um estudo ser relevante ao longo do tempo, ele deve ter a capacidade de observar e se manter conectado com as evoluções do contexto que investiga, além de ter abertura para se adaptar frente a desafios que se imponham durante sua realização.

Com este estudo, buscamos refletir e compreender como jovens se relacionam com a internet, as tecnologias digitais e as múltiplas formas de conexão. Mas como nasceu a pesquisa Juventudes e Conexões? Quais foram os acontecimentos em sua trajetória, que se iniciou em 2013, até chegarmos a esta publicação, em 2019? Quais foram as escolhas e decisões que a caracterizaram?

Inserido em um contexto em que novos usos das tecnologias digitais surgem constantemente e moldam e são moldados pela forma como a sociedade se organiza, o Juventudes e Conexões tem procurado, a cada nova edição, traduzir essa dinâmica de mudanças, adaptando metodologias e se desenvolvendo junto com o próprio público jovem. Conheça nas próximas páginas um resumo desse longo caminho.

Histórico do Juventudes e Conexões

Muitos são os potenciais e os desafios de uma sociedade globalizada e imersa em tecnologias digitais. Atenta a essas demandas e possibilidades, a Fundação Telefônica Vivo decidiu investir no desenvolvimento de uma pesquisa complexa e inovadora para conhecer os usos e hábitos de jovens brasileiros conectados, em busca de desvendar tanto padrões como tendências e especificidades, com foco nas áreas de educação, empreendedorismo, comportamento e participação social. Assim nasceu a pesquisa Juventude Conectada, iniciada em 2013 e publicada em 2014, em parceria com o IBOPE Inteligência, o Instituto Paulo Montenegro e a Escola do Futuro da Universidade de São Paulo (USP). Enquanto a pesquisa era realizada, o país vivenciou as manifestações de junho de 2013, que promoveram usos intensos da internet como forma de organização e reforço da visibilidade de jovens como atores políticos.

2013-2014
1ª edição

2015
Documentário

2015-2016
2ª edição

2017-2018
Edição especial
Empreendedorismo

2018-2019
3ª edição



Os inúmeros aprendizados da primeira edição fortaleceram a ideia de que valia a pena seguir buscando formas de produzir e compartilhar conhecimento sobre e com jovens e suas experiências de uso da internet. Ficou claro também que, para se manter relevante ao longo do tempo, o estudo deveria ter como um de seus fios condutores a abertura para observar e se adaptar frente aos desafios que mudanças de contexto trazem consigo.

Iniciamos a segunda edição em 2015, ano posterior a um processo eleitoral nacional turbulento e polarizado, que, na visão de jovens participantes da pesquisa, influenciou o crescimento da agressividade nas redes sociais e induziu ao tensionamento de relacionamentos. Em busca de multiplicar olhares e aprofundar perspectivas diversas e especializadas nos eixos do estudo, agregamos ao time de trabalho da Fundação Telefônica Vivo, do Instituto Paulo Montenegro e do IBOPE Inteligência quatro consultores, cujos artigos compuseram, junto aos dados e análises, a publicação lançada em 2016. Uma das principais mudanças captadas nesse período foi o fortalecimento do celular como principal aparelho para a conexão, moldando os hábitos e as atividades de jovens para um acesso cada vez mais móvel à internet.

Buscando ampliar o debate e experimentar outras linguagens para o compartilhamento dos principais achados do estudo, no mesmo período foi produzida a série documental Juventude Conectada, que em quatro episódios (“Ativismo”, “Comunicação Democrática”, “Empreendedorismo” e “Educação”) conta sobre experiências e iniciativas protagonizadas por jovens que exploram potencialidades das tecnologias digitais para defender territórios, fortalecer causas, promover negócios criativos e incentivar novas formas de aprendizagem.

Assista aos quatro episódios da série no link: fundacaotelefonica.org.br/juventudeconectada

Em 2017, quatro anos após a primeira edição, o contexto era propício à realização de uma edição especial, focada exclusivamente no eixo de empreendedorismo, tendo em vista o período de contração econômica e elevado desemprego no país. Mais uma vez juntos, Fundação Telefônica Vivo, Rede Conhecimento Social¹ e IBOPE Inteligência, lançamos, em 2018, o Juventude Conectada – edição especial Empreendedorismo, construído ao lado de cinco **jovens consultores**. O material e o processo colaborativo foram importantes para atualizar a compreensão sobre um ecossistema que cada vez mais transborda e se integra com os campos da educação, da participação social e do comportamento das juventudes.

Finalmente, em 2018, ano em que o Brasil vivenciou mais um processo eleitoral polarizado e pautado em campanhas organizadas por meio de redes sociais, iniciamos a terceira edição. Os dados inéditos que disponibilizamos nesta publicação, agora denominada Juventudes e Conexões, trazem consigo um conjunto de atualizações que remontam a aprendizados e tendências apontados nas produções anteriores, bem como novas perspectivas alinhadas com a conjuntura, as práticas de jovens e seus usos das tecnologias digitais.

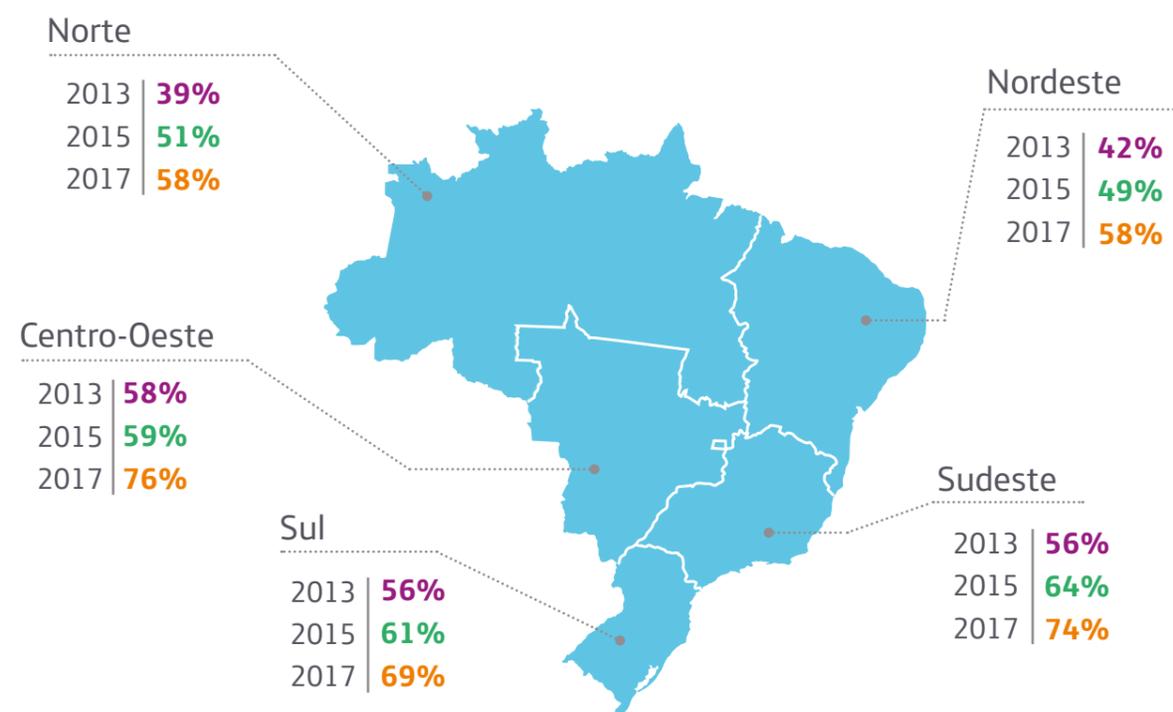
¹ Organização sem fins lucrativos que dá continuidade às ações do Instituto Paulo Montenegro.

Contexto brasileiro de acesso à internet

Para além dos acontecimentos políticos e econômicos simultâneos à realização das edições do estudo, é importante localizar algumas das transformações do contexto brasileiro no que diz respeito ao acesso à internet. A *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros* (TIC Domicílios) tem revelado, ao longo dos anos, o crescimento dos acessos entre toda a população do país, dos quais destacamos alguns segmentos.

Para conhecer mais dados da pesquisa, acesse <https://www.cetic.br/pesquisa/domicilios/>

Indivíduos conectados no Brasil – por região



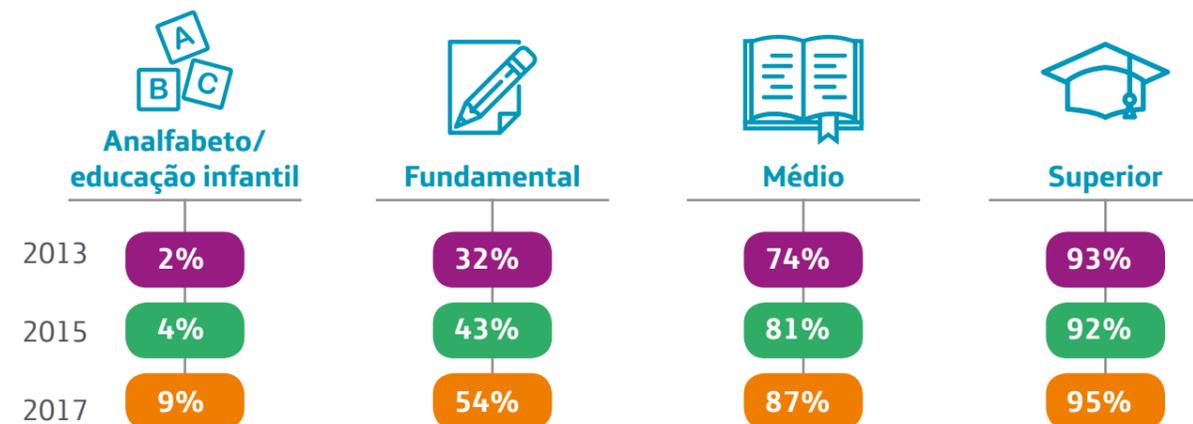
Fonte: CGI.br/NIC.br, Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2013, 2015 e 2017.



Nos dados da pesquisa TIC Domicílios, entendemos por indivíduos conectados aqueles que declararam ter acessado a internet nos últimos três meses.

Quando observamos por região do país, notamos que o acesso à internet ainda não é igualmente distribuído, mas é possível perceber um crescimento geral na proporção de pessoas que se conectaram nos últimos três anos: nas regiões Norte e Nordeste, avançaram de quatro a cada dez pessoas em 2013 para seis a cada dez em 2017.

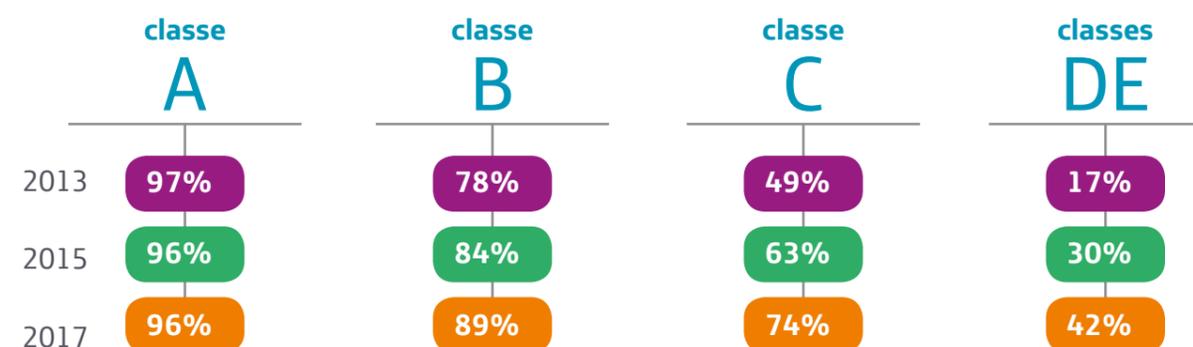
Indivíduos conectados no Brasil – por grau de instrução



Fonte: CGI.br/NIC.br, Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2013, 2015 e 2017.

Ao considerar o acesso da população por grau de instrução, também notamos uma tendência à democratização: em 2013, três de cada dez pessoas com ensino fundamental eram conectadas; em 2017, passaram a ser cinco de cada dez.

Indivíduos conectados no Brasil – por classe social



Fonte: CGI.br/NIC.br, Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2013, 2015 e 2017.

Verificamos que, em um período de cinco anos, houve um grande aumento do acesso à internet nas classes DE, passando de dois a cada dez indivíduos conectados para quatro a cada dez.

Em resumo, o contexto brasileiro ao longo desses cinco anos foi de movimentação para a ampliação do acesso à internet entre determinados segmentos da população. E esse alargamento precisava ser trazido para a nova edição do Juventudes e Conexões.

Ampliação do público da pesquisa

Para acompanhar essas transformações socioeconômicas e tecnológicas que impactam a vida da população brasileira (e do mundo), em especial o público jovem, que é cada vez mais plural e conectado, buscamos formas de manter o estudo dinâmico e articulado com o espírito do tempo.

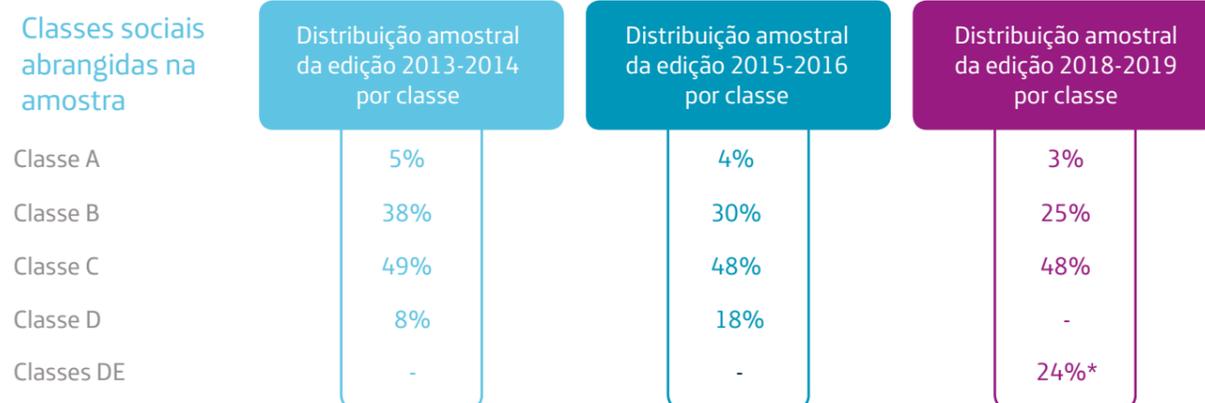
Esse movimento já esteve presente entre a primeira (2013-2014) e a segunda edição (2015-2016), quando mudamos a faixa etária de jovens abrangidos pela pesquisa, estendendo de 16 a 24 anos para 15 a 29 anos, considerando a aprovação do Estatuto da Juventude (Lei nº 12.852/2013). Essa mudança alinhou o estudo a um debate mais amplo na sociedade brasileira sobre juventudes. Além disso, permitiu um alargamento da abrangência da investigação, ainda que o recorte de público para jovens conectados não garanta representatividade de toda a população jovem brasileira.

Considerando que a pesquisa, desde sua primeira edição, já abrangia um olhar para todas as regiões do país e que a escolaridade é relativamente homogênea na faixa etária investigada, fazia sentido, nesta terceira edição, acompanhar a evolução do acesso a partir de uma atualização das classes sociais abrangidas pelo estudo.

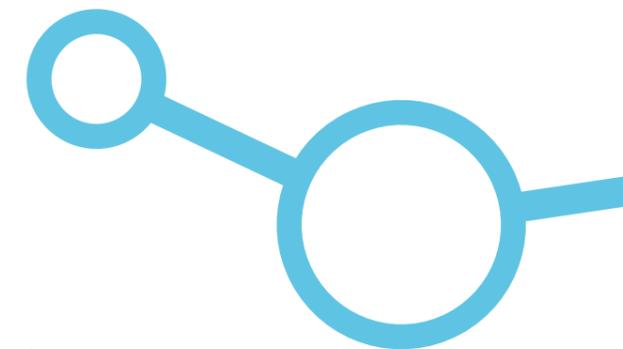
Como vimos nos dados da TIC Domicílios, em 2013, quando o estudo foi concebido, a quantidade de jovens conectados de classes DE era pequena se comparada às demais classes. Isso fez com que a amostra do Juventude Conectada fosse dividida entre as classes A, B, C e D, sem contemplar a classe E. Em 2018, tendo em vista esse movimento de inclusão, não era mais possível produzir uma pesquisa nacional amostral sem incluir a classe E como público pesquisado. Assim, a amostra do Juventudes e Conexões passou a contemplar as classes A, B, C, DE*.

Veja nas páginas 14 e 15 deste mesmo capítulo.

Distribuição da amostra da etapa quantitativa do Juventudes e Conexões – por classe social



*As classes sociais, em pesquisas de opinião pública e de mercado, costumam ser identificadas a partir do Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB), desenvolvido pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa. Nessa categorização, os estratos socioeconômicos consideram sempre como uma categoria única as classes D e E. Conheça mais sobre o CCEB: <http://www.abep.org/criterio-brasil>.



Escolhas metodológicas

Ainda com a intenção de acompanhar as mudanças nos usos das tecnologias por jovens ao longo dos anos, vimos a necessidade de alterar e/ou adaptar alguns caminhos metodológicos do estudo.

Monitoramento da navegação

Um dos métodos que perdeu sua relevância no percurso do trabalho foi o *e-meter*. Em 2013-2014, o então inovador medidor do IBOPE Inteligência – que pela primeira vez era utilizado em uma pesquisa do setor social – monitorava os sites e os tempos de navegação de dez jovens a partir de uma extensão no navegador de computadores (notebook ou desktop). Ao repetir esse método em 2015-2016, já no início da segunda edição, percebemos uma mudança: tivemos dificuldade de encontrar jovens que tinham a maior parte das suas atividades realizadas no computador. Isso foi demonstrado, posteriormente, pelos dados da pesquisa daquele ano, que apontava o celular como principal aparelho para usar a internet (94%).

Como resultado dessa tendência, que só cresceu nos últimos anos, decidimos não usar mais o *e-meter*, que rapidamente ficou obsoleto para o tipo de dado que nosso estudo busca construir. Afinal, se queremos traçar um panorama representativo da população jovem do Brasil, não faz mais sentido nos apegarmos a um método que não dialoga com o contexto atual de conectividade móvel.

Esse processo nos levou a mudar também uma importante perspectiva da pesquisa: em vez de saber por onde navegam e por quanto tempo, agora buscamos saber o que estas conexões têm gerado para esses jovens.

Participação dos jovens no estudo

Outra perspectiva metodológica que foi revista nesta edição diz respeito à inclusão de jovens com papel mais ativo no estudo. Na primeira edição, a pesquisa seguiu um perfil tradicional de produção de conhecimento, dividindo-se entre pesquisadores e público pesquisado. É comum que estudos não considerem o público pesquisado nem mesmo entre os consumidores dos dados, menos ainda como produtores do conhecimento. Porém, ao longo da linha do tempo do estudo, buscamos cada vez mais construir um trabalho que tivesse sentido para jovens, e principalmente em conjunto com eles próprios. Para nós, esse princípio se concretizou na criação de espaços de participação ativa deles no próprio desenvolvimento da pesquisa, com métodos de construção coletiva.

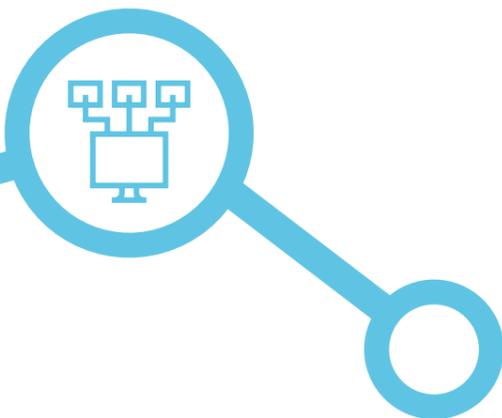
A preocupação com a presença de jovens como produtores de conhecimento na pesquisa passou a ser uma premissa do estudo na segunda edição, quando incluímos a metodologia de PerguntAção. Em 2015-2016, um grupo de jovens pôde desenvolver sua própria consulta participativa de opinião, investigando quem seria o que chamávamos de “hiperconectados”. Esse processo ocorreu paralelamente aos levantamentos quantitativos e qualitativos realizados pelo IBOPE Inteligência e pelo Instituto Paulo Montenegro.

Para a presente edição, colocamos para nós mesmos o desafio de contemplar a participação de jovens em todo o processo da pesquisa, mais uma vez a partir de uma PerguntAção. Por meio de chamada pública nas redes sociais e com o apoio dos parceiros, constituímos um grupo bastante heterogêneo, com jovens de sotaques, orientações sexuais, identidades de gênero, áreas de interesse, idades e grau de instrução diferentes, representando as cinco regiões do país. Chamamos esses participantes ativos de **jovens consultores**.

Eles encontraram-se presencialmente, mantiveram contato por redes sociais, debateram seus pontos de vistas com **consultoras e especialistas**, ajudaram em nossas decisões sobre os direcionamentos da pesquisa, apoiaram a construção de instrumentais, analisaram conjuntamente os resultados de cada etapa e pensaram estratégias de divulgação do estudo para as juventudes. O olhar desses **jovens consultores** foi essencial não só para trazer mais legitimidade e relevância ao projeto, mas também para a compreensão mais ampla dos resultados por parte das instituições e pessoas envolvidas. Eles mudaram a forma como analisamos os dados e nos nortearam sobre como divulgar os resultados desta edição.

Assim, de uma participação pontual e focada em uma etapa paralela, ampliamos a inserção da participação de jovens ao longo do corpo central da pesquisa, culminando nesta edição que foi construída de forma totalmente colaborativa em todas as suas etapas.

Entenda mais sobre a metodologia no capítulo 2, página 22.



Novo nome: Juventudes e Conexões

Um dos principais desdobramentos desse processo de ampliação de escuta (alargamento da faixa etária e inclusão da classe E na amostra) e participação (com a presença constante de **jovens consultores e especialistas**) foi a necessidade de rever o próprio nome do estudo.

Inicialmente chamado de Juventude Conectada, a cada nova edição observávamos o aumento da necessidade de um nome que fosse mais abrangente. A mudança do nome partiu de uma demanda que surgiu nas discussões entre os diferentes atores que contribuíram com a construção coletiva deste estudo, já desde a segunda edição e que se fortaleceu nesta terceira. As análises nos levavam constantemente à conclusão de que era impossível se referir a jovens como uma unidade no singular, “Juventude”, pois não refletia a pluralidade de jovens, “Juventudes”, portanto.

Jovens também trouxeram a reflexão de que a palavra “conectado” deveria ganhar um sentido mais amplo do que uma forma de acessar a internet. Para eles, deveriam ser consideradas no estudo todas as formas de conexão que estão disponíveis para essa geração, fossem elas online ou offline. A conectividade deveria ser referenciada como algo muito mais amplo, o que nos permitiria compreender que a internet já é parte das vidas dessa geração e intermedeia as relações pessoais, profissionais, com serviços, mesmo em contextos com acesso mais restrito. Por isso o termo “conexões” faria mais sentido dentro deste olhar.

Aliando esses dois conceitos na busca de melhor traduzir nosso foco de estudo, e o universo amplo e diverso do público jovem, foi escolhido coletivamente o novo nome deste estudo, que a partir desta terceira edição passa a se chamar: Juventudes e Conexões.

Série histórica

Apesar de todas essas mudanças, nós nos preocupamos em manter uma linha comum entre todas as edições, para que seja possível fazer comparativos dos resultados ao longo do tempo.

Algumas perguntas têm sido mantidas desde 2013 até 2018, permitindo uma leitura longitudinal de determinados hábitos e percepções de jovens sobre os usos da internet e das tecnologias digitais. Assim, a cada atualização do estudo não produzimos uma edição que começa do zero, mas sim uma continuidade histórica das produções anteriores, revisadas e com processos metodológicos adequados ao contexto.

Além de apresentar os resultados comparativos ao longo dos próximos capítulos, no final desta publicação, anexamos o questionário utilizado, apontando quais foram as alterações e acréscimos em relação à edição anterior.



2



Etapas do estudo

No estudo Juventudes e Conexões, combinamos múltiplas metodologias para mapear comportamentos, atitudes e percepções de jovens que vivem no Brasil em relação à internet e às tecnologias digitais. Conheça o passo a passo de construção desta edição, que foi realizada entre julho de 2018 e junho de 2019.

Etapas do estudo

Julho de 2018

Workshop de criação coletiva

Convidamos 12 **especialistas** para colaborarem com o desenho do estudo, ao lado das quatro **consultoras** e equipes de pesquisa. Em um encontro de oito horas, todos refletiram e problematizaram o contexto brasileiro, tendo em vista os avanços e desafios das áreas de tecnologia, juventudes, educação, empreendedorismo, comportamento e participação social, desde a segunda edição do estudo (2015-2016) até a data do workshop. A partir das discussões, sugeriram abordagens para esta edição, sabendo que a síntese do workshop seria analisada posteriormente por um grupo de jovens.

Novembro de 2018

Grupos de discussão

Na etapa qualitativa da pesquisa, realizamos dez grupos de discussão, com oito a 12 jovens de 15 a 29 anos cada. Mediados por uma moderadora e com o roteiro de questões indicadas por **especialistas** e **jovens consultores**, eles dialogaram sobre a relação que têm com as tecnologias digitais, trazendo seus argumentos sobre influências e práticas. Para representar todas as regiões do Brasil, os grupos de discussão foram realizados em cinco capitais, sendo cinco deles presenciais, com jovens de classes C e DE e cinco online, com jovens de classes A e B.

Setembro de 2018

Oficina inicial de PerguntAção

Reunimos 19 **jovens consultores**, de 15 a 29 anos, vindos de todas as regiões do Brasil, em uma oficina de PerguntAção, uma metodologia que promove a construção participativa de pesquisas de opinião e une pessoas de diferentes perfis para produzir conhecimento e criar ações para seus contextos. Com o objetivo de envolver o próprio público do estudo no desenho de suas etapas, mediamos oito horas de discussões desses jovens para aprofundar as reflexões em torno dos quatro eixos, validar as abordagens sugeridas pelos **especialistas**, indicar as temáticas com mais sentido para o universo jovem e criar coletivamente as perguntas.

Novembro e dezembro de 2018

Pesquisa quantitativa amostral

Entrevistamos 1.440 jovens de 15 a 29 anos, das classes A, B, C, DE e internautas, ou seja, que acessaram internet nos últimos três meses, semanalmente. Para identificar e medir a frequência de determinados comportamentos, atitudes e motivações, produzimos um questionário a partir das sugestões de **especialistas** e **jovens consultores**, que foi aplicado por meio de um tablet, em que os participantes respondiam por autopreenchimento com apoio de um entrevistador profissional.

Abril de 2019

Oficina final de PerguntAção

Com resultados das etapas quantitativa e qualitativa em mãos, reunimos novamente os 19 **jovens consultores**, em uma oficina de oito horas, para produzir uma análise coletiva dos dados e percepções representativas de jovens de todo o país. As leituras realizadas agregaram ao estudo a visão das próprias juventudes sobre as descobertas da pesquisa.



Fevereiro de 2019

Entrevistas em profundidade

Após concluídas as etapas de pesquisa com jovens, compilamos os dados qualitativos e quantitativos e apresentamos individualmente aos **especialistas** os principais resultados. Abrimos o diálogo para que contribuíssem, a partir de suas experiências e perspectivas, com as análises e leituras dos resultados revelados pela pesquisa com o público jovem.

Abril de 2019

Workshop de encerramento

Promovemos um último encontro de oito horas, colocando em diálogo **especialistas, jovens consultores, consultoras** e as equipes de pesquisa. Conversamos, trocamos impressões, analisamos coletivamente algumas conclusões do estudo e fizemos projeções de oportunidades e desafios para o futuro da cultura digital entre jovens no Brasil.

3



Quem participou do estudo e seu perfil

Como um estudo composto por diversas etapas de construção coletiva e métodos mistos, várias pessoas foram atuantes ao longo do planejamento, desenvolvimento e análise do Juventudes e Conexões. Convidamos para colaborarem com essa produção de conhecimento, além das **consultoras** temáticas, um conjunto de **especialistas** vinculados às áreas de juventudes e tecnologias e um grupo de **jovens consultores**, cujas trajetórias apresentamos a seguir.

Aqui também incluímos informações sobre os perfis de jovens que participaram das etapas quantitativa e qualitativa de pesquisa, cujas percepções estão analisadas ao longo desta publicação.

Quem participou do estudo e seu perfil

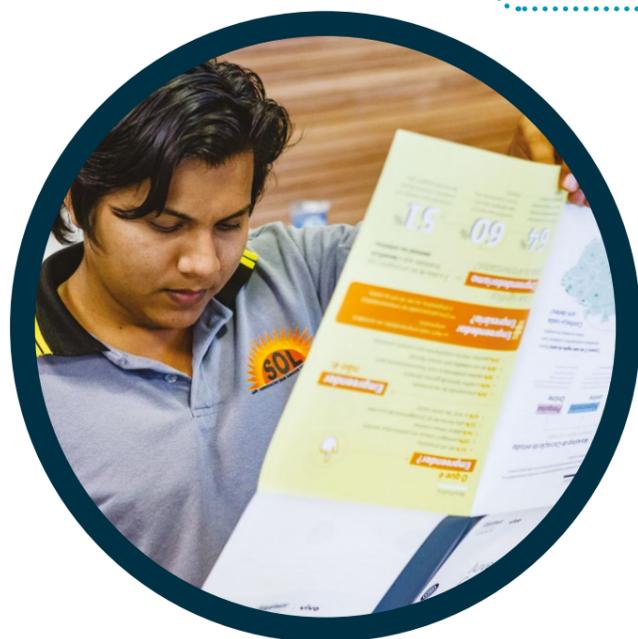
Etapas de construção coletiva

Nesta terceira edição, todo o processo de realização do estudo foi acompanhado de perto por pessoas com experiências nas áreas de educação, empreendedorismo, comportamento ou participação social, além de juventudes e/ou tecnologias digitais. Contamos com três perfis de colaboração:

Veja todas as etapas percorridas no capítulo 2, página 22.

Consultoras

- 4 mulheres com experiências nos eixos do estudo
- **Contribuições:** construção das áreas de abordagem da pesquisa, dos instrumentais de coleta de dados quantitativos e qualitativos, apoio às análises e escrita de artigo na publicação
- **Etapas:** workshops de criação coletiva e de encerramento; oficinas inicial e final de PerguntAção; reuniões de aprendizagem entre equipes



Jovens consultores

- 19 jovens (2 ou 3 representantes por região do país)
- **Contribuições:** aprofundamento sobre experiências com o mundo digital, validação de instrumentais de coleta de dados, apoio às análises e sugestões sobre pertinência do estudo a outros jovens
- **Etapas:** oficinas inicial e final de PerguntAção; workshop de encerramento; conversas por grupo de WhatsApp
- **Ao longo de toda a publicação** as falas deles estarão representadas por []



Especialistas

- 12 profissionais ou ativistas que atuam nos temas do estudo
- **Contribuições:** leitura crítica do contexto, indicações de abordagens, apoio às análises e sugestões sobre pertinência do estudo aos seus campos de atuação
- **Etapas:** workshops de criação coletiva e de encerramento; entrevistas em profundidade
- **Ao longo de toda a publicação** as falas deles estarão representadas por []



Consultoras

As **consultoras** foram responsáveis pela escrita dos artigos que acompanham os capítulos com os dados do estudo. Para construir esse conhecimento, participaram de todas as etapas que constituem essa pesquisa e mantiveram contato contínuo com as equipes da Rede Conhecimento Social, IBOPE Inteligência e Fundação Telefônica Vivo.

Conheça as **consultoras** da terceira edição do Juventudes e Conexões:



Eixo: Educação
Tatiana Klix Pereira

Jornalista formada pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Tatiana já atuou como repórter e editora no Grupo RBS e editora de educação no portal iG. Atualmente, é diretora do Porvir (porvir.org), iniciativa de comunicação e mobilização que realiza mapeamento e difusão de referências sobre tendências em educação. Com a missão de inspirar inovações para a educação brasileira, Tatiana cria estratégias de comunicação e mobilização social para a causa, facilita conversas e oficinas e produz conteúdos sobre o tema. Também é cofundadora do Quero na Escola, uma plataforma que conecta a sociedade à escola, dando protagonismo para estudantes escolherem o que querem aprender além do currículo. Além disso, é colaboradora do Canal Futura e integrante do conselho da Jeduca (Associação de Jornalistas de Educação).



Eixo: Empreendedorismo
Lílian da Silva Botelho

Pedagoga formada pela Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) e especialista em Elaboração em Projetos pela Fundação Dom Cabral, Lílian atualmente é mestranda em Administração pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG). Coordena o Centro [Sebrae de Referência em Educação Empreendedora \(CER\)](#), uma iniciativa do Sebrae para fomentar a Educação Empreendedora a partir de produção e compartilhamento de estudos, pesquisas e ferramentas. A partir de eventos, grupos, comunidades de prática e outras formas de compartilhar conhecimento, o CER pretende ser uma ponte entre o universo acadêmico e o mercado. Lílian também atua no “Sebrae DELAS”, programa de aceleração de ideias e negócios liderados por mulheres.



Eixo: Comportamento
Helena Wendel Abramo

Graduada em Ciências Sociais e mestre em Sociologia pela Universidade de São Paulo (USP), Helena tem prestado assessoria e consultoria no tema da juventude para grupos, movimentos sociais, organizações da sociedade civil e órgãos públicos, bem como participado de pesquisas sobre o universo juvenil há mais de 30 anos. Trabalha desde 1991 na Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo, já foi Assessora da Comissão Extraordinária Permanente da Juventude na Câmara Municipal de São Paulo, além de Coordenadora-geral de Políticas Setoriais na Secretaria Nacional de Juventude. Entre as publicações estão os livros: *Cenas Juvenis: punks e darks no espetáculo urbano* (1994), *Retratos da Juventude Brasileira: análises de uma pesquisa nacional* (2005), *Agenda Juventude Brasil: leituras sobre uma década de mudanças* (2016) e, recentemente, *O trabalho juvenil na agenda pública brasileira: avanços, tensões, limites* (2018).



Eixo: Participação social
Rita de Cássia Alves Oliveira

Doutora em Antropologia, Rita faz parte do Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais e do Departamento de Antropologia da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Fez pós-doutorado no Programa Postdoctoral de Investigación en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud do Conselho Latino-americano de Ciências Sociais (CLACSO) e participa da rede internacional de pesquisadores do grupo técnico do CLACSO “Juventudes, infancias: políticas, culturas y instituciones sociales en América Latina”, por meio do projeto de pesquisa “Genocídio juvenil”. Rita também integra os grupos de pesquisa “Imagens, metrópole e culturas juvenis” do CNPq e “Jovens/juventudes: políticas públicas e formas de participação cultural, política e comunicacional”. Rita estuda, na Antropologia Visual, a fotografia e a arte do ponto de vista da cultura e do cotidiano. Dedicar-se também à docência e pesquisa sobre a cultura digital e os usos das tecnologias digitais de comunicação.

Jovens consultores

O processo de seleção desses jovens aconteceu por meio de uma campanha aberta de inscrição pelas redes sociais e indicações de instituições parceiras. Para compor um grupo diverso, usamos como critérios: região de residência, idade, raça/cor, orientação sexual, temas de interesse e média de conectividade - que medimos por meio de algumas perguntas simples sobre suas rotinas.

Conheça os e as **jovens consultores** que participaram desta edição:



Norte



Rael Marinho Ferreira

Macapá/AP

"Tenho 26 anos e moro na comunidade Campina de São Benedito, na zona rural do município de Macapá, capital do Amapá. Sou professor formado em Pedagogia e pós-graduando em Educação Especial e Inclusiva. Gosto muito de ler e sou voluntário há 10 anos na ONG Vagalume. Amo minha comunidade e amo fazer parte de projetos sociais e tudo que está relacionado à educação."



Rafael Maciel

Santarém/PA

"Sou de Santarém, cidade no oeste do Pará, e tenho orgulho de ser amazônica. O lugar onde cresci é o meu diferencial, o fato de ter passado pelo Projeto Sol e todas as pessoas que pude conhecer lá e as experiências que o projeto me proporcionou me ajudaram a ser quem sou."



Miguel das Mercês

Ananindeua/PA

"Tenho 24 anos, sou de Ananindeua, município da região metropolitana de Belém do Pará. Estou quase me formando em Engenharia Cartográfica e de Agrimensura pela Universidade Federal Rural da Amazônia. Sou também Gestor de Projetos e de Comunicação na instituição Junior Achievement Pará e, ainda, Consultor Trainee em Planejamento Estratégico Institucional na Tzu Consultoria. Eu me orgulho de trabalhar com educação empreendedora para jovens estudantes de escolas públicas, compartilhando os meus conhecimentos e contribuindo para que tenham um futuro melhor."

Nordeste



Alice Bezerra

São Sebastião do Umbuzeiro/PB

"Tenho 18 anos e nasci em Brasília (DF). Atualmente moro no interior da Paraíba, em uma cidade chamada São Sebastião do Umbuzeiro. Sou estudante, participo de projetos sociais como voluntária e integro o projeto NUCA (Núcleo de Cidadania dos Adolescentes), do selo UNICEF."



Leonardo Ventura de Figueiredo

Recife/PE

"Nasci em Arcoverde (PE), mas há alguns anos moro em Recife. Tenho 27 anos, formado em Direito e já atuo como advogado. Sou articulador do selo UNICEF no município de São Sebastião do Umbuzeiro, na Paraíba."



Mateus Henrique Gonzaga

Fortaleza/CE

"Sou de Fortaleza (CE), tenho 24 anos e sou estudante de Ciências da Computação. Moro no bairro Conjunto Palmeiras, que a Prefeitura de Fortaleza considera o bairro mais pobre da cidade. Sou cofundador do Palmaslab, um laboratório de inovação e pesquisa que se dedica a trabalhar com o desenvolvimento de tecnologias e pesquisa no meu próprio bairro. Como sou apaixonado por tecnologias e trabalho social, tento juntar essas coisas tanto no Palmaslab quanto no meu dia a dia."



Natan Santos

Salvador/BA

"Tenho 19 anos e moro em Salvador, na Bahia. Mas nasci numa cidade pequena chamada Monte Santo (BA). Sou estudante universitário, cursando Publicidade, e trabalho com telemarketing. Atualmente invisto em meu grupo de dança e tenho muito orgulho de ser comunicativo."

Centro-Oeste



João Guilherme Medeiros Leite

Cuiabá/MT

"Tenho 17 anos, moro em Cuiabá (MT) e sou estudante do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Estado de Mato Grosso, campus Cuiabá. Graças à minha participação nesta pesquisa, hoje sou um dos pesquisadores do programa "Leaders of Tomorrow", da Universidade de Cambridge."



Hemily Correa

Cáceres/MT

"Nasci e cresci em Cáceres (MT), tenho 22 anos. Sou formada em Ciências Contábeis pela Universidade do Estado de Mato Grosso e atualmente sou técnica administrativa na própria instituição. Fui bolsista de pesquisa e extensão universitária em Economia Solidária e, posteriormente, participei do programa Células Empreendedoras. Em toda a jornada acadêmica fiz parte do movimento estudantil e permaneço nas lutas sociais pela educação."

Sul



Vita Pau Brasil

Porto Alegre/RS

"Sou uma pessoa transvestigenera de 22 anos, natural de Manaus (AM) e filha do mundo. Criativa, tento me movimentar entre os meus diversos interesses, principalmente em ações e trabalhos que versem sobre raça, gênero, sexualidade e direitos humanos. Durante a pesquisa vivia em Porto Alegre (RS) e atualmente resido em São Paulo, me dedicando à realização de projetos com juventudes e iniciando uma investigação no campo das artes."



Lorian Moreira de Toledo

Florianópolis/SC

"Tenho 25 anos e nasci em São José do Rio Preto (SP). Hoje em dia moro em Florianópolis (SC), trabalho com design gráfico e digital e direção de arte. Estou à frente da iniciativa 'Compro de quem faz das minas Pelotas', uma página de Facebook que incentiva o trabalho autoral feminino e rede de contatos da região. Algo que marcou minha trajetória foi ter conseguido passar pelas dificuldades de sair de uma cidade pequena do interior, fazer faculdade de Design longe e hoje atuar na minha área, provendo meu sustento e vivendo sozinha, sendo realmente uma vitória para mim!"



Willian Barros

Londrina/PR

"Tenho 27 anos e atualmente moro em Uruguaiana, no Rio Grande do Sul. Sou Engenheiro Mecânico de formação e sócio proprietário da SB Consultoria, de Gestão Empresarial. Sou apaixonado pela natureza e pelas novas formas e estudos sobre a regeneração do meio ambiente como a Permacultura e a Agroecologia."

Sudeste



Ana Beatriz Rodrigues Sousa

Belo Horizonte/MG

"Nasci em Minas Novas, cidade no interior de Minas Gerais, mas atualmente moro em Belo Horizonte."

Sou graduanda no curso de Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, militante do Movimento de Mulheres Olga Benário e coordenadora da Casa de Referência da Mulher Tina Martins. A coisa de que mais me orgulho são os trabalhos que desenvolvo dentro da Casa Tina Martins, além de desenvolver e coordenar núcleos de discussão sobre feminismo e educação dentro da universidade."



Renata Borges

São Paulo/SP

"Sou de São Paulo (SP) e tenho 29 anos. Sou Psicóloga e professora especializada em Desenvolvimento de Pessoas, com diploma de Master Coach/PNL. Também atuo como Mentora de carreiras e sou pós-graduada em gestão de Recursos Humanos, Gestão de Projetos e Ensino e Aprendizagem na educação de jovens e adultos. Acredito que a educação é capaz de transformar o mundo e tenho muito orgulho em fazer parte disso."



Yasmin de Souza Oliveira

São Paulo/SP

"Tenho 17 anos e sou de São Paulo, capital. Estou no último ano do ensino médio. Algo de que me orgulho é minha forma de sempre buscar o lado bom de todas as situações, independentemente de qual for!"



Flora Beatriz do Patrocínio

São Paulo/SP

"Sou paulistana, tenho 20 anos, pedagoga de formação e estudante de Gestão Pública. Amo estudar, amo me sentir participante ativa na mudança do mundo. Se eu pudesse abraçaria os quatro cantos do mundo e mais um pouco. Adoro estar conectada com pessoas e lutar pelas coisas em que eu acredito!"



Pablo Oliveira Amorim da Silva

São Paulo/SP

"Tenho 17 anos e sou de São Paulo (SP). Eu sou meio quieto e reservado, mas tenho opiniões consistentes sobre jovens de hoje em dia, em questão de educação e outros temas. Gosto muito de jogar bola e fazer esportes radicais."



Gabriela Conde Ruiz

São Paulo/SP

"Tenho 20 anos e sou moradora da zona leste de São Paulo. Conectada desde que me conheço por gente, com gente daqui e de lá, de vários cantos do Brasil. Qualquer lugar que seja diferente do meu, qualquer lugar e qualquer alguém que tenha algo a acrescentar, seja bom, ruim ou sei lá."



Eduardo de Freitas Toledo Júnior

São Paulo/SP

"Sou natural de São Paulo e tenho 20 anos. Tudo nesse mundão lindo e ligado às expressões artísticas me atrai, desde negócios artísticos inteligentes até um cartaz colado na rua, que paro para olhar. Eu me orgulho de tentar abrir os olhos das pessoas para novas realidades por meio do meu trabalho (desenvolvimento de produto) e dos meus hobbies."

Especialistas

Foram convidados 12 **especialistas** para aprofundar o debate dos eixos desenvolvidos no estudo: educação, empreendedorismo, comportamento e participação social.

Saiba um pouco mais sobre esses **especialistas**:

Eixo: Educação



João Alegria
(Canal Futura)

Doutor em Educação, interessa-se pelos territórios híbridos que conectam a educação e a escola com a comunicação e as tecnologias. Já atuou em todos os níveis do universo da educação, da educação infantil à pós-graduação, sempre com um “pé” na escola e outro na comunicação. É também profissional do audiovisual, tendo sido autor e diretor de muitos programas de TV. Atualmente, João dirige o Canal Futura, da Fundação Roberto Marinho, e leciona no Curso de Design em Mídias Digitais da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ).



Mariana de Lima
(Conselho Jovem do Porvir)

De Campo Grande (MS), Mariana tem 17 anos e é Conselheira Jovem de educação do Porvir e Líder Jovem reconhecida pela Latin American Leadership Academy (LALA). Sentiu-se honrada em contribuir com um estudo como o Juventudes e Conexões por poder representar jovens do seu estado e incluir a voz deles a partir da sua participação. Acredita que ações assim reforçam o empoderamento juvenil no país, incentivando jovens a lutarem por seus direitos.

Eixo: Empreendedorismo



Danielle Esli
(Infopreta)

Administradora da Infopreta, a primeira empresa de reparos e serviços tecnológicos que conta apenas com mulheres negras, LGBT, transexuais e travestis no Brasil. Formanda em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Paulo.



Helena Singer
(Ashoka)

É líder da Estratégia de Juventude da Ashoka para a América Latina, colunista da Revista Nova Escola, membro do Conselho Municipal de Educação de São Paulo e do Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo (USP). Doutora em Sociologia pela USP, com pós-doutorado pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).



Hugo Kovac
(Projeto Abacaxi e 99jobs)

Formado em Administração pelo Insper, onde inclusive presidiu o Grupo de Ação Social. É também, há 10 anos, professor de Física e Química em projetos de ensino de jovens e adultos. Em 2017, foi eleito um dos 60 homens mais inspiradores do ano pelo Portal Papo de Homem por sua notável atuação social com o Projeto Abacaxi – de apoio ao nano empreendedorismo. Atualmente é sócio da Seed, CFO da 99jobs e membro do Conselho Alumni do Insper.

Eixo: Comportamento



Greta Lopes
(Atriz e produtora cultural)

Mestre em Artes pela Universidade Estadual Paulista (Unesp) na linha de processos educacionais e artísticos e criadora do Festival Periferia Trans. Foi gestora por oito anos de um Galpão Cultural na região do Grajaú (na capital paulista) e, atualmente, atua como produtora cultural e pesquisadora dos estudos de gêneros e sexualidades.



Gil Marçal
(Instituto Criar de TV)

Gil Marçal é gestor e produtor cultural com experiência em programas e políticas públicas de cidadania cultural. Foi coordenador do Programa VAI (Valorização de Iniciativas Culturais) que apoia projetos culturais de jovens e dirigiu a área de Cidadania Cultural da Secretaria Municipal de Cultura de SP. Foi chefe da Representação Regional do Ministério da Cultura em São Paulo e diretor de artes na Cidade de Osasco. Atualmente, é gerente de programa no Instituto Criar de TV, cinema e novas mídias.



Mário Volpi
(UNICEF)

Formado em Filosofia e mestre em Políticas Sociais pela Universidade de Brasília (UnB), iniciou sua atividade de educador de crianças e adolescentes em 1984, atuando em diferentes trabalhos com crianças afastadas de convivência familiar e em situação de rua. No Movimento Nacional dos Meninos e Meninas de Rua, trabalhou na mobilização pela aprovação do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e foi coordenador nacional por dois mandatos. Foi assessor do Instituto de Estudos Socioeconômicos (INESC) e, desde 1999, é oficial de projetos do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) no Brasil, onde coordena o Programa Cidadania dos Adolescentes.

Eixo: Participação social



Marcio Black
(Fundação Tide Setubal)

Produtor cultural, cientista político, coordenador de cultura da Fundação Tide Setubal e integrante da Bancada Ativista, pela qual foi candidato a vereador em 2016. Desde 2002, Marcio realiza festas de rua em São Paulo, o que o levou a produzir grandes eventos públicos como SP na Rua, Carnaval de Rua e Virada Cultural. É fundador do Coletivo Sistema Negro, que promove ações antirracistas na cidade.



Rogério da Costa
(PUC-SP)

Filósofo e Engenheiro de Sistemas. Atualmente, Rogério é coordenador do programa de pós-graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Também é coordenador do Laboratório de Inteligência Coletiva (LINC). É sócio da empresa NOX4Think, que presta consultoria em redes sociais e semiótica aplicada.

Generalistas

(especialistas que transitam pelos 4 eixos)



Natália Neris
(InternetLab)

Doutoranda em Direitos Humanos na Universidade de São Paulo (USP), mestra em Direito pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e bacharela em Gestão de Políticas Públicas pela USP. É pesquisadora do Núcleo de Direito e Democracia do Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebap) e do Grupo de Estudos e Pesquisas das Políticas Públicas para a Inclusão Social da USP. Hoje é coordenadora da área Desigualdades e Identidades do Internet Lab. É também coautora do livro *O Corpo é o Código: estratégias jurídicas de enfrentamento ao revenge porn no Brasil* (2016) e autora de *A voz e a palavra do Movimento Negro na Constituinte de 1988* (2018).



Vânia Correia
(Viração)

Jornalista, especialista em Comunicação, Mídias e Educação e mestranda em Políticas Públicas pela Universidade Federal do ABC (UFABC). Atuou como coordenadora de Projetos na Viração Educomunicação, organização da sociedade civil que trabalha na interface de comunicação e educação, com foco na promoção de direitos humanos de adolescentes e jovens.



Etapas de coleta de dados

Veja todas as etapas percorridas no capítulo 2, página 22.

O processo de construção coletiva foi importante para garantir aprofundamento, consistência e adequação de linguagem às etapas de coleta de dados utilizadas no estudo. Utilizando métodos mistos qualitativos e quantitativos, esta edição do *Juventudes e Conexões* promoveu a escuta de jovens, em todo o território nacional, em busca de conhecer mais sobre suas percepções e hábitos diante de tecnologias digitais. Antes de apresentarmos os resultados da pesquisa, trazemos o perfil de jovens participantes, que responderam às perguntas planejadas em conjunto com nossos diferentes colaboradores.

Método qualitativo: grupos de discussão

Foram realizados dez grupos de discussão com jovens entre 15 e 29 anos, selecionados por meio de recrutamento ativo para seleção aleatória de participantes de cinco capitais brasileiras: Belém, Recife, Brasília, São Paulo e Curitiba.

Subdivididos entre jovens mais novos, na faixa etária dos 15 aos 21 anos, e mais velhos, de 22 a 29 anos, procuramos formas de encontrar especificidades e tendências, tendo em vista as diferenças entre experiências de cada estágio de vida.

5 grupos presenciais com jovens de classes C, D e E, sendo 2 com participantes de 15 a 21 anos e 3 grupos de 22 a 29 anos.

5 grupos online com jovens de classes A e B, sendo 3 com participantes de 15 a 21 anos e 2 com idades de 22 a 29 anos.



Variações de perfil e estágios de vida



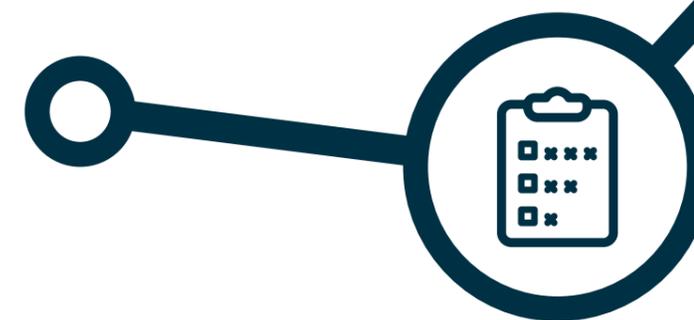
Faixa etária de 15 a 21 anos:

- Maioria de estudantes cursando ensino médio, alguns iniciando a faculdade.
- Poucos trabalham ou já trabalharam, alguns já tiveram experiência de venda de produtos pela internet.
- Majoritariamente são dependentes financeiramente e moram com os pais.



Faixa etária de 22 a 29 anos:

- Maior parte é estudante de nível superior, sendo que alguns já terminaram a faculdade.
- Maioria já trabalha: estágios, trabalhos fixos e alguns fazem bicos como autônomo.
- Grupo com maior concentração de pessoas com filhos e que moram junto com parceiros e/ou são casados.



Método quantitativo: pesquisa amostral nacional

Foram realizadas 1.440 entrevistas com jovens internautas de 15 a 29 anos, das classes A, B, C, D e E, em todas as regiões do Brasil. Consideramos internautas aqueles que acessaram a internet nos últimos três meses, com frequência de acesso semanal.

A amostra foi composta por diferentes perfis de juventudes e buscamos representar estatisticamente a população jovem brasileira, conforme os dados que apresentamos a seguir sobre os jovens entrevistados.

Perfil dos e das jovens respondentes

Quantos anos têm

Faixas de idade

A distribuição de faixas etárias da amostra de jovens participantes da pesquisa segue a proporção da população do país.



Onde vivem

Região	Entrevistados	Capital	Interior
Norte	200	130	70
Nordeste	195	110	85
Centro-Oeste	200	110	90
Sudeste	645	335	310
Sul	200	70	130



As capitais de cada região incluem os municípios de suas áreas metropolitanas, e o interior é representado pelas cidades de grande porte de cada estado.

As amostras desproporcionais são utilizadas quando precisamos ter representatividade de áreas que não teriam amostras suficientes, caso a alocação amostral fosse feita de maneira proporcional. A desproporção é um artifício estatístico que permite aumentar as amostras nas áreas de interesse sem que haja prejuízo para a leitura do total dos resultados. Isso acontece, pois, para a leitura dos totais, são calculados fatores de ponderação que fazem com que cada área, em relação ao total e às outras áreas, volte para a proporção original do universo. Dentro de cada área de interesse, a distribuição das cotas pode ser feita de maneira proporcional ou desproporcional. Apesar de estarmos utilizando uma amostra desproporcional entre áreas, podemos fazer a distribuição das cotas de forma proporcional. Dessa maneira, não é necessária a utilização de um fator de ponderação para corrigir a distribuição das cotas.

Como se definem

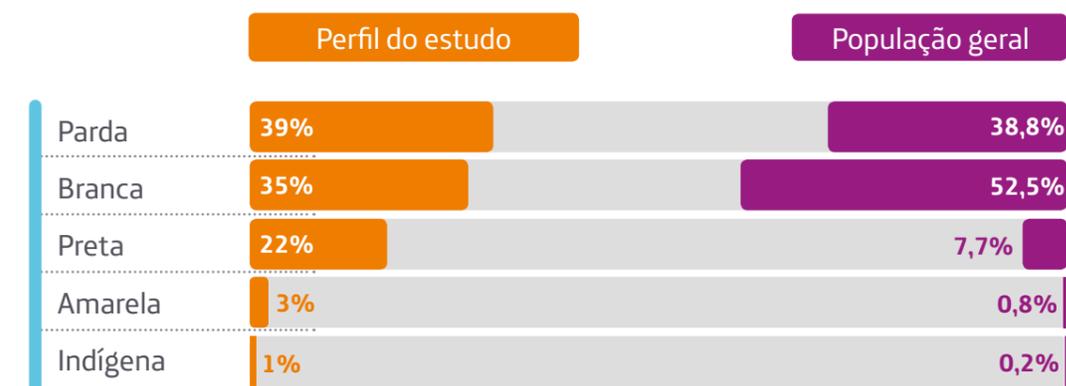
Sexo e gênero

	Sexo	Gênero com que se identifica
Feminino	50%	49%
Masculino	50%	49%
Não binário		2%

Esta é a primeira edição em que se perguntou aos jovens sobre qual sua identidade de gênero. A inclusão desta pergunta seguiu o debate bastante presente entre a população jovem sobre sexo, orientação sexual e identidade de gênero. O primeiro caso trata do sexo biológico, relacionado ao aparelho reprodutor, se feminino ou masculino. Já o segundo, orientação sexual, é sobre a relação afetivo-sexual que a pessoa estabelece com seu par (homo, hetero, bissexual etc.) e, por último, a identidade de gênero, que é como a pessoa se identifica. Há pessoas que se identificam com um gênero masculino ou feminino, mas há outras que não e por isso se consideram "não binárias".

Raça/cor

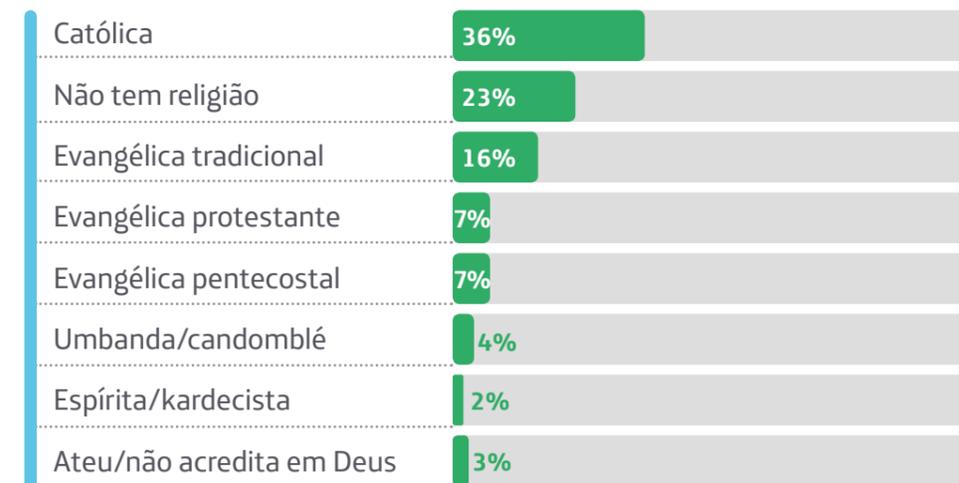
Quando observamos a forma como jovens entrevistados se identificam, vale considerar os dados relativos à raça da população brasileira em geral e da população com perfil semelhante ao do estudo, de jovens de 15 a 29 anos:



Fonte: População Brasileira e População Jovem (15 a 29 anos) internauta - PNADC 2016

A população negra ("preta" e "parda") representa 61% da amostra, uma quantidade maior do que a população brasileira em geral. Vale notar que um movimento de autoafirmação identitária tem ganhado crescente reverberação entre jovens, que promovem a valorização de trajetórias e, cada vez mais, jovens afrodescendentes declaram-se como pretos ou pardos.

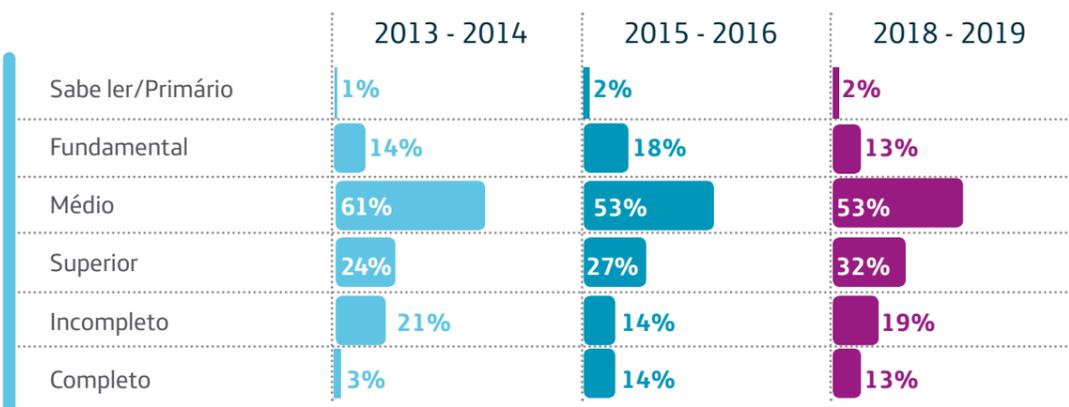
Religião



Em sua maioria declaram-se católicos (36%) e evangélicos (30%). Ao mesmo tempo, 23% dizem não ter religião, o que não significa que são ateus ou que não acreditam em Deus (3%).

O que fazem

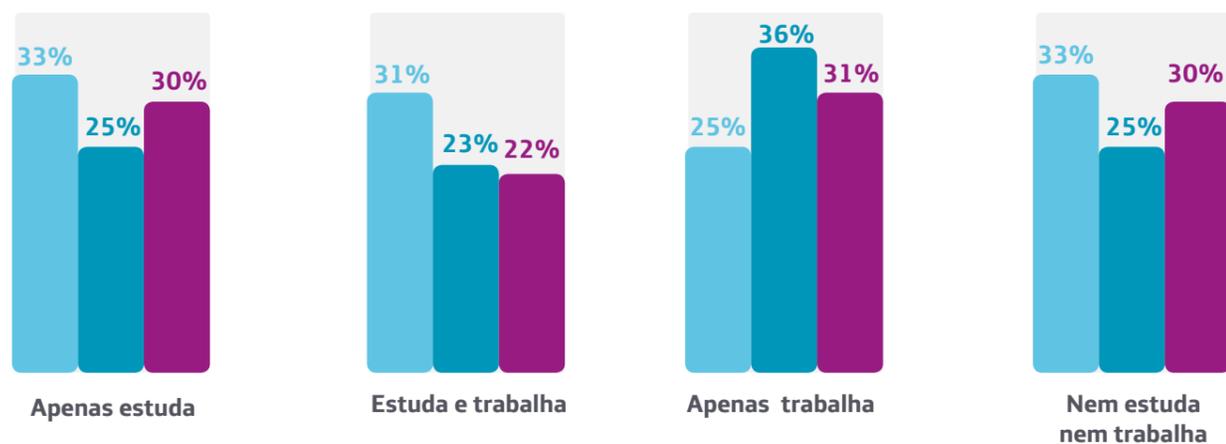
Escolaridade



Ao longo das edições, observa-se uma tendência de aumento de jovens no ensino superior.

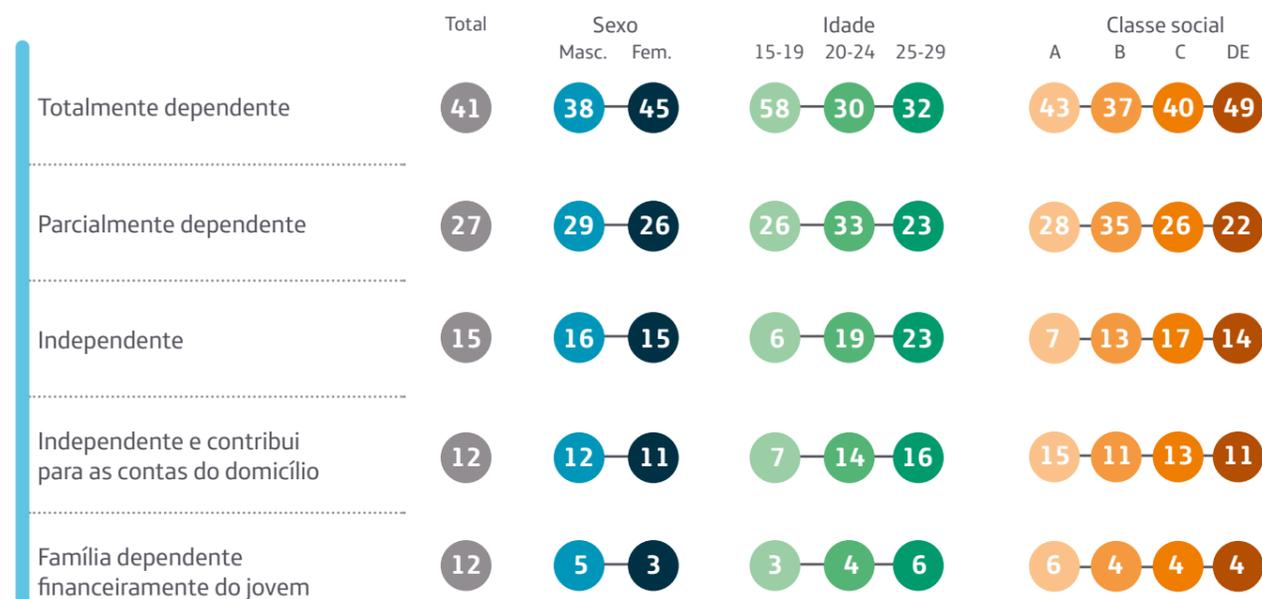
Ocupação

● 2013 - 2014 ● 2015 - 2016 ● 2018 - 2019



De 2015 para 2018 diminuiu o número de jovens que declaravam trabalhar e aumentou o número daqueles que nem estudam nem trabalham.

Participação de jovens na vida econômica do domicílio (%)



Fem. = Feminino | Masc. = Masculino

A maior parte dos jovens ainda não possui total independência financeira. Cerca de um terço deles tem sua própria renda e metade deles contribui com o orçamento do domicílio.

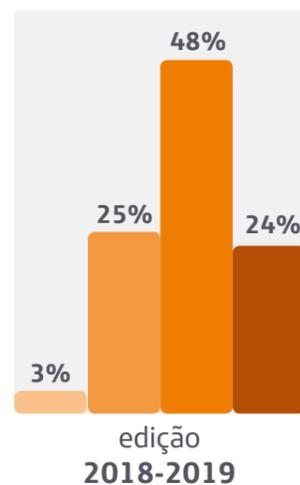
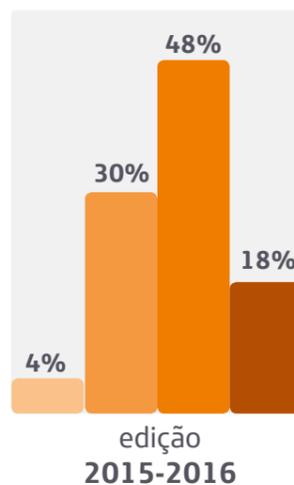
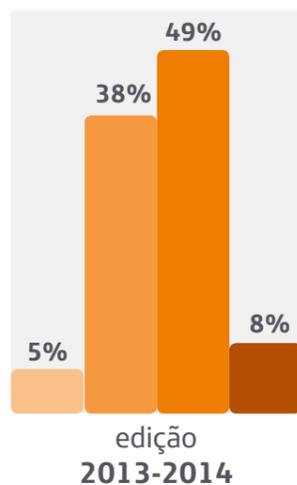
- Mulheres são mais "totalmente dependentes" do que homens.
- Classe C tem o maior número de "Independentes".



Como vivem

Classe socioeconômica

● A ● B ● C ● DE

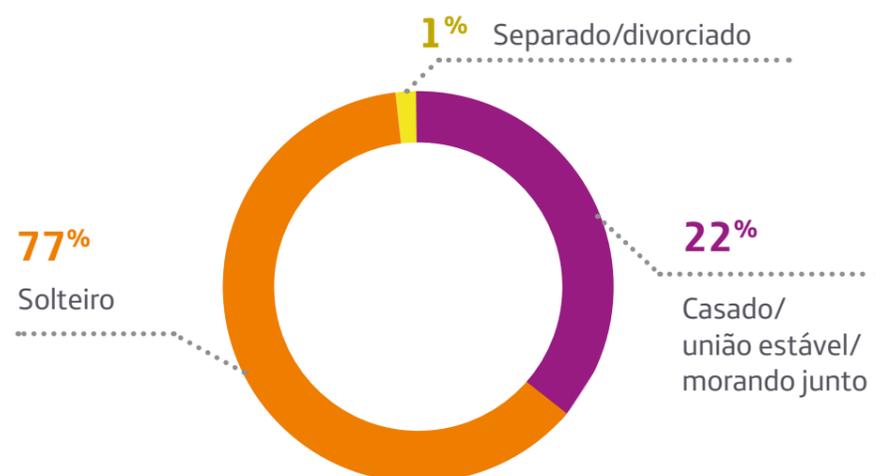


Como mencionado no **capítulo 1**, esta é a primeira edição em que foi possível incluir a classe E na composição da amostra de jovens conectados no Brasil. Na revisão do Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB) de 2015, foi observado que a classe E representava uma parcela muito pequena da população. Com o objetivo de dar mais robustez à sua estimativa, foi decidido juntar as classes D e E.

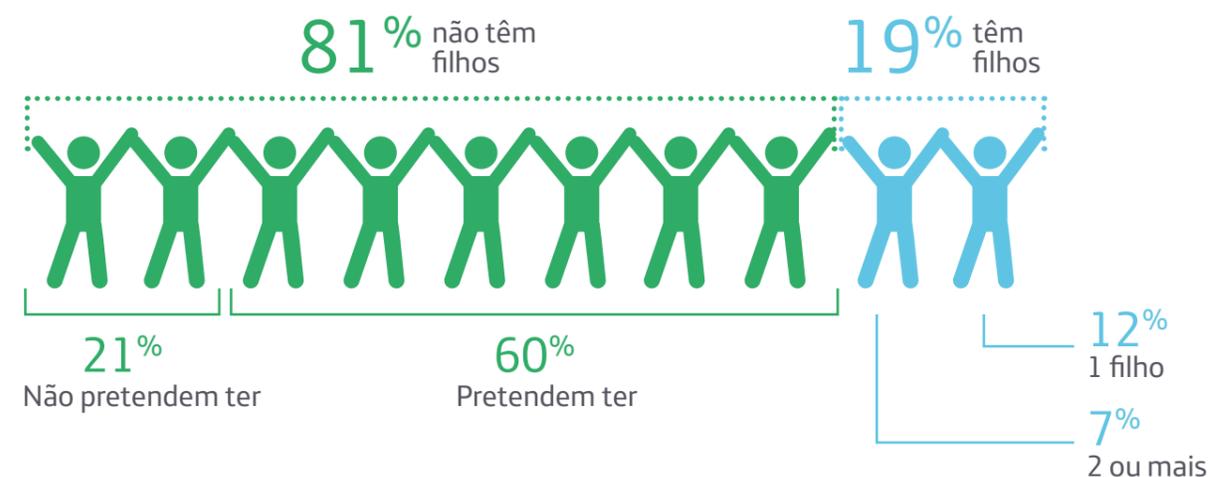
Com quem vivem

Status de relacionamento

Jovens que participaram da pesquisa são em sua maioria solteiros. Além disso, 35% são mães/pais solo (solteiros, divorciados ou viúvos).



Filhos



Jovens com 25 a 29 anos são os que mais têm filhos, assim como aqueles das classes C e DE.

	Total	Idade (%)			Classe socioeconômica (%)			
		15-19	20-24	25-29	A	B	C	DE
Tem filhos	19%	7	19	33	10	14	20	22
Não tem filhos	81%	93	81	67	90	86	80	78

Até aqui foi apresentado o perfil dos jovens participantes deste estudo. Importante ressaltar que nos próximos capítulos os dados trazidos pela pesquisa são proporcionais à população jovem brasileira internauta, ou seja, aquela que tem entre 15 e 29 anos e se conectou ao menos uma vez por semana à internet nos últimos três meses.



4

Acesso e atividades conectadas

O estudo Juventudes e Conexões tem como objetivo principal entender como jovens no Brasil percebem a relação da internet em suas vidas. Para compreender essa perspectiva, procuramos formas de produzir leituras contextualizadas que abordassem uma visão ampla sobre os usos que jovens fazem das tecnologias digitais.

Em um cenário cada vez mais conectado, levantamos quais dispositivos utilizam para acessar a internet, quais são as principais atividades que realizam e com que frequência.



Acesso e atividades conectadas

Buscamos com o Juventudes e Conexões, desde a primeira edição, compreender como jovens usam e se apropriam da internet, entendendo que essa relação é dinâmica e determinada pelo contexto e pelas condições de acesso a ela. Entre 2013 e 2015, verificamos mudanças na frequência de certas práticas, na migração dos aparelhos utilizados e na forma com que jovens se relacionavam com a ideia do que é “estar conectado”. Na segunda edição, aprendemos com jovens que as tecnologias digitais eram parte cada vez mais relevante de suas vidas, funcionando quase como uma extensão do próprio corpo. Em 2018-2019, **jovens consultores** não apenas confirmaram essa presença constante do universo digital em suas vidas, como nos reafirmaram que o online e offline já não são dissociáveis e, mais, não se pode falar em “entrar na internet”, pois não veem como seria possível “não estar dentro dela”.

O que então, para eles, é estar conectado? Propusemos essa reflexão aos **jovens consultores** e percebemos o quão ampla e significativa essa ideia pode ser.



O significado de “estar conectado”

- | | |
|------------------|---|
| Inspiração | Construção de realidades com impactos positivos |
| Interatividade | Equidade (acesso a todos) |
| Novas fronteiras | Defesa de direitos |
| Visão de mundo | |
| Século 21 | |
| Oportunidades | |
| Network | |

Essa abrangência e diversidade de entendimento do que é estar conectado nos provocou a trazer para a pesquisa um novo olhar, que contemplasse diferentes tipos de conexões, que vão além da internet, complementam-se e se integram.

Como jovens acessam a internet

Temos visto ao longo das edições que a migração dos equipamentos utilizados para acessar a internet vem moldando as atividades, as frequências e as interações das pessoas. Por isso, seguimos monitorando a evolução desses usos entre jovens, mantendo a lista de aparelhos atualizada conforme as experiências trazidas pelos **jovens consultores**.

Aparelhos usados para acessar a internet

	2013-2014	2015-2016	2018-2019	População brasileira usuária de internet*
Celular/smartphone	71%	94%	98%	96%
Computador de mesa	62%	37%	36%	30%
Computador portátil (notebook, laptop, netbook)	51%	43%	41%	33%
Tablet	16%	16%	15%	15%
TV	4%	6%	31%	22%
Aparelho tocador de MP3 (iPod)	3%	3%	5%	-
Relógio ou bracelete inteligente (Apple Watch, Smartband etc.)	-	-	2%	-
Videogame (Xbox, Playstation etc.)	-	-	19%	9%

*Fonte: TIC Domicílios 2017



A pergunta apresentou uma lista de equipamentos para que respondentes indicassem em quais deles tinham acessado a internet nos últimos três meses. Nesta edição, foram inseridas as opções “Relógio ou bracelete inteligente” e “videogame”.

Entre a primeira e a segunda edição vimos o crescimento do uso do celular, que hoje alcança quase a totalidade de jovens participantes desta pesquisa. Computadores de mesa, notebooks e tablets seguem estáveis desde o levantamento anterior, assim como se observa na população geral com a pesquisa [TIC Domicílios 2017](#).

O uso da TV aumentou significativamente, passando de 6% para 31% nesta edição, o que pode ser causado pela popularidade dos serviços de transmissão de vídeos, músicas, jogos (*streamings*) instalados nas *Smart TVs*.

Os videogames e relógios aparecem como novos dispositivos de conexão cujas tendências devem ser monitoradas a partir de agora. De acordo com a TIC Domicílios, 9% da população brasileira acessa a internet por videogame. Vale dizer que no Juventudes e Conexões esse dispositivo já surge com uso mais expressivo do que os tablets (19% e 15% respectivamente).

Aparelho que usa com mais frequência

	2013-2014	2015-2016	2018-2019
Celular/smartphone	42%	85%	91%
Computador de mesa	33%	7%	4%
Computador portátil (notebook, laptop, netbook)	22%	6%	3%
Tablet	3%	1%	0%
TV	-	-	1%
Aparelho tocador de MP3 (iPod)	-	-	0%
Relógio ou bracelete inteligente (Apple Watch, Smartband etc.)	-	-	0%
Videogame (Xbox, Playstation etc.)	-	-	1%

Vemos que a preferência de uso do celular, que já havia dobrado em um período de dois anos, seguiu em crescimento após cinco anos de monitoramento, alcançando os 91%.

Isso significa que, cada vez mais, jovens podem realizar suas atividades nos mais diversos ambientes e a qualquer hora.

Quando cruzamos os resultados do Juventudes e Conexões com dados da TIC Domicílios 2017, observamos que, apesar de terem à sua disposição outros equipamentos em casa, jovens preferem mesmo é ter a internet na palma da mão.

Nas palavras deles, ficar sem o celular produz sentimentos intensos, tais como agonia, ansiedade, solidão, decepção, medo de precisar e não ter.

Segundo a pesquisa, a proporção de domicílios que possuem equipamentos é:

Celular: **92%**
 Computador de mesa: **64%**
 Computador portátil: **49%**
 Tablet: **16%**

“Quando está com celular a gente sabe se vai chover, se vai fazer sol, se aconteceu alguma coisa, se está tudo bem.”

Jovem em grupo de discussão, entre 22 e 29 anos, classes AB

Para outros, ficar sem internet por um período não faz diferença e chega a ser um alívio, desde que não estejam precisando de algo: documento, informação, localização, transporte etc.

Com a criação de mais ferramentas e aplicativos, muitas das atividades que eram realizadas pelo computador hoje podem ser feitas a partir do próprio celular ou outros aparelhos móveis. A programação de sites já é pensada para dar conta de um contexto de múltiplos dispositivos. O acesso a contas bancárias, por exemplo, é cada vez mais condicionado à integração entre aplicativo e site.

Ainda assim, o celular tem funcionalidades mais restritas do que o computador. Por exemplo, é possível editar textos, planilhas e apresentações, mas as ferramentas e a visualização ainda são mais limitadas.

Essa dinâmica de desenvolvimentos tecnológicos não só molda os tipos e frequências de acesso, como também transforma os usos da internet.

“Você vai se reunir, manda uma mensagem, se você não tem [o celular], como você vai saber? Ninguém vai na sua casa, provavelmente nem te liga.”

Jovem em grupo de discussão, entre 22 e 29 anos, classes AB



O que fazem na internet

Jovens dizem que só não estão online quando dormem, quando acabam a bateria e os créditos do celular ou, em alguns casos, quando estão estudando ou trabalhando. Essa condição ficou ainda mais evidente quando observamos que a quantidade de atividades que fazem quando estão conectados aumentou com o passar do tempo, com isso sentimos a necessidade de ampliar a lista de itens no questionário.

Multiplicidade de atividades realizadas



Mas, afinal, o que tanto esses jovens fazem na internet?

Tipos de atividades realizadas



Unânicos nas respostas desde a primeira edição, todos utilizam a internet para comunicação e lazer. Buscas de “informações e serviços” e “capacitação e trabalho”, apesar de não ter 100% das respostas, também são muito comuns e quase todos fazem.

O comércio eletrônico, que alcança 88%, aparece pela primeira vez em nossas análises como uma categoria em si, uma vez que, nas edições anteriores, estava inserida em “informações e serviços” e, como vemos mais adiante, ganhou mais espaço entre as práticas online de jovens.

Atividades de comunicação

Que jovens gostam de interagir na rede, muita gente já sabe! Mas será que houve alguma mudança nas preferências ou no jeito de se comunicar?

Para responder a essa pergunta, elencamos diversas atividades da área da comunicação, perguntando se costumam praticá-las e com qual frequência.

Comunicação	Realização (percentual de jovens)			Frequência (média dias/semana)		
	2013-2014	2015-2016	2018-2019	2013-2014	2015-2016	2018-2019
Todas as atividades de comunicação	100%	100%	100%	3,7	3,4	3,2
Conversa por mensagens instantâneas	86%	99%	98%	4,9	6,1	6,2
Acessa ao menos uma rede social	99%	95%	97%	5,9	5,4	5,5
Verifica seu email	96%	88%	88%	4,7	3,9	4,0
Cria/posta conteúdo em redes sociais	81%	77%	80%	3,2	2,6	3,0
Participa de fóruns de discussão	41%	27%	51%	1,2	0,7	1,6
Cria/atualiza blogs e páginas	49%	38%	38%	1,8	1,1	1,0
Cria/atualiza canais de vídeos e podcasts	-	-	35%	-	-	0,9
Outros						
Utiliza app ou programas para edição de imagens, vídeos ou sons	-	-	65%	-	-	2,1

De modo geral, nesta edição a frequência com que realizam todas essas atividades de comunicação se manteve muito próxima à edição anterior, com destaque apenas para a criação e postagem de conteúdos nas redes sociais e a participação em fóruns de discussão, que pode ter a ver com o período eleitoral que antecedeu a coleta de dados.

Para acompanhar o desenvolvimento de novas práticas online entre jovens, nesta edição incluímos um novo item: a “criação e atualização de canais de vídeos e podcasts”, que, de saída, 35% dizem realizar com alguma periodicidade. A publicação de conteúdo é uma prática de grande engajamento nas redes sociais que demanda conhecer as ferramentas e, em alguns casos, saber fazer edição e mesmo coletar informações para produzir texto, vídeo ou áudio. Essa característica de produção autoral também pode ser vista na criação e atualização de blogs e páginas, cuja frequência de uso caiu ao longo do tempo.

Passamos a perguntar nesta edição do estudo sobre a utilização de aplicativos ou programas para edição de imagens, vídeos ou sons, que já se mostrou relevante para 65% dos jovens que dizem utilizá-los em média dois dias por semana.

As redes sociais e os aplicativos de mensagens instantâneas ganharam destaque na rotina online da grande maioria em 2015 e se mantiveram nesta edição. É curioso notar que, ainda que 97% acessem ao menos uma rede social, 80% dizem que criam ou postam conteúdo nela e outros 17% não.

Interessante lembrar que, na edição anterior, levantamos a hipótese de que uma tendência de queda no uso das redes sociais poderia estar em curso, em paralelo à ascensão dos aplicativos de mensagem instantânea. Porém, nas falas dos grupos de discussão e dos **jovens consultores** desta edição, percebemos que a diversificação das ferramentas disponíveis nestas redes (como os *stories* e os *lives*) ajudaram a manter as plataformas ativas, ao mesmo tempo em que foi muito comum escutarmos jovens chamando o WhatsApp de rede social.

Além disso, nos grupos de discussão, notamos uma clareza por parte desses jovens sobre os tipos de uso e a quais públicos cada rede social se destina.

Principais redes sociais



WhatsApp

Consenso: todos os jovens usam, e muito!

- Principal meio para se relacionar com familiares e amigos (de escola/faculdade, igreja, trabalho, time, coletivo etc.).
- Nos grupos de conversas chegam os memes, as fofocas e os convites para as festas e reuniões.
- Muito utilizado para o trabalho.



Instagram

É o atual queridinho entre jovens

- Boa parte da família e dos colegas indesejados não utilizam ainda.
- As postagens são mais pessoais, dá para ter uma ideia dos gostos e interesses das pessoas.
- Acreditam que podem ficar mais próximos dos ídolos, de pessoas famosas ou mesmo de desconhecidos que têm um perfil interessante.
- Usado como ferramenta para divulgação de trabalhos.



Facebook

Ainda têm perfil porque precisa!

- Muitos familiares e conhecidos estão lá e acabam sendo invasivos nos comentários.
- Não se sentem tão à vontade para postar o que querem e o que pensam.
- Empresas analisam os candidatos pelos seus perfis na rede.
- Acompanham páginas e integram comunidades.



YouTube

Um lugar para aprender o que quiser!

- Fonte de tutoriais e videoaulas sobre qualquer assunto.
- Assistem vídeos (de *YouTubers*), desenhos e filmes.
- Também usam como ferramenta de divulgação de trabalho próprio.

Outros aplicativos citados pelos jovens nos grupos de discussão foram: **Twitter, Netflix, Snapchat, jogos online e Skype.**



“Há 10 anos a gente não tinha tanta ligação com a internet, essas coisas, então a gente falava com o vizinho na vista. Hoje em dia não, a gente fala por ZAP.”

Jovem em grupo de discussão, entre 22 e 29 anos, classes CDE

“Facebook está virando que nem Orkut, está morrendo. (...) Minha mãe adora Facebook, ela não gosta do Instagram, a faixa etária é mais velha no Facebook. Já está ficando ultrapassado, é só para ver memes.”

Jovem em grupo de discussão, entre 15 e 21 anos, classes CDE

“Comecei a trabalhar como jovem aprendiz com 17 anos e não sabia nada, eu ia no YouTube, na internet ‘Como faz tal coisa’ e você já vai aprendendo e aplica no trabalho, isso já é positivo.”

Jovem em grupo de discussão, entre 22 e 29 anos, classes CDE

Atividades de lazer

Quando jovens estão olhando para alguma tela, nem sempre estão nas redes sociais. Todos disseram que também buscam atividades de lazer na internet.



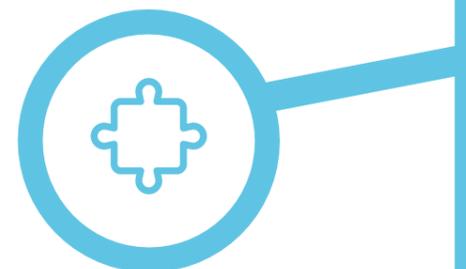
Lazer

	Realização (percentual de jovens)			Frequência (média dias/semana)		
	2013-2014	2015-2016	2018-2019	2013-2014	2015-2016	2018-2019
Todas as atividades de lazer	100%	100%	100%	2,6	2,0	2,2
Assiste a filmes, séries, programas de televisão e ouve música	90%	87%	96%	3,8	3,4	4,8
Baixa conteúdos	92%	87%	85%	3,6	2,9	3,1
Acessa sites de notícias	83%	70%	72%	3,2	2,4	2,8
Joga games	66%	60%	65%	2,6	2,2	2,5
Baixa e instala softwares e aplicativos	68%	45%	65%	1,9	0,9	1,7
Lê livros digitais	45%	36%	52%	1,3	0,9	1,4
Acessa sites de revistas	45%	30%	34%	1,3	0,8	0,7
Utiliza aplicativos de relacionamento	-	-	27%	-	-	0,7

O uso da internet para assistir a filmes, séries, programas de TV e ouvir música subiu de 87% para 96% nesta edição. Cresceu também o tempo que jovens passam nessas atividades, de 3,4 para 4,8 dias por semana, confirmando assim a popularização de aplicativos de *streaming* que transmitem vídeos e músicas online. Essa pode ser uma das explicações para a queda daqueles que dizem baixar conteúdos da internet.

Vemos um aumento significativo de jovens que dizem ler livros digitais, correspondendo agora a mais da metade de respondentes. Outras atividades que se destacam são jogos e *download* de softwares e aplicativos. Provavelmente esse cenário vem acompanhado de um crescimento na disponibilidade de aplicativos nas lojas virtuais, bem como o fortalecimento de plataformas de *fanfics* e outros acervos.

Pela primeira vez no estudo perguntamos sobre o uso de aplicativos de relacionamento. Apesar de estar em último lugar, teve 27% das respostas e com média de frequência de uso semanal de 0,7 dia. **Jovens consultores** acharam curioso esse dado, pois sentem que mais jovens podem ter perfis nesse tipo de rede do que foi dito.



Atividades de busca de informações e serviços online

A internet tem sido o principal acervo de informações sobre todos os assuntos, de qualquer lugar e a qualquer tempo, dos mais cotidianos aos mais técnicos, desde dicionários online, “faça você mesmo”, busca de preço de produtos e serviços, pesquisa para trabalho escolar etc. Levantamos as principais atividades relacionadas à busca de informações e serviços online que envolvem o dia a dia de jovens.

Informações e serviços	Realização (percentual de jovens)			Frequência (média dias/semana)		
	2013-2014	2015-2016	2018-2019	2013-2014	2015-2016	2018-2019
Todas as atividades de informações e serviços	99%	97%	99%	2,3	1,8	2,4
Faz pesquisas na web sobre informações em geral	96%	90%	87%	4,3	3,7	4,0
Utiliza serviços de localização (mapas, pesquisa de endereço, trânsito)	80%	76%	81%	2,3	1,9	2,7
Acompanha blogs e canais de YouTube (sobre temas como jogos, moda, decoração, política, saúde etc.)	-	-	80%	-	-	3,5
Utiliza serviços de transporte e mobilidade (Uber, 99, Easy taxi, Moovit)	-	-	77%	-	-	0,9
Utiliza serviços bancários (<i>internet banking</i> , pagamento digital etc.)	-	-	56%	-	-	1,9
Utiliza serviços de governo (Detran, cadastros, companhia de energia e saneamento etc.)	-	-	46%	-	-	1,6

Atividades de “pesquisas sobre informações em geral” têm mostrado uma tendência de queda ao passar das edições. Entre as possibilidades de interpretação desse dado está o uso cada vez mais comum de plataformas como YouTube para fazer buscas pontuais e das redes como fonte de informação. É possível que esses canais não sejam considerados por jovens como ambientes de pesquisa, como seria o Google, por exemplo.

Já os serviços de localização vêm mantendo sua relevância no dia a dia de jovens, ainda mais porque diversos aplicativos condicionam seu uso à ativação do GPS.

Considerando que alguns serviços ganharam cada vez mais importância nas atividades cotidianas, passamos a incluí-los na relação de itens monitorados. E esses novos itens já apresentam resultados consideráveis: 80% acompanham blogs e canais de YouTube, em média 3,5 vezes por semana; 77% usam aplicativos de transporte, quase semanalmente; e mais da metade utiliza serviços bancários online.

Atividades de capacitação e trabalho

Ao falar de capacitação, jogamos luz ao tema da educação de maneira bastante ampla, indo além do conteúdo escolar e pensando nas diferentes formas de aprender e se aprimorar. Quando aliado ao mundo do trabalho, por exemplo, é bastante comum a busca em tutoriais informações sobre como fazer determinada coisa ou mesmo aprender uma nova língua. O tema é bastante amplo e buscamos aqui explorar o que **jovens consultores, especialistas e consultoras** nos apontaram como as práticas mais relevantes para jovens atualmente.

Capacitação e trabalho	Realização (percentual de jovens)			Frequência (média dias/semana)		
	2013-2014	2015-2016	2018-2019	2013-2014	2015-2016	2018-2019
Todas as atividades de capacitação e trabalho	100%	88%	98%	1,9	1,2	2,2
Busca dicas de como fazer coisas diversas	-	-	82%	-	-	3,2
Pesquisa informações sobre cursos	85%	70%	78%	2,2	1,6	2,4
Acessa conteúdos educativos	-	-	73%	-	-	2,5
Pesquisa sobre capacitação profissional	-	63%	70%	-	1,5	2,1
Procura ou faz pesquisa para a escola ou faculdade	86%	59%	68%	2,9	1,7	2,6
Procura trabalho ou emprego	-	-	65%	-	-	2,1
Utiliza ferramentas interativas para aprender	-	-	59%	-	-	1,9
Faz curso à distância/online	24%	23%	28%	0,6	0,5	0,6

Nessa edição do estudo, novas atividades relacionadas a capacitação e trabalho foram incluídas, acompanhando a evolução do que é oferecido na internet. A elevada frequência com que buscam dicas, procuram trabalho, acessam conteúdos educativos e ferramentas interativas mostra a aderência dessas práticas no dia a dia de jovens.

Corroborando com leituras apontadas nos quadros anteriores, aqui vemos que 82% de jovens fazem buscas por dicas de como fazer coisas diversas em média três dias por semana. O acesso a conteúdos educativos também foi significativo, com 73%, seguido da pesquisa sobre capacitação profissional, que teve aumento de 7% da segunda edição para a atual.

Cursos à distância, apesar de ter percentual baixo, vêm crescendo entre as edições e, nas análises coletivas, **jovens consultores** reforçam que há cada vez mais estímulos para a popularização dessa prática.

De maneira geral, a internet mostra-se como um canal para obter conteúdo para aprender mais e localizar melhores oportunidades profissionais ou educacionais.

Atividades de comércio eletrônico

Para muitos, fazer compras ou vendas online ainda é visto como algo arriscado. Mas como jovens percebem essas práticas? Será que eles se sentem à vontade para contratar um serviço, comprar um produto ou ainda fazer suas próprias vendas?

Comércio eletrônico	Realização (percentual de jovens)			Frequência (média dias/semana)		
	2013-2014	2015-2016	2018-2019	2013-2014	2015-2016	2018-2019
Todas as atividades de comércio eletrônico	83%	79%	88%	1,6	1,1	1,3
Pesquisa de preços de produtos e serviços	80%	75%	81%	2,4	1,8	2,3
Compra pela internet de produtos e serviços	46%	46%	63%	0,8	0,4	0,6
Venda de produtos e serviços	-	-	51%	-	-	1,0

Os itens "comércio eletrônico" aparecem como categoria nova no estudo, entretanto, os itens "pesquisa de preço" e "compra pela internet" já eram avaliados anteriormente, mas como integrantes da categoria "informações e serviços".

O que podemos observar no quadro acima é que não só é comum entre jovens a compra de produtos e serviços na internet, como é visível um aumento ao longo das edições, subindo de 46% para 63% em apenas três anos.

A venda, contudo, é um item novo e só poderá ser avaliada qualquer tendência a partir de um próximo levantamento. Porém, já é possível afirmar que mais da metade de jovens diz que vende produtos e serviços online, em média uma vez por semana – e isso não é pouco.

Pesquisas de preços são feitas por 81% e com frequência de mais de duas vezes na semana. Apesar dessa grande parcela de jovens que levantam custos pela internet,

uma parcela menor (63%) concretiza compras. Assim, apesar de ser uma prática comum da maioria, a compra e a venda ainda têm suas limitações entre jovens: seja pela necessidade de fazer transações via cartão de crédito na maioria das vezes, pelo custo e prazo de frete ou pela não entrega do produto em determinados lugares; seja pela desconfiança no sistema de segurança dos aparelhos e da própria rede. Mas é fato que a forma como jovens consomem é cada vez mais mediada pela internet.

Classificação de atividades realizadas

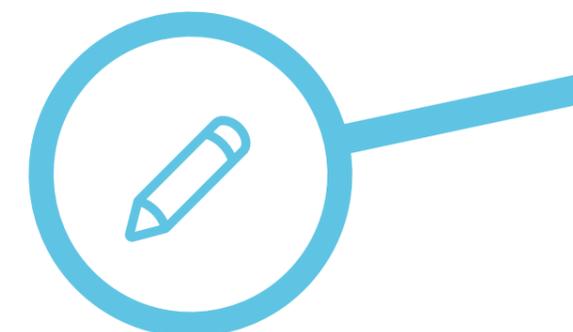
Para nos aprofundarmos no mapeamento de usos de tecnologias digitais por jovens do país, procuramos desde a primeira edição do Juventudes e Conexões construir um indicador que encontrasse diferentes perfis de navegação. À época, definimos a segmentação com base na frequência de realização de atividades, encontrando três perfis: exploradores iniciantes, intermediários e avançados. Eles se distinguem entre si pela intensidade e pela amplitude de repertórios de usos da internet.

Entre 2013 e 2015, com todas as mudanças de acesso que mencionamos anteriormente, percebemos a necessidade de atualizar o indicador, agregando a preferência por realizar atividades conectadas ou desconectadas à frequência. Essa alteração no método do cálculo da segmentação limitou a possibilidade de comparação entre os anos do estudo, mas nos mostrou que, à medida que o repertório de uso da internet se ampliava, crescia também a preferência por fazer atividades de modo conectado.

Em 2018, retomamos os aprendizados da segunda edição, em que jovens apontavam para a integração entre online e offline, em que **especialistas** e **consultoras** traziam reflexões sobre a dinâmica contínua que os avanços tecnológicos trazem para a forma como utilizamos e agregamos a internet ao nosso dia a dia. Essas perspectivas nos provocaram a procurar uma nova estrutura para o indicador, que se mostrou ineficaz.

Entendemos que nesse momento fazia mais sentido saber mais sobre o que os jovens estão fazendo na internet (ou deixando de fazer) e menos sobre em quais categorias eles se enquadram e quantos são (se exploradores avançados, intermediários ou iniciantes).

Assim, apresentamos um quadro com a classificação de todas as atividades anteriormente analisadas, por agrupamentos de frequência de uso.



Classificação de atividades realizadas

O que todos fazem (por 80% ou mais jovens)		
2013-2014	2015-2016	2018-2019
Conversa por mensagens instantâneas	Conversa por mensagens instantâneas	Conversa por mensagens instantâneas
Acessa ao menos uma de sua(s) conta(s) em redes sociais	Acessa ao menos uma de sua(s) conta(s) em redes sociais	Acessa ao menos uma de sua(s) conta(s) em redes sociais
Assiste a filmes, séries, programas de televisão, ouve música pela internet	Assiste a filmes, séries, programas de televisão, ouve música pela internet	Assiste a filmes, séries, programas de televisão, ouve música pela internet
Verifica seu email	Verifica seu email	Verifica seu email
Faz pesquisas na web sobre informações em geral	Faz pesquisas na web sobre informações em geral	Faz pesquisas na web sobre informações em geral
Baixa conteúdos	Baixa conteúdos	Baixa conteúdos
Pesquisa de preços de produtos e serviços		Pesquisa de preços de produtos e serviços 📍
Utiliza serviços de localização		Utiliza serviços de localização 📍
Cria/posta conteúdo nas redes sociais		Cria/posta conteúdo nas redes sociais 📍
Acessa sites de notícias		Acompanha blogs e canais de YouTube 📍
		Busca dicas de como fazer coisas diversas 📍

📍 Item que subiu de uma edição para outra

📍 Item que caiu de uma edição para outra

📍 Item novo

O que poucos fazem (realizadas por 60% ou menos jovens)		
2013-2014	2015-2016	2018-2019
Lê livros digitais	Lê livros digitais	Lê livros digitais
Participa de fóruns ou grupos de discussão temática	Participa de fóruns ou grupos de discussão temática	Participa de fóruns ou grupos de discussão temática
Cria/atualiza blogs, páginas	Cria/atualiza blogs, páginas	Cria/atualiza blogs, páginas
Acessa site de revistas	Acessa site de revistas	Acessa site de revistas
Faz curso à distância e curso online	Faz curso à distância e curso online	Faz curso à distância e curso online
Compra pela internet de produtos e serviços	Compra pela internet de produtos e serviços	Utiliza ferramentas interativas para aprender 📍
	Procura ou faz pesquisa para a escola ou faculdade 📍	Utiliza serviços bancários 📍
	Baixa e instala softwares/programas de computador/aplicativos 📍	Utiliza aplicativos de relacionamento 📍
		Venda de produtos e serviços 📍
		Utiliza serviços de governo 📍
		Cria/atualiza canais de vídeos e podcasts 📍

📍 Item que subiu de uma edição para outra

📍 Item que caiu de uma edição para outra

📍 Item novo

O que alguns fazem (realizadas por menos de 80% e mais de 60% de jovens)		
2013-2014	2015-2016	2018-2019
Pesquisa informações sobre cursos	Pesquisa informações sobre cursos	Pesquisa informações sobre cursos
Joga <i>games</i> /jogos eletrônicos	Joga <i>games</i> /jogos eletrônicos	Joga <i>games</i> /jogos eletrônicos
Procura ou faz pesquisa para a escola ou faculdade	Pesquisa de preços de produtos e serviços 📍	Procura ou faz pesquisa para a escola ou faculdade
Baixa e instala softwares/programas de computador/aplicativos	Utiliza serviços de localização 📍	Baixa e instala softwares/programas de computador/aplicativos
	Acessa sites de notícias 📍	Acessa sites de notícias 📍
	Pesquisa sobre capacitação profissional	Pesquisa sobre capacitação profissional
	Cria/posta conteúdo nas redes sociais 📍	Compra pela internet de produtos e serviços 📍
		Acessa conteúdos educativos 📍
		Procura trabalho ou emprego 📍
		Utiliza app ou programas para edição de imagens, vídeos ou sons 📍
		Utiliza serviços de transporte e mobilidade 📍

📍 Item que subiu de uma edição para outra

📍 Item que caiu de uma edição para outra

📍 Item novo

Consideramos como atividades que “todos fazem” aquelas mencionadas por 80% ou mais jovens. Desde 2013-2014 até 2018-2019, vemos que elas giram em torno de mensagens, redes sociais, pesquisa e acompanhamento de conteúdos preexistentes.

Já as que “alguns fazem” são atividades realizadas por menos de 80% e mais de 60% de jovens. Em 2013-2014, vimos que eram poucas práticas que se concentravam nessa faixa, sendo principalmente focadas em busca por informação, jogos e *downloads*. Agora, em 2018-2019, percebemos um aumento na quantidade de práticas, que passaram a abranger capacitações e mais diversidade de contratação de serviços. Interessante notar que o acesso a sites de notícias deixou de ser uma atividade das mais realizadas e passou para essa faixa intermediária.

Por fim, as atividades que “poucos fazem” são aquelas menos frequentes, utilizadas por 60% ou menos. Também observamos um alargamento nesse grupo, que é marcado, desde 2013, por ter práticas que exigem mais protagonismo. Em 2018, vemos que o repertório é ainda maior: vender, discutir em fóruns, interagir com o governo e criar conteúdos.

Interessante notar que os itens incluídos em 2018 estão localizados principalmente nas faixas do que é realizado por alguns ou poucos jovens. Isso nos mostra que essas atividades que entraram em nosso radar, a partir de aprendizados de 2015-2016 e contribuições de **jovens consultores** desta edição, podem estar começando a ser exploradas mais significativamente entre jovens.

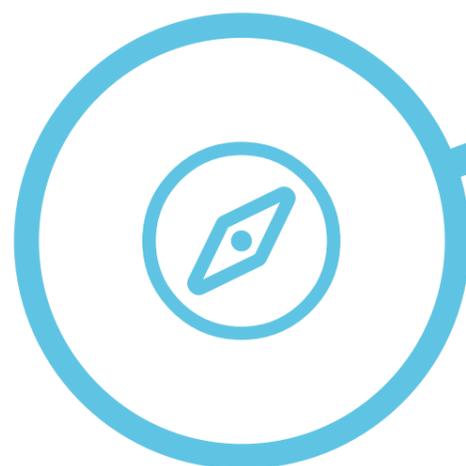
Principais aprendizados



Vimos como o celular se consolidou como principal meio para acessar a internet e como isso influencia nas atividades cotidianas. A conexão com o mundo está cada vez mais comprimida em um único aparelho e ele é acessado por uma parcela alta de jovens no Brasil.

A TV também teve destaque entre os aparelhos conectados, muito por conta da popularização das *Smart TVs* e da possibilidade de reproduzir vídeos e músicas online (*streamings*).

Observamos também que jovens têm feito, de modo geral, mais atividades online do que nas edições anteriores, mostrando uma diversificação maior de repertório. Continuam interagindo nas redes sociais e nos aplicativos de mensagens instantâneas, fazendo buscas e utilizando serviços de localização com bastante intensidade, ao mesmo tempo que vemos aumentar a quantidade daqueles que fazem compras e vendas pela internet, gerenciam contas bancárias, acessam conteúdo educativo e leem livros digitais.





Referências e habilidades para um mundo conectado



Desde a primeira edição do Juventudes e Conexões, observamos como jovens se relacionam com o contexto digital a partir de quatro eixos temáticos: educação, empreendedorismo, comportamento e participação social. Mas, pela primeira vez, buscamos identificar o que há de comum na forma como as juventudes se conectam com essas áreas, por meio de um mapeamento inédito de quais são as instituições, pessoas e fontes de informação consideradas por eles como suas principais referências. Para compor esse panorama, levantamos quais habilidades jovens consideram mais importantes para aprender, empreender, definir suas identidades e participar na sociedade.

Referências e habilidades para um mundo conectado

Para compreender quais são as principais conexões e parâmetros das juventudes, organizamos diferentes referências em três grupos: instituições (organizações, grupos ou fundamentos), pessoas (personalidades, lideranças ou pessoas do cotidiano) e fontes (páginas, redes, materiais ou impresso). Além disso, em diálogo com as **consultoras** e **jovens consultores** do estudo, selecionamos um conjunto de habilidades ou competências que seriam relevantes para uma pessoa se desenvolver em um mundo dinâmico e cada vez mais conectado.

Dada a complexidade dessas dimensões, procuramos levantar quais são as referências e habilidades identificadas como fundamentais para jovens em cada um dos eixos temáticos abordados na pesquisa, que foram representados pelas seguintes ideias:

- ✓ Educação > aprender
- ✓ Empreendedorismo > empreender
- ✓ Comportamento > decidir quem quer ser
- ✓ Participação social > participar na sociedade

As principais referências para jovens

Em quem jovens se inspiram e confiam? Quais são as instituições que os ancoram e orientam? Onde buscam informações, diretrizes e conhecimento?

Verificamos que, para jovens participantes da pesquisa, a instituição mais importante, considerando diferentes dimensões da vida, é a escola.



Instituições mais importantes

	Para aprender	Para empreender	Para decidir quem quer ser	Para participar na sociedade
Escola/faculdade	60%	44%	56%	47%
Espaços e atividades culturais (saraus, bibliotecas, centros culturais etc.)	26%	18%	21%	25%
Organizações e projetos sociais	20%	25%	19%	24%
Grupos ou coletivos culturais, políticos ou sociais	17%	18%	19%	22%
Mídias e veículos de comunicação diversos (TV, rádio, jornais etc.)	16%	26%	16%	16%
Igreja ou espaço religioso	12%	8%	12%	14%
Partidos políticos	7%	8%	7%	9%
Nenhum deles	3%	4%	4%	3%
Não sei/não quero responder	3%	7%	6%	4%



Jovens participantes eram apresentados a uma lista e podiam escolher até duas opções. Os itens vinham indicados em ordem aleatória, mudando a cada entrevista.

De todos os eixos abordados, a escola ou a faculdade aparecem como referências institucionais mais importantes para jovens no Brasil, ainda mais quando o que está em jogo é aprender (60%) e decidir quem quer ser (56%).

Esses dados revelam o quão importantes são os vínculos e relações estabelecidas a partir dos ambientes educacionais. **Jovens consultores** explicam que a escola é uma grande referência para eles, que vai muito além da educação. Ela é vista como principal espaço de sociabilidade, onde podem experimentar maior grau de autonomia de comportamento, especialmente na faculdade. E, em alguns casos, é naquele espaço que passam a se envolver em questões sociais e políticas, participando de grêmios, chapas, centros acadêmicos, dialogando com gestores e outros, tanto na educação básica como na superior.

“Vejo a escola como espaço de convivência, participação, criação de projetos comuns, empreendimentos etc.”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

“A escola é o primeiro lugar que, no coletivo, você começa a se revoltar e querer lutar por alguma coisa.”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

“Nossa socialização se dá fora da escola também, mas é difícil gerar essa participação e socialização quando você não está no mesmo espaço que frequenta diariamente.”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção



Para **especialistas**, a escola cumpre uma função social complexa, que vai além do papel tradicionalmente atribuído a ela, focado no aprendizado. Trata-se de:

- ✓ Um lugar do encontro, para estar com amigos, namorados, que compartilham e sonham juntos.
- ✓ Uma porta para informação e cultura.
- ✓ Uma alternativa para sair do ambiente doméstico, por vezes problemático.
- ✓ Um dos poucos locais de acesso a determinados recursos, diante de tantas exclusões, principalmente das classes sociais mais vulneráveis, que incluem refeições, materiais, uniforme, livros... e internet.

Os espaços e atividades culturais, ao lado de organizações e projetos sociais, e grupos ou coletivos também são instituições vistas com grande relevância nas experiências juvenis. Ganham especial importância quando se considera a participação social. Todos esses são ambientes de socialização, de organização em torno de ideias e troca de conhecimentos, são igualmente relevantes quando jovens consideram a construção de quem querem ser ou a formação de suas identidades.

No âmbito do empreendedorismo, além das instituições educacionais, as mídias e veículos de comunicação aparecem com grande relevância, ao lado de organizações e projetos sociais. Essa valorização de espaços de propagação de conhecimento e informação é corroborada por falas de jovens nos grupos de discussão e de **jovens consultores**, que indicam buscar espaços de contato e de qualificação sobre o tema.

“O que não encontro na escola eu busco nas organizações e projetos sociais.”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

Pessoas mais importantes

	Para aprender	Para empreender	Para decidir quem quer ser	Para participar na sociedade
Professor/educador/orientador	61%	45%	45%	40%
Família/familiares (pai, mãe, tios, avós, irmã(o) etc.)	47%	37%	49%	43%
Amigos e colegas	17%	19%	18%	31%
Psicólogo, terapeuta ou assistente social	13%	10%	16%	14%
YouTubers e outros influenciadores digitais	12%	18%	9%	11%
Lideranças políticas (de partidos ou movimentos culturais, sociais, de bairro)	10%	15%	9%	14%
Líderes religiosos	7%	6%	6%	8%
Artistas e pessoas famosas (músicos, atores, escritores, empresários)	6%	11%	9%	7%
Nenhum deles	2%	4%	5%	3%
Não sei/não quero responder	3%	6%	5%	4%



Jovens participantes eram apresentados a uma lista e podiam escolher até duas opções. Os itens vinham indicados em ordem aleatória, mudando a cada entrevista.

Entre as pessoas de maior referência para jovens, professores e familiares são as referências fundamentais em todos os eixos. Para o aprendizado e o empreendedorismo, educadores são as pessoas mais importantes (61% e 45%, respectivamente), enquanto, para decidir quem quer ser e participar na sociedade, a família é mais indicada como principal (43% e 49%, respectivamente). Quando falam desses personagens, **jovens consultores** deixam claro que têm em mente principalmente as interações presenciais, ainda que alguns dos contatos com essas pessoas possam se dar em ambientes digitais.

“A gente não perdeu aquele contato físico presencial, deixando que a internet interfira em tudo. É importante você perguntar e ter um protagonista dentro da sua sala de aula, ter essa conexão com a pessoa que está te ensinando e isso a internet não te proporciona.”

Mariana Gomes de Lima, Conselho Jovem do Porvir

“Por mais que haja professores que acrescentam pouco na vida, sempre existem uns professores que são motivadores, que alegram o ambiente quando tudo vai mal... Há pessoas geniais aí que estão salvando vidas.”

João Alegria, Canal Futura

Para **especialistas**, a relevância da interação e da função social da escola – como vimos nos dados ao lado – é a principal hipótese para que o professor seja uma das grandes referências para o aprendizado.

Os dados também nos mostraram que jovens estão procurando apoio além do núcleo familiar e de seus amigos, valorizando contato com outros profissionais que não sejam os professores, como psicólogos, assistentes sociais e outros terapeutas. **Jovens consultores, especialistas e consultoras** entendem que o debate sobre saúde mental tem crescido no país e que essa é uma geração que percebe (por força das circunstâncias ou por sensibilização) que precisa trabalhar suas questões internas.

Interessante notar que educadores e familiares seguem como dois principais personagens de orientação e inspiração para jovens, muito mais mencionados que quaisquer outros. Nos grupos de discussão, os poucos jovens que falavam sobre empreendedorismo traziam as experiências familiares, em que pessoas já tiveram algum negócio próprio, como referência mais citada. Entretanto, quando o assunto é participação social, amigos e colegas ganham destaque por serem pessoas próximas e que trazem experiências de outros convívios.



“O núcleo de escolas e os núcleos familiares também são importantes mais pela questão de valores culturais do que por questões técnicas de se empreender. Então eu fico contente que estes dois pontos venham antes de influências de *YouTubers*, porque eu acho que há grande parte de aproveitadores que jogam um personagem e que acabam liderando muita gente e frustrando essas pessoas.”

Hugo Kovac, projeto Abacaxi

Curioso notar que, apesar dos holofotes, *YouTubers* e influenciadores digitais não são considerados as principais referências entre jovens nas quatro dimensões do estudo. Na visão de **jovens consultores**, essa é uma referência centralizada no contexto das metrópoles. Nos grupos de discussão, jovens explicaram como *YouTubers* e artistas podem ser referências que incentivam (direta ou indiretamente) esta geração a participar de questões na sociedade. Entre as pessoas famosas, citaram alguns cantores, atores, filósofos, ativistas políticos, sociais e ambientais como indivíduos que podem incentivá-los, mesmo que indiretamente, a se importar por assuntos de interesse social e atividades ligadas ao tema. Da mesma forma, pessoas que têm canais de diversas temáticas sociais, principalmente feminismo, questões raciais, política, direitos humanos, direitos dos animais, entre outros, abrem o interesse por temas da sociedade.

Fontes mais importantes

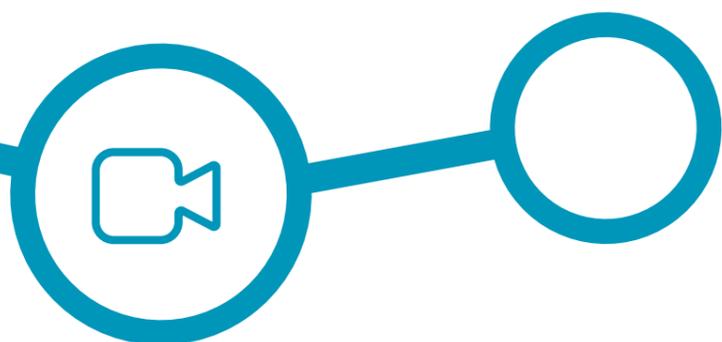
	Para aprender	Para empreender	Para decidir quem quer ser	Para participar na sociedade
Livros didáticos/técnicos ou apostilas	46%	29%	35%	25%
Livros, filmes, peças teatrais ou espetáculos de dança	32%	18%	28%	28%
Sites e plataformas que falam sobre o tema	28%	33%	29%	26%
Vídeos e canais online (YouTube, Vimeo etc.)	19%	20%	15%	17%
Redes sociais (WhatsApp, Facebook, Instagram etc.)	15%	25%	17%	32%
Leis ativas no país	13%	13%	12%	16%
Ferramentas virtuais de inteligência artificial (robôs, chatbot), realidade virtual (simuladores) ou realidade aumentada (Pokemon Go etc.)	11%	16%	10%	12%
Jogos eletrônicos	9%	8%	7%	10%
Nenhum deles	2%	4%	8%	3%
Não sei/não quero responder	3%	5%	7%	4%



Jovens participantes eram apresentados a uma lista e podiam escolher até duas opções. Os itens vinham indicados em ordem aleatória, mudando a cada entrevista.

Observamos que livros didáticos ou técnicos e sites ou plataformas temáticas são fontes que atravessam todos os eixos temáticos como importantes referências no universo jovem atual. Produtos culturais (livros, filmes, peças teatrais ou espetáculos de dança) são também priorizados como fontes, ainda que menos presentes quando o assunto é empreender. Ou seja, não se veem apenas ferramentas ou espaços digitais como fontes, mas também materiais analógicos ou desconectados.

Apesar da presença constante dessas fontes, as posições que elas ocupam no ranking de relevância é variável. Para aprender e para decidir quem quer ser, por exemplo, os livros didáticos e técnicos (que podem ser impressos ou digitais) são as maiores referências, seguidos de produtos culturais e sites.



Para a participação social, vemos que as fontes digitais de informação e comunicação ganham mais destaque. As redes sociais são as primeiras colocadas, coincidindo com a percepção de jovens de grupos de discussão, que contaram que as informações chegam principalmente por meio de grupos ou perfis. Entre as redes sociais descrevem os usos da seguinte forma:

Facebook



onde procuram páginas das temáticas que mais se interessam e pela divulgação de eventos

Instagram



onde seguem os perfis de grande parte das pessoas que inspiram

YouTube



buscam temas específicos e seguem perfis de pessoas de referência

WhatsApp



mantêm contato com pessoas e grupos de amigos, comunidade, pessoas que frequentam a mesma igreja, família etc.

Twitter



seguem pessoas de referência

“Sigo os que têm histórias parecidas [com as minhas], que vieram da periferia e fizeram sucesso, que passam uma mensagem que eu também quero passar. A gente admira essas pessoas e escuta o que elas falam porque vai agregando ao que a gente também quer fazer. Acho que as pessoas que a gente admira influenciam bastante também nas coisas que a gente faz.”

Jovem em grupo de discussão, entre 22 e 29 anos, classes CDE

Os dados nos mostram que as redes sociais também ganham relevância para jovens empreendedores, ao mesmo tempo em que vídeos e canais online aparecem com tanta relevância quanto produtos culturais. Em complemento a essas fontes, nos grupos de discussão foram mencionadas palestras em empresas e instituições que discutam o tema do empreendedorismo ou do mundo do trabalho ou financeiro.

Interessante notar que ferramentas virtuais de inteligência artificial ou realidade aumentada são também vistas como referências para uma maior parcela quando o tema é o empreendedorismo.

Por fim, produzimos o quadro abaixo para apresentar de forma resumida as três primeiras posições de cada conjunto de referências, vistas pela maior parte de jovens como as mais importantes para aprender, empreender, decidir quem quer ser e participar na sociedade. Procuramos ilustrar quais dessas instituições, pessoas e fontes são essenciais ou parcialmente digitais ou não, para verificar qual o papel da internet e das tecnologias no desenvolvimento de jovens.

Por exemplo, a escola é um ambiente essencialmente presencial e que, embora possa se utilizar de ferramentas digitais, aparece no imaginário da maior parte de jovens como um espaço físico; já amigos ou coletivos podem ter sido originados a partir de ambientes totalmente virtuais, totalmente analógicos ou mistos.



Síntese das referências mais importantes

● São em grande parte digitais ● Podem ser digitais ou não ○ Não são digitais (embora possam atuar com ferramentas digitais)

	Para aprender	Para empreender	Para decidir quem quer ser	Para participar na sociedade
Instituições mais importantes	<p>1º Escola/faculdade (60%)</p> <p>2º Espaços culturais (26%)</p> <p>3º Organizações e projetos sociais (20%)</p>	<p>1º Escola/faculdade (44%)</p> <p>2º Mídias e veículos de comunicação e organizações e projetos sociais (26% e 25%)</p> <p>3º Espaços culturais e grupos ou coletivos (18%)</p>	<p>1º Escola/faculdade (56%)</p> <p>2º Espaços culturais (21%)</p> <p>3º Organizações e projetos sociais e grupos ou coletivos (19%)</p>	<p>1º Escola/faculdade (47%)</p> <p>2º Espaços culturais e organizações e projetos sociais (25% e 24%)</p> <p>3º Grupos ou coletivos (22%)</p>
Pessoas mais importantes	<p>1º Professor (61%)</p> <p>2º Família (47%)</p> <p>3º Amigos e colegas (17%)</p>	<p>1º Professor (45%)</p> <p>2º Família (37%)</p> <p>3º Amigos e colegas; e influenciadores digitais (19% e 18%)</p>	<p>1º Família (49%)</p> <p>2º Professor (45%)</p> <p>3º Amigos e colegas (31%)</p>	<p>1º Família (43%)</p> <p>2º Professor (40%)</p> <p>3º Amigos e colegas (31%)</p>
Fontes mais importantes	<p>1º Livros didáticos ou técnicos (46%)</p> <p>2º Livros, filmes, espetáculos (32%)</p> <p>3º Sites sobre o tema (28%)</p>	<p>1º Sites sobre o tema (33%)</p> <p>2º Livros didáticos ou técnicos (29%)</p> <p>3º Redes sociais (25%)</p>	<p>1º Livros didáticos ou técnicos (35%)</p> <p>2º Livros, filmes, espetáculos e sites sobre o tema (28% e 29%)</p> <p>3º Redes sociais (17%)</p>	<p>1º Redes sociais (32%)</p> <p>2º Livros, filmes, espetáculos, sites sobre o tema e livros didáticos (28%, 26% e 25%)</p> <p>3º Vídeos e canais online e leis ativas no país (17% e 16%)</p>



Observamos que poucas são as referências essencialmente digitais quando jovens pensam no aprendizado e na definição de suas identidades, aparecendo sites ou plataformas sobre os temas como segundo ou terceiro lugar. Vemos que jovens têm como referência e principais influências para seu comportamento e construção identitária as pessoas e os locais que os cercam (famílias, amigos, escola e trabalho).

Mas, ao considerarem a participação social e o empreendedorismo, as referências digitais ganham mais espaço de relevância entre jovens. As redes sociais, os vídeos e canais, bem como influenciadores digitais, passam a ocupar os três primeiros lugares como referências. Ao mesmo tempo, nos grupos de discussão, identificamos que, no campo do empreendedorismo, aqueles que tinham contato com o tema traziam como importantes referências as pessoas do seu círculo pessoal, como familiares que têm negócio próprio, por exemplo.

Com isso, percebemos que há um espaço de intersecção entre as relações que se constroem no universo online e offline, inspirando e existindo a partir de múltiplas conexões, que não são concorrentes entre si, mas complementares, como mostramos nos capítulos de dados de cada um dos quatro eixos do estudo.

Especialistas enfatizam algumas características comuns entre as referências que jovens costumam apontar como importantes para decidir quem querem ser, são elas:

- ✓ Pessoas próximas, como família, amigos e colegas, com quem se identificam e aprendem.
- ✓ Lugares que frequentam, como escola, faculdade e trabalho, que proporcionam novas leituras, novos conhecimentos e o contato com realidades diferentes.
- ✓ Lugares onde vivem, como a periferia ou bairros com maior poder aquisitivo, que influenciam a constituição de gostos, hábitos e sentimento de pertencimento.
- ✓ Forma como a sociedade vê o jovem, com aceitação ou não de certo traço ou escolha com a qual se identificam.
- ✓ Oportunidades na internet, que possibilita acesso a referências que não teriam presencialmente, dando mais opções de conhecimento.

As principais habilidades para jovens

Além de compreender de onde jovens tiram suas inspirações, orientações e informações, procuramos mapear quais são as capacidades ou habilidades que eles próprios consideram mais importantes para aprender, empreender, decidir quem querem ser e participar na sociedade.

Afinal, o que jovens sentem que precisam desenvolver em si mesmos?

Habilidades mais importantes

	Para aprender	Para empreender	Para decidir quem quer ser	Para participar na sociedade
Vontade de aprender sempre	29%	22%	25%	20%
Trabalho em equipe e cooperação	24%	25%	18%	27%
Criatividade	23%	28%	21%	20%
Capacidade de tomar decisão	23%	23%	25%	18%
Empatia (colocar-se no lugar do outro)	20%	11%	15%	25%
Capacidade de resolver problemas	19%	20%	16%	17%
Pensamento crítico	18%	15%	22%	19%
Curiosidade e interesse intelectual	18%	13%	22%	13%
Comunicação e escuta	15%	15%	15%	23%
Conhecimento de tecnologias	15%	19%	12%	13%
Valorização da diversidade	13%	13%	13%	18%
Flexibilidade	12%	14%	13%	13%
Influência pessoal/liderança	11%	17%	13%	11%
Autocuidado e saúde	9%	8%	9%	9%
Autodidatismo (aprender por conta própria)	7%	9%	10%	6%
Nenhum deles	-	1%	1%	1%
Não sei/não quero responder	2%	5%	5%	4%



Jovens participantes eram apresentados a uma lista de 15 itens e podiam escolher até três opções. Os itens vinham indicados em ordem aleatória, mudando a cada entrevista.

De modo geral, as habilidades e competências consideradas mais importantes por jovens se diferem de acordo com o tema avaliado. No eixo de educação, o destaque é a vontade de aprender sempre, seguido por trabalho em equipe e cooperação; esta sendo a habilidade que foi mais indicada como importante em relação à participação social, seguida por empatia e comunicação.

Para empreender, a habilidade mais importante foi a criatividade, com destaque também para cooperação, capacidade de decisão e de resolver problemas e conhecimento de tecnologias. Para decidir quem quer ser, jovens valorizam a vontade de aprender, a capacidade de tomar decisões, o pensamento crítico e a curiosidade e interesse intelectual.

Principais aprendizados



Ao longo da pesquisa, observamos que jovens valorizam muito o professor e a escola como local e fonte para aprender, sendo esse um lugar também entendido como espaço de sociabilidade. A internet e todo o universo digital ocupam espaço importante e relevante no cotidiano dessa geração, mas não se destacam como principal referência para as juventudes. Vemos que as conexões offline ainda compõem a base de referências para estes jovens.

A escola é vista como potência!

Os influenciadores digitais têm sua relevância restrita a temas como empreendedorismo. Essas pessoas ampliam suas referências, mas não definem suas atitudes. No empreendedorismo, é comum que sejam trazidas trajetórias inspiradoras para formação empreendedora, mas, na prática, o núcleo mais próximo (professores e família) segue sendo o mais influente.

A família é uma das grandes referências pessoais para jovens se desenvolverem e participarem socialmente, onde são transmitidos e constituídos saberes comuns, mesmo que a composição familiar seja diversa e não tradicional.

A internet se apresenta como importante ferramenta de busca de informações e de contato com pessoas que têm interesses em comum. Pelas redes sociais, jovens participam de grupos, ficam sabendo de eventos e seguem personalidades ou lideranças ligadas aos temas com que eles se identificam.



6



Empreendedorismo

Dados da pesquisa

Apresentamos os resultados quantitativos e qualitativos do Juventudes e Conexões focados no eixo temático do empreendedorismo.

Como tema que vem ganhando amplitude nos últimos anos, são muitas as frentes a serem exploradas e muitos estudos desenvolvidos para aprofundar o entendimento do campo.

Os dados a seguir registram a percepção dos próprios jovens sobre os impactos das tecnologias digitais nos sentidos atribuídos ao universo do trabalho, no entendimento do que é empreendedorismo hoje e das possibilidades de empreender em um Brasil cada vez mais conectado.

Empreendedorismo

Na etapa de construção coletiva, **especialistas** e **jovens consultores** mapearam algumas inquietações, curiosidades e temas relevantes para o momento atual do empreendedorismo no Brasil, levando em consideração o que já havia sido abordado nas edições anteriores e na publicação temática *Juventude Conectada – edição especial Empreendedorismo* (2018).

O cruzamento dos interesses e reflexões de todos os públicos envolvidos na cocriação do estudo gerou um quadro síntese, norteador da pesquisa.

Mapeamento inicial de temas – Empreendedorismo



☆ Tratado na edição 2013-2014 ☆ Tratado na edição 2015-2016 ☆ Tratado nas edições 2013-2014 e 2015-2016 ✓ Abordado na edição 2018-2019

Para determinar as abordagens centrais que norteariam esta edição do estudo, **jovens consultores** debateram sobre cada um dos pontos e indicaram aqueles que consideravam mais oportunos a serem explorados.

Manifestaram uma intensa vontade de entender o quanto é comum a necessidade de integrar as aspirações profissionais com projetos pessoais. Na percepção deles, há uma tendência em se falar menos em acúmulo de dinheiro e mais em autorrealização, em gastar tempo de vida com algo pelo qual se tem prazer.

“Ter dinheiro, mas trabalhar 8 horas do dia com o que não se gosta???”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

Para eles, existe uma necessidade de se ter uma atitude empreendedora perante a vida, um papel ativo na tomada de decisões sobre sua própria trajetória. Referem-se à atitude empreendedora como um valor que vem ganhando cada vez mais espaço nas falas de quem está envolvido no tema do empreendedorismo.

Essa forma de se relacionar com a vida e com a sociedade, segundo **jovens consultores**, demanda o desenvolvimento de certas habilidades e competências que, para eles, poderiam ser fomentadas por diferentes pessoas e em diferentes ambientes, inclusive, o escolar.

Para mais informações sobre o que jovens consideram ser “atitude empreendedora”, conheça o *Juventude Conectada – edição especial Empreendedorismo* (2018) fundacaotelefonica.org.br/projetos/juventude-conectada

“Você não tem na escola disciplinas comportamentais, é só técnico, e depois você se ferra para aprender habilidades humanas.”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

Essas e outras reflexões e provocações trazidas por **jovens consultores**, somadas a aprendizados de levantamentos anteriores, foram transformadas em perguntas que compuseram esta edição do estudo e cujos resultados podem ser conferidos a seguir.



Perfil empreendedor

Entre a primeira edição do estudo (2013-2014) e a segunda (2015-2016), percebemos que jovens passaram a responder à pesquisa com menos dúvidas quanto ao tema do empreendedorismo. A hipótese levantada era que o assunto estava ganhando espaço, sendo mais discutido e levado para ambientes em que jovens circulam, gerando um maior amadurecimento sobre o assunto.

Alguns anos depois, muito tem sido debatido e ainda não se construiu um consenso sobre o que é empreender, qual é o melhor momento para isso e por onde começar. Notamos, nesta edição, que a compreensão de jovens sobre o conceito vem se alargando: mesmo que continuem associando o empreender a um negócio, nos grupos de discussão ouvimos algumas definições que iam além dos processos mais estruturados.

Definições espontâneas de empreendedorismo:

- ✓ Ter o próprio negócio.
- ✓ Ter um empreendimento mais estruturado.
- ✓ Ter qualquer iniciativa ainda que menos estruturada (bolos, artesanato, brigadeiro etc.).
- ✓ Ter uma grande ideia.
- ✓ Apresentar soluções.
- ✓ Ajudar outras pessoas ou atuar com viés social.

Nos grupos de discussão, jovens revelaram sentir que o tema do empreendedorismo está mais próximo e conhecido entre eles, mas que o conceito difundido ainda é estereotipado e focado na concretização de um negócio próprio ou abertura de empresas.

“Tenho alguns amigos que já empreendem, mas são só alguns. Não são muitos, acho que é algo difícil e de grande porte empreender. Alguns conseguem, mas a grande maioria ou nem tenta ou não consegue.”

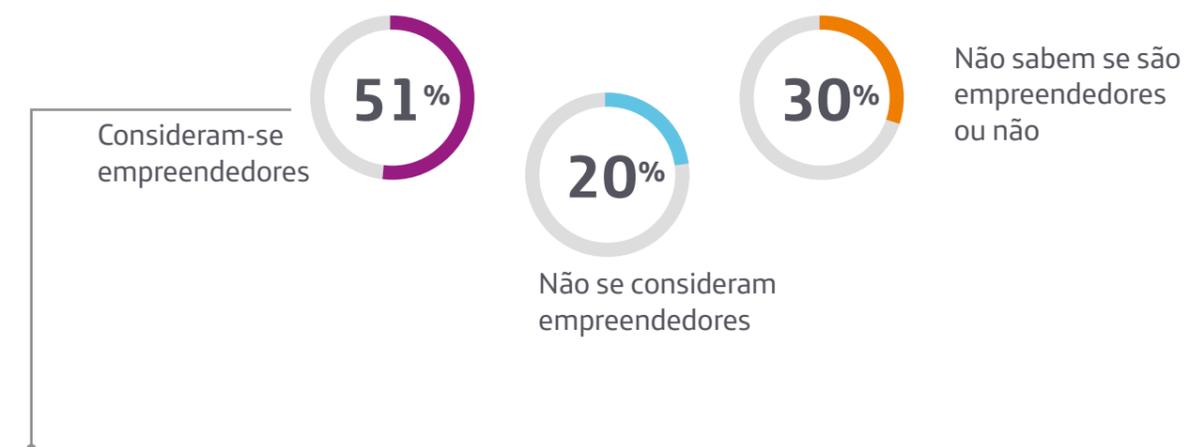
Jovem em grupo de discussão, entre 15 e 19 anos, classes AB

Para alguns, essa visão é limitada e exclui uma parcela importante de pessoas com atitudes e iniciativas empreendedoras. Independentemente de qual conceito cada um adota, procuramos entender em que medida jovens, imersos ou não nesse universo, percebem-se como empreendedores.

“[Empreender] não é fazer o que quero sempre, é poder escolher, mesmo fazendo o que não quero, mas sei que faz sentido para mim. O jovem de hoje tem senso de não pertencimento em geral, então empreende por necessidade e pela questão de se empoderar.”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

Autopercepção como empreendedores



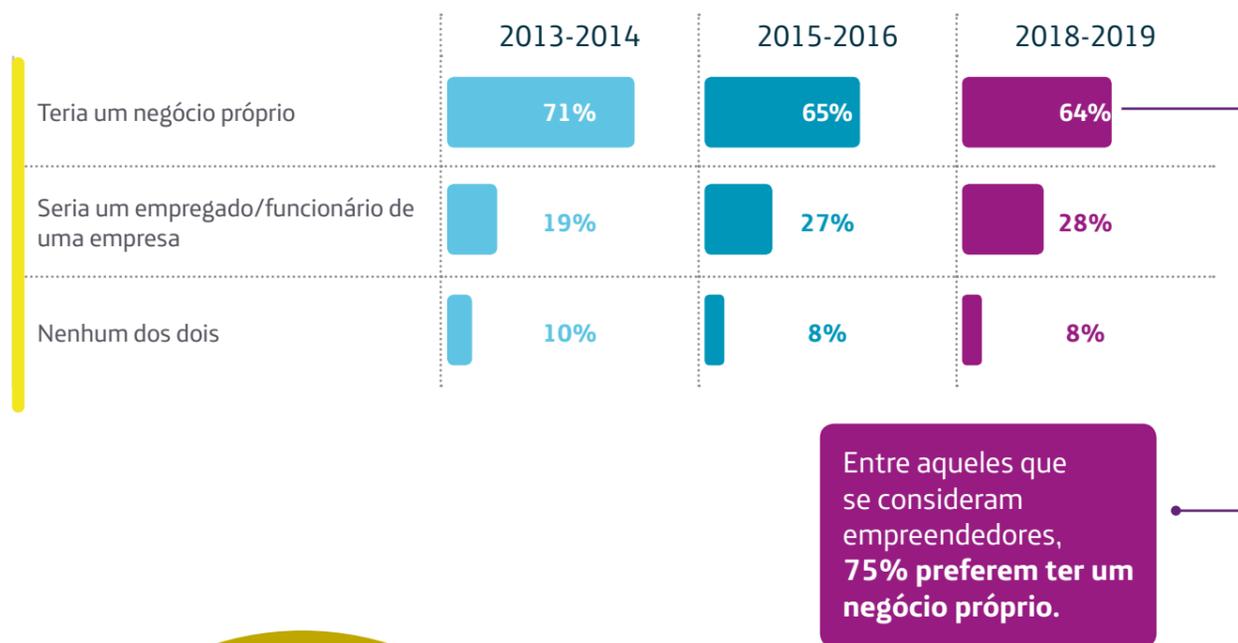
No *Juventude Conectada – edição especial Empreendedorismo* (2018), feito com amostra nacional de 400 jovens internautas de classes ABC, 56% se consideravam empreendedores.

Ainda que haja mais circulação de informações sobre empreendedorismo entre jovens, destacamos que 30% não sabem se são empreendedores ou não. Alguns jovens dos grupos de discussão, inclusive, contaram que têm pequenos negócios, mas não se consideram empreendedores, pois entendem que são atividades pequenas, temporárias ou só para ganhar um “dinheiro extra”.

“A periferia já empreende diariamente, principalmente por não ter acesso a empregos formais. Os jovens não reconhecem que fazer os corres se chama empreendedorismo.”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

Se pudesse escolher, o que faria em relação ao futuro profissional



No comparativo entre as edições, notamos que a preferência dos entrevistados em relação ao seu futuro profissional mudou: caiu a quantidade daqueles que querem ter um negócio próprio e subiu o número daqueles que querem ser empregados de uma empresa.

Para entendermos melhor as preferências desses jovens em relação ao trabalho e ao empreendedorismo, perguntamos a eles qual a probabilidade de abrirem um negócio próprio nos próximos cinco e dez anos. Observamos que há entre eles uma vontade de empreender, mas não agora.

Probabilidade de abrir um negócio nos próximos anos

	2013-2014	2015-2016	2018-2019	
Próximos 5 anos	Muito provável	15%	21%	21%
	Provável	28%	28%	29%
	Pouco provável	30%	27%	27%
	Nada provável	14%	12%	13%
	Não sei	13%	12%	11%
Próximos 10 anos	Muito provável	31%	30%	33%
	Provável	34%	34%	34%
	Pouco provável	19%	17%	15%
	Nada provável	7%	8%	8%
	Não sei	11%	11%	10%

De modo geral, jovens parecem cautelosos com relação a abrir um negócio.

“Eu acho que eu tenho que aprender muita coisa ainda antes de pensar em empreender e ter esse tipo de responsabilidade, não que seja algo que eu nunca vou querer, mas acho que agora não.”

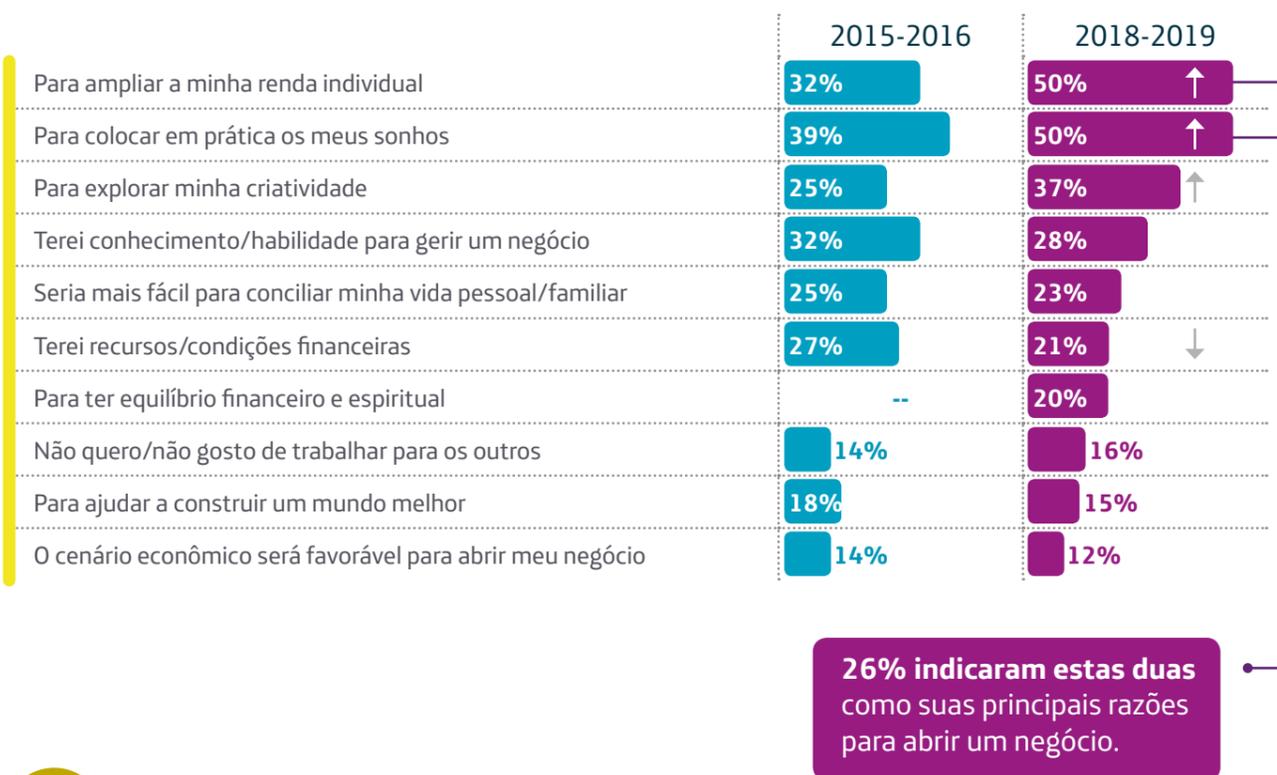
Jovem em grupo de discussão, entre 22 e 29 anos, classes AB

Desde 2013-2014, a maior parte dos que têm vontade de ter um empreendimento projeta essa possibilidade para um longo prazo (dez anos). **Jovens consultores** acreditam que, com um período maior de vida, é possível ter mais maturidade e mais experiência para manter uma iniciativa, embora reconheçam que existem riscos de empreender a qualquer tempo. É interessante notar que a proporção dos que consideram muito provável ou provável abrir um negócio em dez anos se manteve estável entre as edições do estudo, permanecendo na faixa dos 64% a 67%. Assim, mesmo em um contexto socioeconômico instável no país, as projeções de jovens não se abalaram.

Ao mesmo tempo, vemos que a proporção daqueles que consideravam provável ou muito provável abrir um negócio em um horizonte de médio prazo (cinco anos) aumentou entre 2013-2014 (43%) e 2015-2016 (49%), mas se manteve estável em 2018-2019 (50%).

Mas o que os leva a tomar essa decisão de médio prazo? Buscamos então conhecer as motivações que levam jovens a quererem abrir um negócio.

Razões para abrir um negócio



Esta pergunta foi aplicada aos 50% que dizem ser "muito provável" ou "provável" que empreendam nos próximos cinco anos e os respondentes podiam optar por até duas alternativas.

Vemos que as razões são bem variadas, indo desde vontade de explorar novas oportunidades até realizar sonhos e projetos pessoais, ao mesmo tempo em que caem as questões ligadas a recursos financeiros ou a conhecimento para gerir o negócio.

Nesta edição, observamos que menos jovens trazem como principais motivos questões ligadas a recursos financeiros ou ter conhecimento para gerir o negócio.

Quando 26% de jovens indicam que as duas principais razões para abrir um negócio são, ao mesmo tempo, "ampliar a renda individual" e "colocar em prática seus sonhos", percebemos que alguns deles veem uma chance de aliar lucro e propósito de vida no ato de abrir um negócio.

"A grana é primordial, mas o sonho é a mola propulsora. Se não tenho grana, sonho. Tenho grana, realizo."

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

"As pessoas estão conhecendo mais seus próprios propósitos."

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

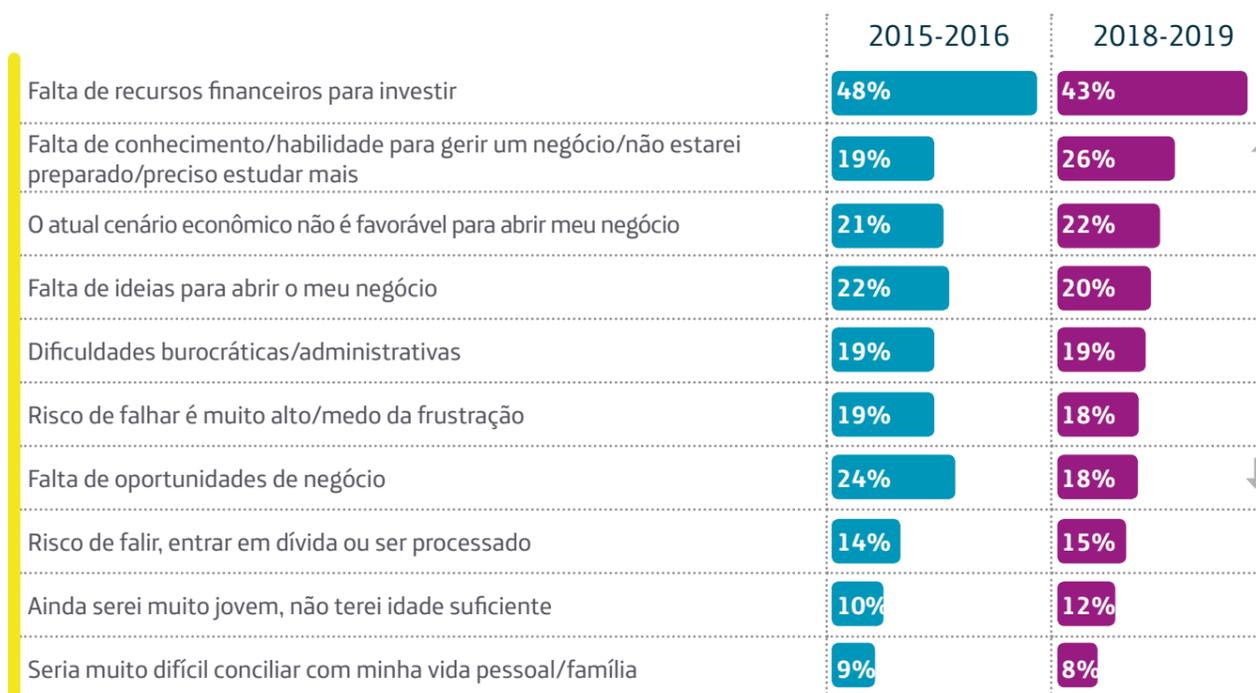
Nos grupos de discussão, foi destacado que, por meio do negócio, é possível encontrar uma maneira de gerar renda não só para si, mas para outras pessoas também, como familiares, amigos ou mesmo desconhecidos.

Além dessa vontade de conciliar o universo do trabalho às necessidades pessoais, vemos um crescimento de 12% entre jovens que se motivariam a abrir o próprio negócio para explorar a sua criatividade.

Além dessas razões, nos grupos de discussão, jovens ressaltam que abrir um negócio poderia proporcionar mais qualidade de vida, por não se ter um chefe, ter horários flexíveis e poder propor modelos e objetivos estabelecidos por eles próprios.

De modo geral, parece-nos que a forma de trabalho demonstra ser mais interessante do que a ideia de ter um negócio próprio.

Razões para não abrir um negócio



Esta pergunta foi aplicada aos 40% que dizem ser "pouco provável" ou "nada provável" que empreendam nos próximos cinco anos e os respondentes podiam optar por até duas alternativas.

Para jovens participantes da pesquisa, as principais razões para não empreender foram o sentimento de insegurança ligado à falta de conhecimento para iniciar alguma atividade e questões de ordem financeira – por não terem o capital inicial ou mesmo pelo medo de perder dinheiro.

“Muitas pessoas têm vontade de se tornar um empreendedor, porém existe a condição financeira que poucos têm.”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

“O medo do fracasso financeiro é muito alto.”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção



Chamou a atenção a queda da quantidade de jovens que acreditam que a falta de oportunidades é uma das principais razões para não abrir um negócio. Isso pode sinalizar uma percepção de que há uma tendência de estímulo crescente ao empreendedorismo.

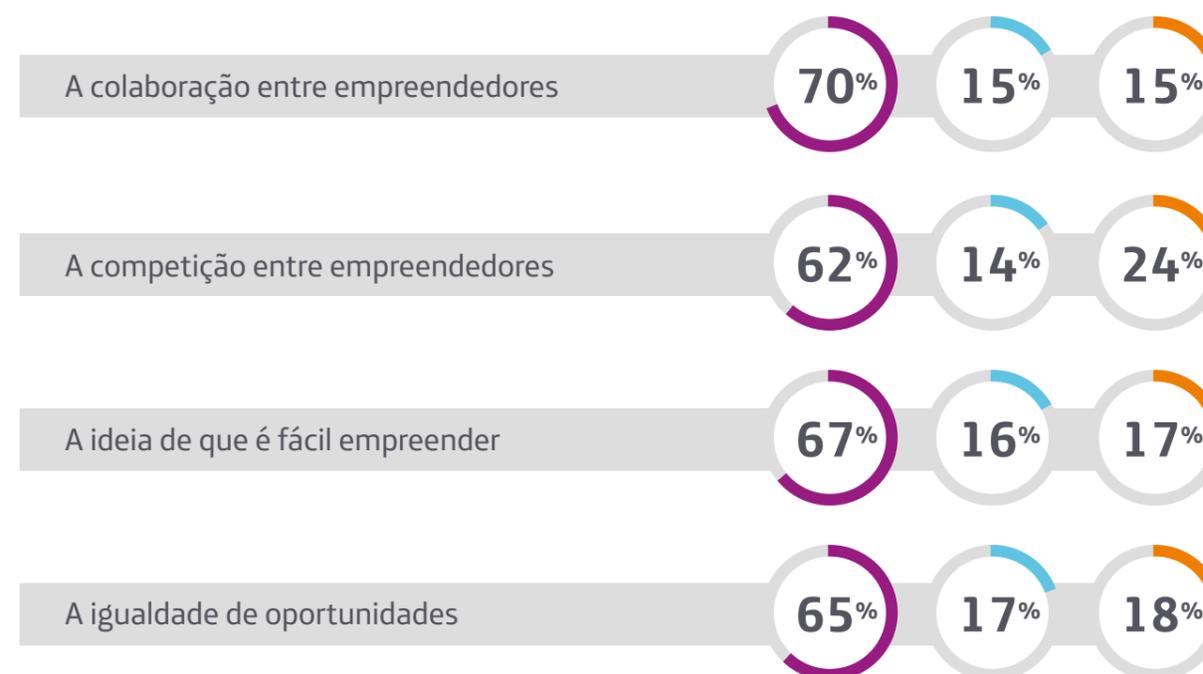
Por outro lado, cresceu o número de jovens que sentem cada vez mais a necessidade de ampliar conhecimentos antes de empreender (de 19% para 26%). Vemos essa importância, inclusive, quando a burocracia passa a ser um fator para não abrir um negócio, também mencionada nos grupos de discussão.

Influências das tecnologias digitais para empreender

Procuramos entender se, na visão de jovens, a internet e seus recursos impactam de alguma forma o universo do empreendedorismo. Para isso, pedimos que eles avaliassem se as relações, oportunidades e possibilidades sofreram influências positivas ou negativas.

Avaliação da influência da internet para empreender

● Positiva (melhora) ● Não influenciou ● Negativa (piora)



Há uma percepção comum de que a internet influencia positivamente o universo do empreendedorismo nas diferentes dimensões testadas. No entanto, **especialistas** ponderam que, apesar de a internet melhorar a colaboração e a competição entre os empreendedores, ela, não necessariamente, contribui para a igualdade de oportunidades entre eles.

Entre todas as dimensões avaliadas, aquela que mais jovens consideram ter sofrido influência negativa a partir da internet foi a competição entre empreendedores. Contudo, não houve um consenso entre **jovens consultores** sobre os motivos dessa visão.

Tecnologias digitais em práticas e relações para empreender

● 0 a 6 discordam (%)
 ● 7 e 8 concordam em parte (%)
 ● 9 e 10 concordam totalmente (%)
 ● Não sabe (%)
 ● Média



Gráfico apresenta as porcentagens relativas às notas de 0 a 10 dadas pelos entrevistados a cada pergunta, onde 0 significava discordar totalmente e 10, concordar totalmente. Considera-se um alto nível de concordância quando são atribuídos pontos 10 e 9; e baixo nível de concordância quando de 6 a 0. Para representar de forma sintética a percepção geral, são apresentadas as pontuações médias do conjunto de respondentes (calculadas por média simples).

Em um contexto de transformações nos padrões de trabalhos e poucas pistas do que virá pela frente, mais da metade dos entrevistados concordam que as mudanças no mercado e as profissões do futuro os preocupam.

Não à toa, a maioria coloca a escola como espaço desejado para se falar e receber orientações sobre empreendedorismo.

Ao mesmo tempo em que as instituições de ensino são reconhecidas como importantes referências para empreender, boa parte dos jovens veem a internet como o lugar que estimula a inovação e as oportunidades, onde quem está conectado tem mais chance de ter sucesso com seu negócio. Contudo, jovens não demonstram segurança para desenvolver seu próprio modelo de empreendimento, assim como também, de uma maneira geral, sentem-se pouco incentivados a empreender – ainda que no gráfico das razões para não empreender a “falta de oportunidades de negócio” tenha diminuído sua prioridade.

A maior parte dos jovens concordam que é importante que o trabalho esteja alinhado aos seus propósitos de vida, reforçando as escolhas das principais razões para abrir um negócio (50% para ampliar a renda individual e 50% para colocar em prática seus sonhos). Algumas reflexões de **jovens consultores** demonstram um pouco mais dessa ânsia:

“Sucesso é poder escolher e ter liberdade para fazer o que gosta.”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

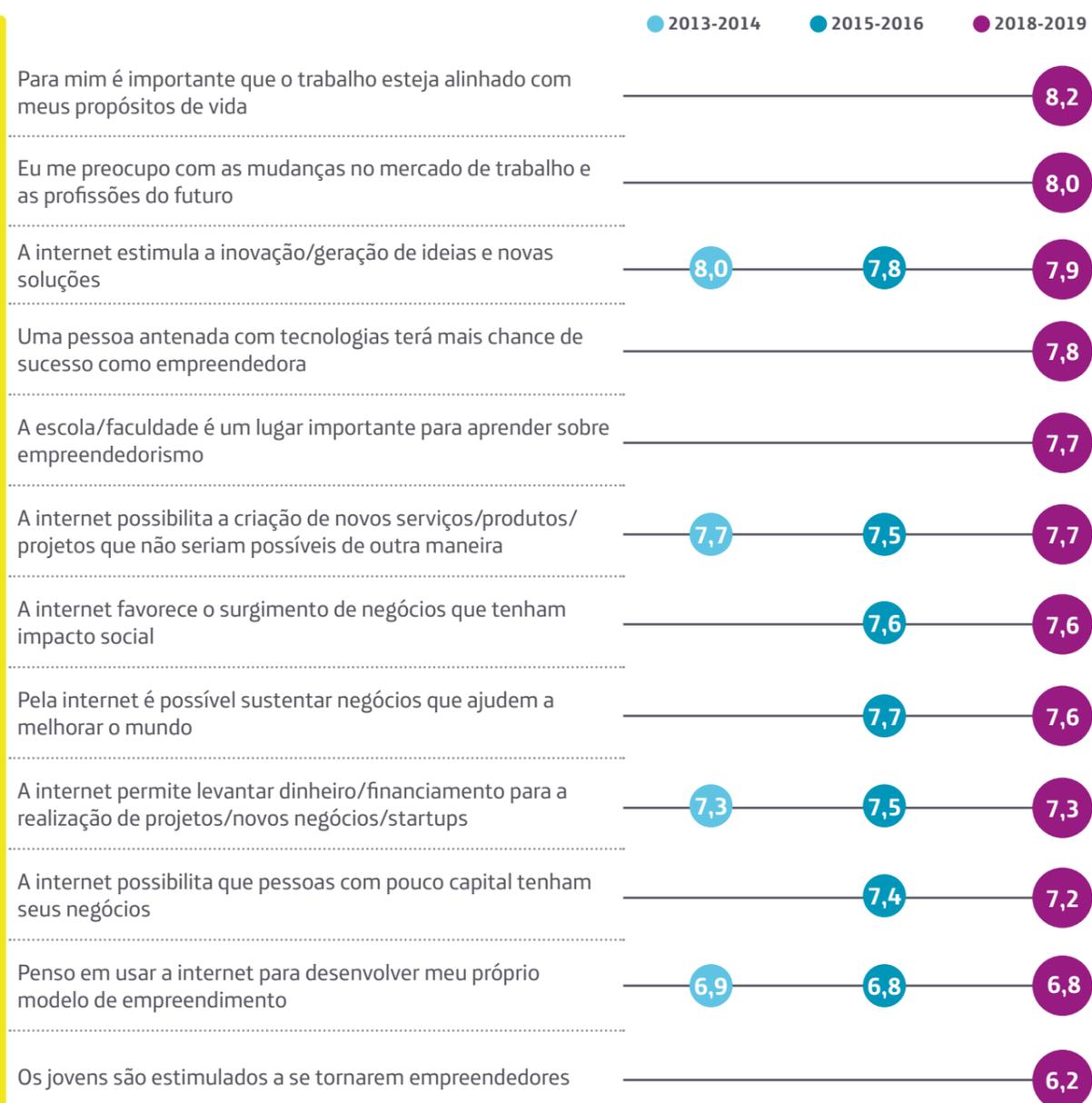
“Embora eu não tenha sido provocada e estimulada a empreender, cresci ouvindo que trabalho é uma coisa e felicidade é outra. E eu falei ‘não quero, quero ter propósito no que faço’.”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

“Não me importo de trabalhar para alguém, se for em organização com coisas que gosto, não me importaria em receber ordens.”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

Tecnologias digitais em práticas e relações para empreender – série histórica



Entrevistados responderam às perguntas utilizando uma escala de 0 a 10, onde 0 significava discordar totalmente e 10, concordar totalmente. Nessa edição, novas frases foram incluídas na questão que não estavam presentes nas edições anteriores do estudo.

Ao longo das três edições do estudo, vemos que a internet se mantém, na avaliação de jovens, como espaço relevante para estimular inovação e geração de soluções. Contudo, a internet continua pouco popular como ambiente para juventudes desenvolverem seus próprios modelos de empreendimento. Assim, percebemos que a forma como tem sido vista por jovens está consolidada, sem variações significativas na série histórica do estudo.

Tecnologias digitais em práticas e relações para empreender – relação sexo e idade



Fem. = Feminino | Masc. = Masculino



Apresentamos alguns comparativos entre médias para identificar variações de percepção entre jovens de diferentes perfis: sexo masculino e feminino; faixas de idade diferentes; escolaridade e classes sociais. Consideramos que há percepções diferentes quando a média do menor para o maior é de pelo menos 0,4 ponto.

Jovens do sexo masculino e feminino tiveram respostas bastante parecidas sobre o uso das tecnologias digitais para empreender. Apesar desse equilíbrio, as mulheres sentem mais que a escola/faculdade é importante para aprender sobre empreendedorismo e que jovens são estimulados a empreender.

Já entre as diferentes faixas de idade, percebemos que jovens de 15 a 19 anos são os que menos concordam com as possibilidades que a internet pode proporcionar ao empreendedorismo, talvez porque, por seu momento de vida, o uso que fazem dela não esteja relacionado ao universo do trabalho.

Tecnologias digitais em práticas e relações para empreender – escolaridade e classe social

	Total	Escolaridade			Classe social			
		EF	EM	ES	A	B	C	DE
Para mim é importante que o trabalho esteja alinhado com meus propósitos de vida	8,2	7,7	8,2	8,3	7,8	8,5	8,2	7,8
Eu me preocupo com as mudanças no mercado de trabalho e as profissões do futuro	8,0	7,8	8,1	8,0	7,9	8,3	8,1	7,6
A internet estimula a inovação/geração de ideias e novas soluções	7,9	7,6	7,9	8,1	7,0	8,5	8,0	7,3
Uma pessoa atendida com tecnologias terá mais chance de sucesso como empreendedora	7,8	7,6	7,8	7,9	7,5	8,1	7,8	7,4
A escola/faculdade é um lugar importante para aprender sobre empreendedorismo	7,7	7,8	7,7	7,8	8,2	7,7	7,8	7,6
A internet possibilita a criação de novos serviços/produtos/projetos que não seriam possíveis de outra maneira	7,7	7,3	7,7	8,0	8,1	8,3	7,7	7,2
A internet favorece o surgimento de negócios que tenham impacto social	7,6	7,2	7,6	7,8	7,2	8,0	7,7	7,0
Pela internet é possível sustentar negócios que ajudem a melhorar o mundo	7,6	7,2	7,5	7,8	7,6	8,0	7,6	7,0
A internet permite levantar dinheiro/financiamento para a realização de projetos/novos negócios/startups	7,3	7,1	7,2	7,6	7,7	7,9	7,4	6,6
A internet possibilita que pessoas com pouco capital tenham seus negócios	7,2	6,9	7,2	7,3	6,9	7,5	7,2	6,8
Penso em usar a internet para desenvolver meu próprio modelo de empreendimento	6,8	6,6	6,8	6,9	6,1	7,1	6,8	6,5
Os jovens são estimulados a se tornarem empreendedores	6,2	6,7	6,1	6,2	5,5	6,2	6,3	6,3

EF = Ensino fundamental | EM = Ensino médio | ES = Ensino superior



Apresentamos alguns comparativos entre médias para identificar variações de percepção entre jovens de diferentes perfis de escolaridade e classe social. Em relação à escolaridade, os entrevistados foram divididos em ensino fundamental, médio e superior. As classes sociais foram divididas em A, B, C e DE.

Especialistas concordam com jovens respondentes que a internet ampliou o acesso a ferramentas que ajudam no desenvolvimento do negócio (comunicação, articulação, busca de clientes, análise estratégica, engajamento etc.), mas alertam que ela também pode reforçar alguns tipos de desigualdades, como as vantagens que jovens que dispõem de recursos (financeiro, humano, estrutural etc.) têm sobre aqueles que não os possuem. Como abordamos no capítulo 1, essas diferenças no acesso ainda fazem parte do contexto de país e influenciam a população jovem em seus usos.

Demonstração dessa diferença pode ser vista na tabela anterior, que mostra que jovens com ensino superior acreditam mais nos benefícios da internet para a área do empreendedorismo. Percebemos que quanto maior a escolaridade, mais jovens veem que novos negócios, serviços ou formas de trazer impacto social podem ser estimulados pelo ambiente digital.

Quando observamos as avaliações entre as classes sociais, vemos que a classe B é a que mais concorda que a internet estimula a inovação e o empreendedorismo, diferentemente das classes DE, que, em geral, avaliaram com notas mais baixas o potencial da internet para o empreendedorismo.



Peculiaridades regionais

Região Norte

São os que menos pensam em usar a internet para desenvolver seu próprio modelo de empreendimento.



Regiões Nordeste e Sudeste

São os mais alinhados às médias nacionais em todos os itens avaliados.



Região Centro-Oeste

De modo geral, tendem a ser menos favoráveis ao uso de tecnologias digitais para empreender.

São os que menos acreditam que o trabalho deva estar alinhado aos seus propósitos de vida.



São os que menos se preocupam com as mudanças no mercado de trabalho e as profissões do futuro.



São os que menos concordam que uma pessoa atendida com tecnologias terá mais chance de sucesso como empreendedora.



Região Sul

São os que mais acreditam que a internet possibilita a criação de novos serviços/produtos/projetos que não seriam possíveis de outra maneira.



São os que menos acreditam que a internet permite levantar dinheiro/financiamento para a realização de projetos/novos negócios/startups.



Educação e empreendedorismo

“A gente é formado para obedecer e não empreender.”

Jovem consultor em oficina de PerguntAção

Ao longo da análise deste eixo, diversas vezes a educação apareceu como possível aliada ao empreendedorismo. **Jovens consultores** e participantes dos grupos de discussão alertam, contudo, que essa é uma relação pouco explorada e que falar de empreendedorismo na escola, na maioria dos casos, é um tema tabu, em especial na educação básica.

Qual o melhor momento para falar sobre empreendedorismo? Como abordar o tema? A partir de qual idade?

Para eles um momento oportuno para se aproximar do tema seria no ensino médio, quando estão começando a se inserir no mercado de trabalho e se preocupar com o futuro profissional. O empreendedorismo na escola proporcionaria:

- ✓ Motivação e confiança para empreender um dia.
- ✓ Coragem para se arriscar.
- ✓ Saber como iniciar o próprio negócio.
- ✓ Habilidade para lidar com as dificuldades.
- ✓ Conhecimento para investir melhor o dinheiro.

“A gente no ensino fundamental e médio não teve esse contato. Saímos da escola e fomos apresentados ao mercado de trabalho, mas sem esse negócio empreendedor, sem esse conhecimento, sem essa informação.”

Jovem em grupo de discussão, entre 15 e 21 anos, classes AB

Na prática, jovens dizem só ter acesso ao assunto quando têm aulas, em cursos técnicos e/ou em faculdades, a depender da área cursada.

Além disso, os grupos de discussão também enfatizaram que é importante que a própria família os estimule, acredite na ideia do negócio ou na carreira que escolheram.

“De repente a pessoa tem ideias muito interessantes, mas acaba não fazendo nada por falta de coragem. Óbvio que essa coragem é consequência de falta de renda, de falta de capacidade de informações e tudo mais, mas também falta ‘vou tentar, vou arriscar’.”

Hugo Kovac, projeto Abacaxi

Outras formas que facilitariam a aproximação deles com o empreendedorismo seria a criação de premiações mais abrangentes e frequentes e a difusão do tema nos canais de comunicação. **Especialistas**, contudo, alertam que o excesso de informações que estão circulando sobre o tema não é garantia de que seus conteúdos tenham qualidade e confiabilidade.

Principais aprendizados

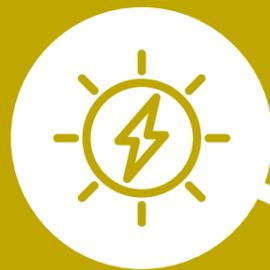


Como observamos durante a pesquisa, a maior parte de jovens tem percepção de que as tecnologias digitais são facilitadoras no processo de empreender. Tanto **jovens consultores** como **especialistas** qualificam essa visão e dizem que, além das diferentes perspectivas sobre os usos e acessos produzidos pelos diferentes contextos, como idade, escolaridade, gênero, classe e região de moradia, há uma oportunidade na formação deles a partir de uma abordagem transversal entre educação e empreendedorismo. Na escola, além do conteúdo comum, poderiam ser exploradas competências e habilidades que o mercado de trabalho já vem demandando dessa geração.

Essas competências estão diretamente relacionadas ao que jovens têm trazido como necessidade de alargamento do conceito de empreendedorismo, que se conecta com a ideia de atitude empreendedora. Mais do que isso, apontam para a tendência de alinhamento entre lucro e sonho, trabalho e projeto de vida.

50% afirmaram que as **principais razões para empreender é aumentar a renda individual** e colocar em práticas os seus sonhos.

Para esses jovens, a ideia de empreender é atrativa, pois permite olhar de forma diferente para o mundo do trabalho. Se, por um lado, jovens acham que a internet ajudou a difundir a ideia de que é fácil empreender, por outro, sentem-se mais confiantes para iniciar um negócio a longo prazo (dez anos). Ao mesmo tempo, defendem que é preciso tornar o conceito de empreendedorismo ainda mais amplo e inclusivo, para que mesmo os pequenos empreendedores se considerem como tais e possam integrar redes de negócios, pessoas, oportunidades etc. e buscar meios de se qualificar e estruturar seus projetos.



7

Empreendedorismo

O empreendedorismo ao alcance de jovens



Lílian da Silva Botelho

Desenvolvo soluções educacionais e atuo na formação de professores para conectar o jovem com empreendedorismo, com metodologias ativas e aderentes à nova realidade com o futuro do trabalho. Acredito que a educação empreendedora pode contribuir com a transformação da vida de jovens, tornando-os protagonistas da própria história. Sou uma curiosa nata, apaixonada por livros e revistas, admiro a fotografia e coleciono caderninhos para registrar as ideias do dia a dia.

O empreendedorismo ao alcance de jovens

Será que jovens estão conectados com o tema do empreendedorismo? Como esta sociedade complexa, multifacetada, plural, que vive transformações intensas, disruptivas, principalmente em decorrência da tecnologia digital e da internet, impacta a relação do jovem com o mundo do trabalho e suas escolhas para o futuro?

Empreendedorismo, uma concepção para contribuir com o mundo

Se pararmos para pensar, empreendedorismo não é um assunto novo. Um estudo bibliográfico realizado pelo Sebrae e Fundação Dom Cabral (2016) relata que a primeira tentativa de descrever o empreendedorismo e o empreendedor ocorre em 1755 pelo economista francês Richard Cantillon. Nessa época o empreendedorismo ganhou importância econômica e o empreendedor passou a ser associado ao desenvolvimento da economia de um país.

Múltiplas abordagens e conceituações sobre “empreendedorismo”, “empreendedor” e até “empreender” compõem o campo de conhecimento sobre o tema. Ao longo do tempo, estudiosos traçaram linhas conceituais que tinham como foco ora o indivíduo empreendedor e suas características, ora as conjunturas e contextos para se empreender.

Para Schumpeter (1912), por exemplo, o empreendedor é o agente gerador de mudanças na economia e, por meio da “destruição criativa” e da inovação, é responsável pelo desenvolvimento do sistema econômico. Por outro lado, Kirzner (1997) alega que o empreendedor, ao descobrir as falhas do mercado e conseguir mobilizar recursos para transformá-las em oportunidades, acaba gerando o equilíbrio do próprio mercado. Já Shane e Venkataraman (2000) atualizam essa percepção e enfatizam a relevância da junção das características da oportunidade (contexto, por exemplo) e da natureza do indivíduo empreendedor, ou seja, é a conexão entre a existência de oportunidades lucrativas e a existência de indivíduos empreendedores. Nesse sentido mostra a importância de compreender o contexto existente para a formação de um ambiente propício ao empreendedorismo.

Apesar de ser um tema pouco explorado na sociedade em geral, vimos que para jovens da pesquisa ele é atrativo e desperta interesse (51% diz que se considera empreendedor). Conforme observamos, jovens conseguem discutir e emitir opinião a respeito, ainda que com pouca propriedade.

Entre a edição anterior e esta do Juventudes e Conexões, a Fundação Telefônica Vivo (em parceria com a Rede Conhecimento Social e o IBOPE Inteligência) desenvolveu uma edição especial do estudo que tratou exclusivamente do tema Empreendedorismo (2018). Nele perguntou-se a jovens sobre o que entendiam por “empreender” e “empreendedor”. Para

Veja os dados completos dessa edição em: fundacaotelefonica.org.br/projetos/juventude-conectada/

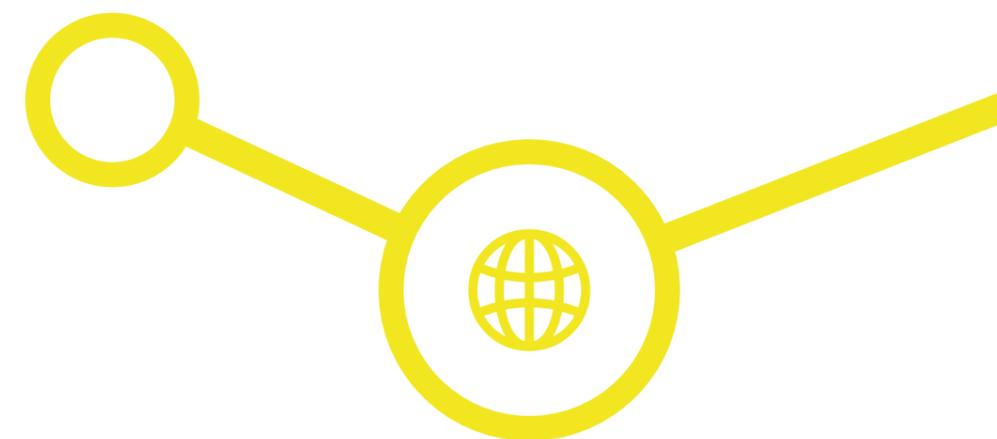
61% deles, empreender era ter um propósito, para 55% era conseguir colocar em prática seus sonhos e 54% diziam que era liderar ideias criativas. Já o empreendedor é “aquela pessoa que busca oportunidades e/ou saídas para alguma situação e trabalha para que ela possa acontecer. É alguém que pensa, que tem voz e que busca meios para concretizar suas ideias” (p. 27).

A autora Saras Sarasvathy (2001) traz uma perspectiva que conversa com o que jovens percebem sobre o tema. Ela entende o empreendedor como:

“um ator imaginativo que aproveita oportunidades contingentes, e explora todos e quaisquer meios à sua disposição para atender a uma pluralidade de aspirações atuais e futuras, muitas das quais são moldadas e criadas através do próprio processo de tomada de decisões econômicas e não são dadas a priori”.

Ou seja, propõe que a figura da pessoa empreendedora seja aquela que faça e aconteça com o que tem em mãos e em alinhamento com o seu propósito. Esse conjunto de características (qualidades e aptidões) é comumente conhecido por “atitude empreendedora”¹.

Nesse contexto, uma das colocações trazidas por jovens nas diferentes etapas do estudo é a importância de compreender o empreendedorismo de forma ampla, relevante não só para o desenvolvimento de negócios, mas também para o plano de vida e carreira dos jovens. Empreendedorismo é para a vida!



¹No “Juventude Conectada – edição especial Empreendedorismo” (2018) é possível conferir a relação dessas características e motivações que constituem a atitude empreendedora.

Jovens e sua trajetória empreendedora

Nas três edições do estudo, foi perguntado a jovens “se pudessem escolher entre ter um negócio próprio e ser um empregado/funcionário de uma empresa, o que preferem?”. Para além da escolha entre uma ou outra resposta, observa-se que a mentalidade empreendedora está presente entre eles e há espaço para explorar o tema, pois 51% se consideram empreendedores, enquanto 20% não. O “não sabe” é bastante representativo (30%), mostrando o quanto é importante proporcionar conhecimento sobre o que é empreendedorismo e levar aos jovens a oportunidade de desenvolverem comportamento e atitude empreendedora.

No contexto brasileiro, tem-se mostrado crescente o número de iniciativas de jovens empreendedores. Um levantamento realizado pelo Sebrae em 2018 com público de 18 a 34 anos apontou que a ideia de se tornar um empreendedor já está presente desde cedo: um em cada três empresários tem o pensamento de empreender antes de completar 18 anos.

Corroborando com essa tendência, no *Juventude Conectada – edição especial Empreendedorismo* (2018) mapeou-se a “trajetória de empreendedores jovens” e se percebeu que é comum, no início desse caminho, na infância ou adolescência, o jovem ter tido algum tipo de experiência com vendas (organizadas por ele próprio) e mais tarde, na juventude, ter tido o contato com empreendedorismo na faculdade ou em projetos sociais.

Naquele estudo também foi percebido que “o período imediatamente após a faculdade pode ser uma oportunidade para empreender, colocando em prática os aprendizados e gerando renda a curto prazo, sem depender das vagas do mercado de trabalho. Jovens entre 20 e 24 anos são os que mais consideram que uma das razões para empreender é a realização de sonho(s) ou projeto de vida” (FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO, 2018).

A realização pessoal tem sido colocada como a maior motivação para abertura de novos negócios, uma tendência vinculada ao propósito, que muitas vezes não é percebido de forma imediata, mas, quando colocado como objetivo criar o próprio emprego, gerar novas vagas, inovar, movimentar a economia conseguindo impactar socialmente, esse empreendimento ganha sentido para a vida.

Veja os dados completos no gráfico Se pudesse escolher, o que faria em relação ao futuro profissional, capítulo 6, página 90.

O futuro do trabalho ou futuro das habilidades?

O futuro é hoje e já começou! Quarenta e cinco por cento dos jovens entrevistados no *Juventudes e Conexões* dizem preocupar-se muito com as mudanças no mercado de trabalho e as profissões do futuro. Além da crescente e contínua automatização de diversas funções hoje ocupadas por seres humanos, surgirão profissões que ainda não existem, novos empregos e novos formatos de trabalho que devem exigir características (ainda) estritamente humanas, as chamadas *soft skills* – competências associadas à personalidade e ao comportamento de um indivíduo, também conhecidas como habilidades mentais, emocionais e sociais que surgem a partir das experiências individuais e não são adquiridas com formação técnica.

Como exemplo da influência das *soft skills* nos processos educacionais, podemos destacar a elaboração da Base Nacional Comum Curricular brasileira (BNCC), que, além de organizar os conteúdos que devem ser abordados no ensino infantil, fundamental e médio, também orienta as dez competências que deverão ser inseridas no processo de ensino-aprendizagem – em sintonia com o desenvolvimento de habilidades para atitude empreendedora.

Anna Penido (Instituto Inspirare e Movimento Pela Base), uma das principais referências para discutir a BNCC, destaca dez dessas competências socioemocionais para os dias de hoje²: conhecimento (contínuo e colaborativo); pensamento científico, crítico e criativo; ampliação do repertório cultural; saber se comunicar; interagir e produzir conhecimento via cultura digital; trabalho alinhado ao projeto de vida e de sociedade; aprendizado de argumentações e defesa de pontos de vista; autoconhecimento e autocuidado; empatia e cooperação; responsabilidade; e cidadania.

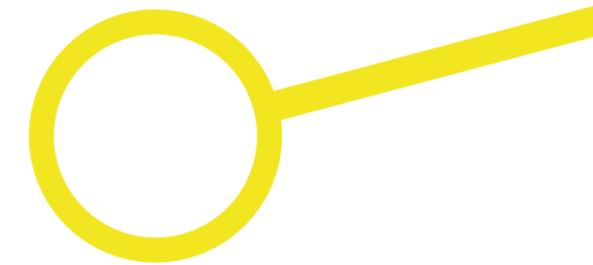
Numa perspectiva bastante alinhada a essa, jovens dos grupos de discussão do *Juventudes e Conexões* dizem que as competências mais importantes que devem desenvolver para empreender são:

- ✓ Coragem e confiança.
- ✓ Capacidade de resolver problemas.
- ✓ Criatividade.
- ✓ Conhecimento na área.
- ✓ Ter compromisso.
- ✓ Perseverar e ter força de vontade.
- ✓ Socializar-se.
- ✓ Ter interesse pelo empreendedorismo.



Veja os dados completos no gráfico Tecnologias digitais em práticas e relações para empreender, capítulo 6, página 96.

²Matéria publicada pela revista Nova Escola e Fundação Lemann (2019).



Percebe-se que jovens conseguem descrever as habilidades que estão diretamente conectadas com a prática do empreendedorismo, mesmo que a maioria não saiba desenvolver o assunto. É preciso avançar e inserir o tema no âmbito educacional, incluir nos currículos escolares, nos ensinamentos médio e superior, e promover conhecimento que consiga refletir no desenvolvimento econômico de uma região, cidade e até mesmo de um país.

A estratégia de oportunizar a formação de educadores e jovens para aquisição de tais conhecimentos tanto na linha comportamental, atitudinal quanto cognitiva leva ao desenvolvimento de atitudes para o protagonismo do sujeito perante a vida e para empreender (criando os próprios negócios).

Portanto, essa educação pode voltar-se para objetivos individuais como, por exemplo, sonhos, metas e realização pessoal, como também desenvolver objetivos com visão coletiva.

“A educação empreendedora é aquela que ajuda o estudante a se autoconhecer, enxergar e avaliar determinada situação, assumindo uma posição proativa frente a ela, capacitando-o a elaborar e planejar formas e estratégias de interagir com aquilo que ele passou a perceber” (Gutierrez & Pereira, 2015, 15).

A internet para aprender e empreender

“Caminho sem volta” é um termo óbvio para o impacto e influência que a evolução e o acesso à internet têm gerado nas relações sociais, alterando a forma como nós consumimos, nós nos relacionamos, aprendemos e desenvolvemos negócios.

De acordo com a PricewaterhouseCoopers – PwC (2016), estima-se que 72% da população mundial estará em um nível avançado de “digitização”³ até 2020. Portanto as empresas precisam adaptar-se rapidamente às mudanças que a transformação digital impõe, incluindo a inovação em novos modelos de negócios que sejam capazes de sobreviver à nova era da economia sem perder a essência, mantendo o propósito.

E, nesse cenário de transformações, incluem-se nossos jovens conectados, dos quais, de acordo com o Juventudes e Conexões, 98% utilizam a internet para atividades relacionadas à capacitação e ao trabalho, como busca de dicas sobre como fazer coisas diversas (ao estilo “faça você mesmo”), pesquisa de informação e acesso a conteúdos educativos e de capacitação profissional.

A disponibilização de conexão em qualquer lugar e para todos facilita a ampliação do acesso a conteúdo, capacitações, redes de contato e de negócios. O que contribui significativamente para o desenvolvimento de modelos de negócios inovadores, devido à facilidade das tecnologias digitais.

Veja os dados completos no gráfico Capacitação e trabalho, capítulo 4, página 61.

Veja os dados completos no gráfico Tecnologias digitais em práticas e relações para empreender, capítulo 6, página 96.

Jovens apontaram em diferentes momentos da pesquisa a importância da internet e das tecnologias digitais para empreender hoje em dia. Para a maior parte deles, um dos maiores impactos percebidos é a possibilidade de constituir redes colaborativas e de conhecimento. Uma troca fundamental para negócios que já nascem digitais, pois necessitam de colaboração e escalabilidade para prosperarem.

Dizem também que a internet estimula a inovação ou geração de ideias e novas soluções (73%), que uma pessoa atendida com tecnologias terá mais chance de sucesso como empreendedora (71%) e que possibilita a criação de novos serviços/produtos/projetos que não seriam possíveis de outra maneira (70%).

E, nessa relação entre tecnologias digitais e empreendedorismo, surgem os empreendimentos de negócios digitais, ou seja, o processo de desenvolver um negócio que funcione de forma digital, principalmente na internet, e que tenha a maior parte de seus processos realizados nesse espaço. De forma geral, o empreendedor pode começar um negócio com pouco investimento financeiro e pode ter um retorno mais rápido se fizer uma gestão adequada.

Veja os dados completos no gráfico Atividades de busca de informações e serviços online, capítulo 4, página 60.

Esse tipo de negócio está bastante alinhado a habilidades muito comuns entre os jovens de hoje – considerados nativos digitais e em constantes conexões. De acordo com a pesquisa, há um crescimento em todas as atividades relacionadas ao comércio eletrônico: de 83% na primeira edição (2013-2014) vai para 88% hoje. Os negócios que têm aderência são principalmente o *e-commerce*, vendas pelo Facebook, venda de cursos, canal no YouTube, serviço online, infoprodutos (produção de conteúdo), desenvolvimento de aplicativos, entre outros⁴.

Outro impacto gerado pela internet e destacado por jovens foi a melhora da percepção que eles têm sobre empreender – 67% percebem que é mais fácil empreender. Contudo, vale atentar que, assim como as oportunidades são muitas, os desafios também ocorrem na mesma proporção para exercer autonomia, escolher entre manter uma carreira ou trabalhar por conta própria, ter planejamento financeiro, conhecimento de mercado, validar a ideia e construir autoridade sobre o empreendimento que exerce. Estes são alguns exemplos, mas que podem ser superados à medida que haja investimento e inserção do ensino sobre empreendedorismo nas escolas. O conhecimento nessa era digital é ferramenta mais poderosa para que se desenvolvam cada vez novas opções de carreira e de negócios.

Veja os dados completos no gráfico Avaliação da influência da internet para empreender, capítulo 6, página 95.

O empreendedorismo encontra na internet a possibilidade de, em larga escala, promover o conhecimento, seja de forma individualizada atendendo à necessidade de cada jovem, ou de forma colaborativa. Neste caso, o desafio é encontrar conhecimento com credibilidade e que esteja cada vez mais alinhado

³“Digitização” é o termo utilizado pela PwC para representar a transformação das empresas por meio das ferramentas digitais.

⁴Entre as atividades de comércio eletrônico, a categoria “vendas de produtos e serviços” atingiu 51% já na primeira vez que foi investigada (2018/2019).

à velocidade das mudanças, de novos ambientes de negócios e novas profissões. Uma fonte online inesgotável de conhecimento, mas que ainda não supera a necessidade do jovem em criar sinapses por meio das interações offline.

Ao longo da pesquisa, a internet aparece como coadjuvante no processo de aprendizado junto com a escola. Jovens que se interessam em empreender dizem buscar conteúdos principalmente nos sites e plataformas que tratam do tema (33%), seguido pelas redes sociais (25%), vídeos e canais online (20%) e ferramentas virtuais de inteligência artificial (16%).

Com essa percepção de que a escola tem um papel importante no processo de aprendizagem sobre o empreendedorismo, fica clara a possibilidade de contribuir com a formação empreendedora desses jovens.

Cabe à escola ofertar conhecimento não só sobre gestão de negócios, mas também cuidar do aperfeiçoamento de competências comportamentais, as chamadas habilidades empreendedoras, para que esses jovens experimentem e vivenciem uma proposta diferenciada de ensino, que permite acessar conteúdos e metodologias que estimulem a aprender sobre conceitos, técnicas que os ajudarão a resolver problemas no decorrer da vida profissional e também sobre como estruturar seus sonhos pessoais e profissionais, pois estarão aptos a planejar, buscar informações, estabelecer metas com persistência, autoconfiança e proatividade.

Veja os dados completos no gráfico Fontes mais importantes, capítulo 5, página 77.

Considerações finais

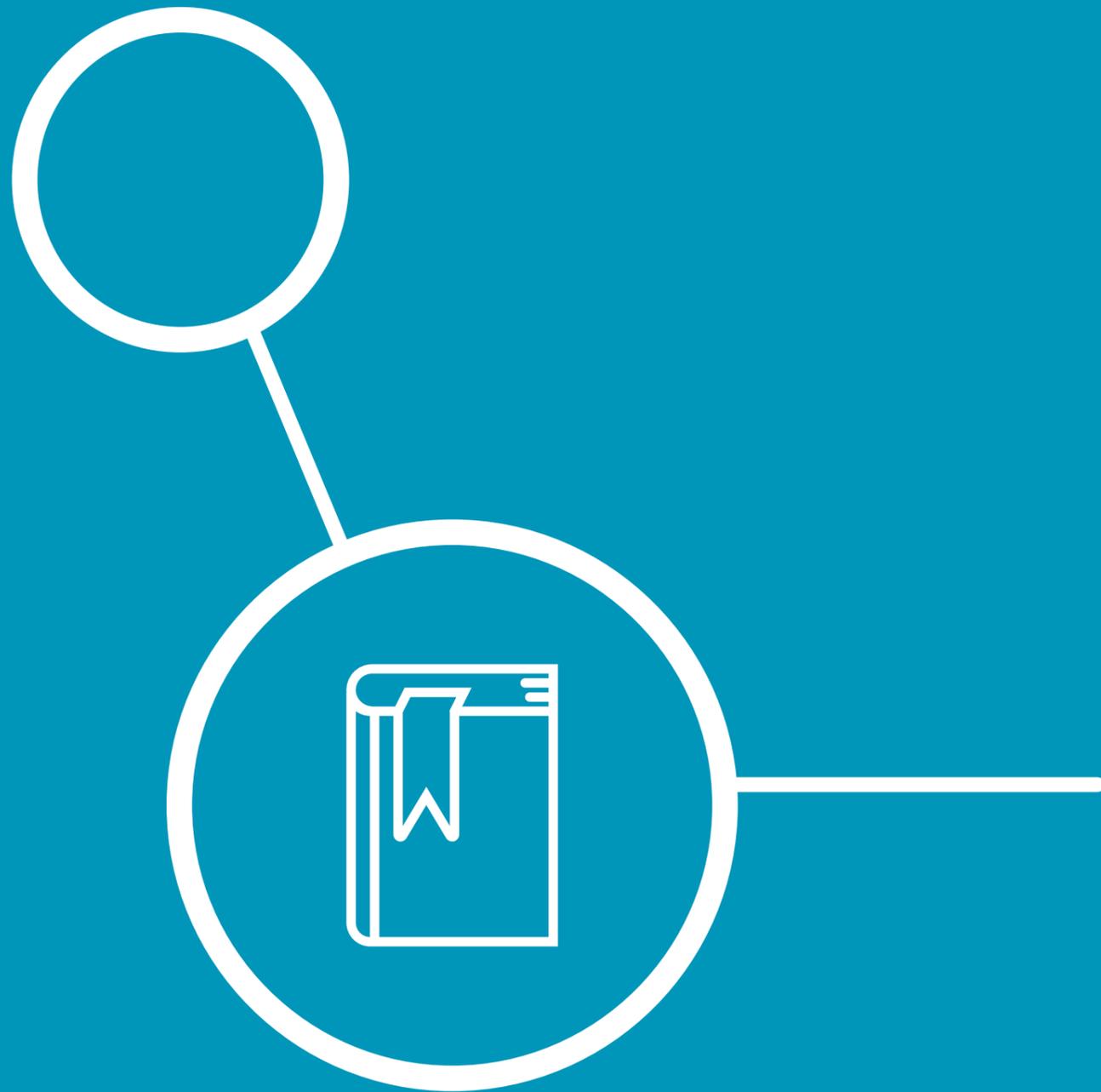
“O analfabeto do século XXI não será aquele que não consegue ler e escrever, mas aquele que não consegue aprender, desaprender, e reaprender.” Alvin Toffler

Mudanças são e serão inevitáveis! A tecnologia trouxe flexibilidade para o universo do trabalho, formas diferenciadas de empregos, novas profissões, modelos de negócios inovadores, demandando novas habilidades e competências para o ser humano. É nesse contexto que jovens precisam encontrar caminhos para se posicionarem diante das transformações.

A conexão entre a teoria e a prática será cada vez mais necessária para suas vidas e o empreendedorismo se configura como uma possibilidade de construir novos futuros. Com uma mentalidade empreendedora, as juventudes trarão contribuições para uma sociedade melhor, pois terão em suas mãos a tecnologia a seu favor para criar, integrar e fortalecer redes colaborativas de conhecimento de forma exponencial.

Concluo que a todo momento vários são os movimentos que colocam jovens diante de inquietações, desafios, inspirações, provocações para romper barreiras confortáveis da inércia, mas também caberá à sociedade e, principalmente, à educação promover iniciativas que possibilitem que as novas gerações tenham sucesso a partir do momento que desenvolvam a capacidade de aprender, reaprender e aprender novamente, assim elas estarão preparadas para todos os contextos que o mundo apresentar. Somente o acesso à educação, ao empreendedorismo e à tecnologia proporcionará este rompimento de barreira e um salto evolutivo na vida de nossos jovens.





Referências bibliográficas

Neste capítulo, trazemos as referências bibliográficas utilizadas pela **consultora** deste eixo. São livros, artigos e pesquisas nacionais e internacionais sobre jovens e suas relações com as tecnologias e conexões.

As referências podem contribuir com instituições, educadores, pesquisadores, jovens, professores e interessados em geral pelos temas para explorar de forma mais profunda e detalhada as questões que envolvem este estudo.

BECKER, Bettina (2014). *Public R&D Policies and Private R&D Investment: a Survey of the Empirical Evidence*. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/joes.12074>

CANTILLON, Richard. (1931). *Essai sur la nature du commerce en General*. Editado por Henry Higgs e impresso em francês e em inglês. Londres: Macmillan. [Originalmente publicado em 1775]

DORNELAS, José Carlos Assis. (2014). *Empreendedorismo para Visionários: Desenvolvendo Negócios Inovadores para um Mundo em Transformação*. 1. ed. Rio de Janeiro: LTC.

FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL (2018). *O Futuro do Trabalho*. Disponível em: www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2018

FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. Disponível em: <https://www.weforum.org/>

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO. (2014). *Juventude Conectada*. São Paulo: Fundação Telefônica Vivo.

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO. (2016). *Juventude Conectada 2*. São Paulo: Fundação Telefônica Vivo.

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO. (2018). *Juventude Conectada – edição especial Empreendedorismo* (livro eletrônico). 1 ed. São Paulo. 71 p. : il.; 2.228 Mb ; PDF. Disponível em: <http://fundacaotelefonica.org.br/projetos/juventude-conectada/>

GIMENEZ, Fernando Antônio; BUETTGEN, John Jackson & RUGGI, Maíra Oliveira. (2018). *Empreendedorismo: Ecosystema empreendedor, Educação, Competências e Inovação Sustentável*. Curitiba.

INSTITUTE FOR THE FUTURE. *Future Work Skills 2020*. Disponível em: <http://www.iftf.org/futureworkskills/>

KIRZNER, Israel M. (1997). *Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach*. pp. 60-85.

MATTOS, Tiago (2017). *Vai Lá e Faz: Como empreender na era digital e tirar ideias do papel*. Caxias do Sul: Editora Belas Letras.

MEC. *Base Nacional Comum Curricular-BNCC*. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/>

NEVES, Edson Oliveira; STEIL, Andrea Valéria. (2014). *Educação para o Empreendedorismo: Desenvolvimento de Competências Empreendedoras no ensino superior*. Colóquio Internacional de Gestão Universitária – CIGU.

NOVA ESCOLA e FUNDAÇÃO LEMANN. *BNCC na Prática: Entenda como a Base Nacional Comum Curricular vai mudar o seu dia a dia na escola*. Disponível em: <https://bncc.novaescola.org.br/>

PESQUISA GEM – Global Entrepreneurship Monitor. (2017). *Empreendedorismo no Brasil, Relatório Executivo*. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf

PESQUISA GEM – Global Entrepreneurship Monitor. (2018). *Empreendedorismo no Brasil, Relatório Executivo*. Disponível em: <http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>

PWC PricewaterhouseCoopers Brasil. (2016). *Pesquisa Global indústria 4.0: Relatório Brasil*.

REVISTA PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS. *Educação Empreendedora Potencializa a Formação das Crianças*. Agência Sebrae de Notícias. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Empreendedorismo/noticia/2018/10/educacao-empreendedorapotencializa-formacao-das-criancas.html>

SARASVATHY, Saras D. (2001). *Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency*. *Academy of Management Review*, v. 26, n. 2, p. 243-263. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/AMR.2001.4378020>

SCHUMPETER, Joseph. (1982). *Teoria do Desenvolvimento Econômico*. Editora Abril Cultural, São Paulo. [Originalmente publicado em 1912]

SEBRAE e Fundação Dom Cabral. (2016). *Empreendedorismo e Educação Empreendedora*. Disponível em: http://cer.sebrae.com.br/wp-content/uploads/2015/12/EE-0115-16_Pesquisa-FDC-FINAL.pdf

SEBRAE Minas. (2015). *Guia essencial para novos empreendedores: descoberta*. Cláudio Afrânio Rosa; Gustavo Marques Couto; Marcelo Gomes Lage. - Belo Horizonte. 104 p.: il. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/sebraeaz/guia-essencial-para-empreendedores-descoberta,d43727a91f70f510VgnVCM1000004c00210aRCRD>

SEBRAE Minas. (2016). *Estudos Teóricos Referenciais sobre Educação Empreendedora*. Relatório da Pesquisa Bibliográfica sobre Empreendedorismo e Educação Empreendedora, por Carlos Arruda, Ana Buchart e Michele Dutra.

SEBRAE Minas. (2017). *Guia essencial para novos empreendedores*. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MG/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Volume1_Descoberta+Guia+essencial+para+novos+empreendedores.pdf

SEBRAE Minas. Portal Sebrae Minas. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg?codUf=14>

SEBRAE SP. (2010). *Educação Empreendedora: conceitos, modelos e práticas*. Organização: Rose Lopes.

SEBRAE. Centro de Referência em Educação Empreendedora. Disponível em: <http://cer.sebrae.com.br/o-cer/>

SEBRAE. Escola de Formação Gerencial. Disponível em: <http://efgbh.com.br/>

SHANE, Scott & VENKATARAMAN, Sankaran. (2000). *The Promise of Entrepreneurship As a Field of Research*. *Academy of Management Review*.



Anexo: Questionário

Com o objetivo de compartilhar mais do que os resultados do estudo, apresentamos o questionário quantitativo utilizado nesta edição do Juventudes e Conexões, com a sinalização de todas as alterações feitas entre a edição 2015-2016 e a 2018-2019. Todas as mudanças e sugestões foram resultantes das etapas de construção coletiva com **especialistas** e **jovens consultores**, bem como das reuniões e discussões com as **consultoras** da pesquisa.



PERFIL

P1. Praça que reside:

P2. Sexo: () Masculino () Feminino

P3. Idade: _____ anos

P4. Dados de classificação econômica - novo critério Brasil 2018

P4a. Vou fazer algumas perguntas sobre itens do domicílio para efeito de classificação econômica. Todos os itens eletroeletrônicos que vou citar devem estar funcionando, incluindo os que estão guardados. Caso não estejam funcionando, considerem apenas se tiver intenção de consertar ou repor nos próximos seis meses.

No domicílio tem...	Não tem	Tem (Quantidade)			
		1	2	3	4 ou +
Quantidade de automóveis de passeio exclusivamente para uso particular	0	3	5	8	11
Quantidade de empregados mensalistas, considerando apenas os que trabalham pelo menos cinco dias por semana	0	3	7	10	13
Quantidade de máquinas de lavar roupa, excluindo tanquinho	0	2	4	6	6
Quantidade de banheiros	0	3	7	10	14
DVD, incluindo qualquer dispositivo que leia DVD e desconsiderando DVD de automóvel	0	1	3	4	6
Quantidade de geladeiras	0	2	3	5	5
Quantidade de freezers independentes ou parte da geladeira duplex	0	2	4	6	6
Quantidade de microcomputadores, considerando computadores de mesa, laptops, notebooks e netbooks e desconsiderando tablets, palms ou smartphones	0	3	6	8	11
Quantidade de lavadora de louças	0	3	6	6	6
Quantidade de fornos de micro-ondas, incluindo os aparelhos com dupla função (de micro-ondas e forno elétrico)	0	2	4	4	4
Quantidade de motocicletas, desconsiderando as usadas exclusivamente para uso profissional.	0	1	3	3	3
Quantidade de máquinas secadoras de roupas, considerando lava e seca.	0	2	2	2	2

P4b. Qual é o grau de instrução do chefe da família? (pessoa que contribui com a maior parte da renda do domicílio)

	Pontuação
Analfabeto/Fundamental I incompleto	0
Fundamental I completo/Fundamental II incompleto	1
Fundamental II completo/Médio incompleto	2
Médio completo/Superior incompleto	4
Superior completo	7

P4c. A água utilizada nesse domicílio é proveniente de:

	Pontuação
A) Rede geral de distribuição	4
B) Poço ou nascente	0
C) Outro meio	0

P4d. Considerando o trecho da rua do seu domicílio, você diria que a rua é:

	Pontuação
A) Asfaltada/Pavimentada	2
B) Terra/Cascalho	0

P5. Sabe ler e escrever um bilhete simples?

() Sim	() Não
---------	---------

P6. Qual foi a última série que você completou com aprovação?

Sem escolaridade
Sabe ler/escrever, mas não cursou escola
Fundamental I (1ª até 4ª série)
Fundamental II (5ª a 8ª série)
Ensino médio (1º a 3º ano)
Superior completo
Superior incompleto

P7. Considerando suas atividades, gostaria de saber se atualmente você está estudando. E você está trabalhando? (Quantas opções quiser) *

Estudando	() Sim	() Não
Trabalhando	() Sim	() Não

P8. Você costuma utilizar a internet?

() Sim	Continue
() Não	Encerre

* Mudança de 2015-2016 para 2018-2019 (múltipla resposta na edição atual)

P9. De qual desses equipamentos você acessou a internet nos últimos três meses? (Quantas opções quiser)

P10. E qual deles é o mais frequente? (Apenas uma resposta)

Computador de mesa
Computador portátil (notebook, laptop, netbook)
Tablet
Celular/smartphone
TV
Aparelho tocador de MP3 (iPod)
Relógio ou bracelete inteligente (Apple Watch, Smartband etc.)
Videogame (Xbox, Playstation etc.)

P11. Para cada uma das atividades abaixo, responda qual você realizou nos últimos três meses pela internet. Pense em um período típico (normal), ou seja, não considere período de férias.

	1. Mais de uma vez ao dia	2. Todos os dias ou quase todos os dias	3. Pelo menos uma vez por semana	4. Pelo menos uma vez por mês ou menos	5. Não faz
COMUNICAÇÃO					
Acessa ao menos uma de sua(s) conta(s) em redes sociais (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Pinterest etc.)	1	2	3	4	5
Verifica seu email	1	2	3	4	5
Conversa por mensagens instantâneas (WhatsApp, Skype, Telegram etc.)	1	2	3	4	5
Participa de fóruns ou grupos de discussão temática (inclusive via redes sociais)*	1	2	3	4	5
Cria/atualiza blogs, páginas	1	2	3	4	5
Cria/atualiza canais de vídeos e podcasts*	1	2	3	4	5
Cria/posta conteúdo (música, imagens, vídeo, fotos, filmes etc.) nas redes sociais*	1	2	3	4	5
BUSCA DE INFORMAÇÃO E SERVIÇOS ONLINE					
Faz pesquisas na web sobre informações em geral	1	2	3	4	5
Utiliza serviços de localização (mapas, pesquisa de endereço, trânsito)	1	2	3	4	5
Acompanha blogs e canais de YouTube (sobre temas como jogos, moda, decoração, política, saúde etc.) *	1	2	3	4	5
Utiliza serviços bancários (internet banking, pagamento digital etc.) *	1	2	3	4	5

Utiliza serviços de governo (Detran, cadastros, companhia de energia e saneamento etc.)*	1	2	3	4	5
Utiliza serviços de transporte e mobilidade (Uber, 99, Easy taxi, Moovit) *	1	2	3	4	5
Assiste a filmes, séries, programas de televisão, ouve música pela internet (YouTube, Vimeo, Netflix, Spotify, Popcorntime etc.)	1	2	3	4	5

ATIVIDADES DE LAZER

Baixa conteúdos (download de música, filmes, vídeo, texto e jogos etc.)	1	2	3	4	5
Acessa site de revistas (Capricho, Superinteressante, Trip, TPM etc.)	1	2	3	4	5
Acessa sites de notícias (Uol, G1, CBN etc.)	1	2	3	4	5
Baixa e instala softwares/programas de computador/aplicativos *	1	2	3	4	5
Lê livros digitais (ebooks, eReaders etc.)	1	2	3	4	5
Joga games/jogos eletrônicos	1	2	3	4	5
Utiliza aplicativos de relacionamento (Tinder, Grindr, Happen, Kick off etc.) *	1	2	3	4	5

ATIVIDADES DE TREINAMENTO, EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO/MERCADO DE TRABALHO

Procura ou faz pesquisa para a escola ou faculdade	1	2	3	4	5
Faz curso à distância e curso online	1	2	3	4	5
Pesquisa informações sobre cursos	1	2	3	4	5
Pesquisa sobre capacitação profissional*	1	2	3	4	5
Procura trabalho ou emprego (fixo ou freelancer/espórádico) *	1	2	3	4	5
Busca dicas de como fazer coisas diversas*	1	2	3	4	5
Acessa conteúdos educativos (podcast, vídeos, audiolivros, tira-dúvidas etc.)*	1	2	3	4	5
Utiliza ferramentas interativas para aprender (jogos, aplicativos, simuladores de exercícios)*	1	2	3	4	5

COMÉRCIO ELETRÔNICO

Compra pela internet de produtos e serviços (viagens, roupas, sapatos, passagens, ingressos etc.)	1	2	3	4	5
Pesquisa de preços de produtos e serviços	1	2	3	4	5
Venda de produtos e serviços (olx, mercado livre, elo 7, enjoei etc.)*	1	2	3	4	5

OUTROS

Utiliza app ou programas para edição de imagens, vídeos ou sons*	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Entrevistado deve utilizar pelo menos três atividades com código 1, 2 ou 3 de grupos de atividades diferentes.

* Item ou pergunta novos!

* Mudança de 2015-2016 para 2018-2019 (inclusão de novo trecho; simplificação do item)

* Item criado como desdobramento de um item de 2015-2016 ("utiliza serviços online")

P12. Com qual raça/cor você se identifica? (Apenas uma resposta)*

Branca
Preta/Negra
Parda
Amarela
Indígena

P13. Qual a sua religião? (Apenas uma resposta)*

Católica
Evangélica tradicional
Evangélica protestante
Evangélica pentecostal
Neopentecostal
Judaica
Orientais (budismo etc.)
Islamismo
Umbanda/candomblé
Espírita kardecista
Messiânica
Ateu/não acredita em Deus
Outra. Qual?
Não tem religião

P14. Com qual gênero você se identifica? (Apenas uma resposta)*

Masculino
Feminino
Não binário ou outro

P15. Atualmente, qual é o seu status de relacionamento? (Apenas uma resposta)*

Solteiro(a)
Casado(a)/União estável/Morando junto
Separado(a)/divorciado(a)
Viúvo(a)

P16. Você tem filhos? Se sim, quantos? (Apenas uma resposta)*

Sim - Anote a quantidade exata _____
Não tenho filhos, mas pretendo ter no futuro
Não tenho filhos e não pretendo ter no futuro

P17. Qual a sua participação na vida econômica do seu domicílio? (Apenas uma resposta)*

Sou totalmente dependente financeiramente da minha família
Sou parcialmente dependente financeiramente da minha família (pago parte das minhas contas)
Pago todas as minhas contas (sou independente da minha família)
Pago todas as minhas contas e contribuo parcialmente para o domicílio
A minha família depende financeiramente de mim



EDUCAÇÃO

Por favor, pense no seu processo de aprendizado, que inclui não só escola ou faculdade, mas também outros espaços educacionais ou de estudo.

P18. Pensando no que você considera importante para o seu processo de aprendizado, gostaria que você avaliasse as frases a seguir utilizando uma escala de 0 a 10, onde 0 significa que discorda totalmente e 10 significa que concorda totalmente.

Com a internet é mais fácil fazer trabalhos em grupo *
Professores mais jovens usam mais as tecnologias para ensinar *
Aprendo mais com uma aula presencial do que com uma aula online
Com a internet o professor é mais um orientador de estudos/tutor
Aprendo melhor quando o professor dá aulas mais interativas com uso de tecnologias *
Quando tenho vergonha de tirar minhas dúvidas na sala de aula, procuro na internet *
Uso a internet com frequência para buscar mais informações sobre o que foi dado na aula *
Tenho contato com meu professor por redes sociais, email e/ou WhatsApp *
Já aprendi coisas úteis para a vida e para o trabalho na internet que eu não aprenderia na escola/faculdade
A internet possibilita que eu aprenda no ritmo, local e horário mais adequados às minhas necessidades *
Uso a internet para me preparar e autoavaliar para provas e testes (Enem, concursos públicos, vestibular etc.)
A internet aumenta a troca de conhecimento escolar/acadêmico entre as pessoas *

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
Discorda totalmente										Concorda totalmente	Não se aplica

* Item ou pergunta novos!

P19. Você acha que a internet influencia: (Apenas uma resposta por frase) *

	De forma positiva (melhora)	De forma negativa (piora)	Não influenciou em nada	Não sei/não tenho certeza
O tempo que dedico aos estudos				
A atenção que tenho na aula				
A concentração enquanto realizo meus estudos e trabalhos escolares				



PARTICIPAÇÃO SOCIAL

Pense agora no seu envolvimento e participação na sociedade, como por exemplo manifestações públicas, protestos, ações de voluntariado, doações etc.

P20. Aqui há uma lista com algumas formas de participação social. Você já se envolveu com alguma delas? (Quantas opções quiser)

Greve
Manifestação de rua/passeata/protesto
Abaixo-assinado/petições
Debate sobre temas de interesse público
Trabalho voluntário/voluntariado/ajuda no seu tempo livre *
Doação não financeira (roupas, alimentos, livros etc.)
Participação em partidos políticos
Compartilhamento de saberes (aulas públicas, oficinas, ensinar e dividir os meus conhecimentos)
Campanhas virtuais com ações presenciais (ex: quem é a favor de alguma coisa, apague as luzes ou pannelaço) *
Boicotes a empresas ou produtos (deixar de consumir) *
Participação em grupos de jovens da igreja/espço religioso que frequenta *
Participação em grêmios estudantil/centro acadêmico e/ou atividades para tomar decisão na escola*
Participação em projetos sociais ou culturais promovidos por instituições*
Participação em grupos/coletivos sociais, políticos ou culturais *
Doação financeira e contribuição em vaquinhas virtuais para causas coletivas ou pessoais*
Participação em sindicatos *
Outra forma (ESPECIFIQUE)
Nenhuma das alternativas

* Item ou pergunta novos!

* Mudança de 2015-2016 para 2018-2019 (inclusão de novo trecho; simplificação do item)

* Mudança de 2015-2016 para 2018-2019: item criado como desdobramento de um item de 2015-2016 ("Participação em movimentos partidários/não associados a partidos políticos"; Junção de dois itens em um - "doação financeira" e "vaquinha virtual"; inclusão da palavra "diversificação" para melhorar entendimento.)

P21. Pensando no que você considera importante para sua participação na sociedade, gostaria que você avaliasse as frases a seguir utilizando uma escala de 0 a 10, onde 0 significa que discorda totalmente e 10 significa que concorda totalmente.

A internet é a melhor ferramenta para manifestar a minha opinião
Quando quero saber mais sobre algum assunto político, pesquiso sobre ele na internet *
Política é um assunto que interessa aos jovens *
Jovens se sentem ouvidos e representados nos movimentos e partidos políticos *
É melhor debater política pelas redes sociais do que presencialmente *
A convocação via redes sociais fortalece a participação presencial (em reuniões, debates, manifestações) *
Antes de aceitar um convite feito pela internet para uma atividade de participação social, eu verifico se a fonte é confiável
Prefiro expressar minhas ideias em um grupo que pensa igual a mim *
A internet colabora com o aumento da visão crítica
Ações ou eventos chamam mais minha atenção quando tem uma imagem, gif, meme ou vídeo *
Prefiro não publicar minhas ideias sobre política na internet para não sofrer ameaças ou brigar com alguém
A internet permite a melhor organização das pessoas para enfrentar problemas da sociedade
Procuro aprender sobre causas sociais, ambientais e/ou políticas pela internet
A internet facilita o meu envolvimento em ações solidárias/doações de dinheiro, tempo, trabalho e outros recursos para causas sociais

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
Discorda totalmente										Concorda totalmente	Não se aplica

P22. Você acha que a internet influencia: (Apenas uma resposta por frase)

	De forma positiva (melhora)	De forma negativa (piora)	Não influenciou em nada	Não sei/não tenho certeza
A participação em debates				
O foco dos debates				
A variedade/diversificação das causas *				
A agressividade				
As informações sobre política				
As opiniões radicais				
As opiniões conciliadoras				

P23. Agora temos uma lista de assuntos atuais e gostaríamos de saber, na sua opinião, quais são os mais importantes para o Brasil e para os brasileiros. Por favor, assinie até três respostas.

P24. E com quais desses assuntos você estaria disposto(a) a se envolver? (Até três opções)

Questões raciais e étnicas
LGBTQI+ (diversidade sexual)
Qualidade da educação
Acesso à internet
Direitos trabalhistas
Combate à corrupção
Avanço do agronegócio
Meio ambiente, mudanças climáticas e defesa dos animais
Reforma do ensino médio
Mobilidade urbana e transporte público
Tolerância religiosa
Segurança pública e violência
Direito das mulheres
Fortalecimento da democracia
Direito/Acesso à cultura
Descriminalização da maconha
Sistema de cotas para acesso à universidade
Combate às drogas
Liberdade de expressão e de imprensa
Saúde e alimentação saudável
Outra. Qual?



EMPREENDEDORISMO

Agora, mudando um pouco de assunto, gostaria que pensasse na sua vida profissional futura.

P25. Se pudesse escolher, você preferiria ser: (Apenas uma resposta)

Um empregado/funcionário público ou de uma empresa
Ter um negócio próprio
Nenhum dos dois

P26. Qual a probabilidade de você abrir um negócio próprio nos próximos 5 anos? (Apenas uma resposta)

P26b. E nos próximos 10 anos? (Apenas uma resposta)

Muito provável
Provável
Pouco provável
Nada provável
Não sei

Apenas se provável ou muito provável na P26.

P27. Por que é muito provável ou provável que você abra um negócio nos próximos 5 anos? (Quantas opções quiser)

Para ampliar a minha renda individual
Para explorar minha criatividade
Para colocar em prática os meus sonhos
Não quero/Não gosto de trabalhar para os outros
O cenário econômico será favorável para abrir meu negócio
Seria mais fácil para conciliar minha vida pessoal/familiar
Terei conhecimento/habilidade para gerir um negócio
Terei recursos/condições financeiras
Para ajudar a construir um mundo melhor
Para ter equilíbrio financeiro e espiritual
Algum outro motivo (ESPECIFIQUE)

Apenas se pouco provável ou nada provável na P26.

P28. Porque é pouco provável ou nada provável que você abra um negócio nos próximos 5 anos? (Quantas opções quiser)

Falta de oportunidades de negócio
Falta de ideias para abrir meu negócio
Falta de recursos financeiros (dinheiro) para investir
Falta de conhecimento/habilidade para gerir um negócio/não estarei preparado/ preciso estudar mais
Dificuldades burocráticas/administrativas
Risco de falhar é muito alto/medo de frustração
Seria muito difícil conciliar com minha vida pessoal/familiar
O atual cenário econômico não é favorável para abrir meu negócio
Risco de falir, entrar em dívida, ser processado
Ainda serei muito jovem, não terei idade suficiente
Algum outro motivo (ESPECIFIQUE)

P29. Você se considera uma pessoa empreendedora? (Apenas uma resposta)*

Sim
Não
Não tenho certeza

P30. Pensando no que você considera importante para desenvolver uma atitude empreendedora, gostaria que você avaliasse as frases a seguir utilizando uma escala de 0 a 10, onde 0 significa que discorda totalmente e 10 significa que concorda totalmente.

A escola/faculdade é um lugar importante para aprender sobre empreendedorismo *
Os jovens são estimulados a se tornar empreendedores *
Uma pessoa atendida com tecnologias terá mais chance de sucesso como empreendedora *
Eu me preocupo com as mudanças no mercado de trabalho e as profissões do futuro *
Para mim é importante que o trabalho esteja alinhado com meus propósitos de vida *
A internet possibilita a criação de novos serviços/produtos/projetos que não seriam possíveis de outra maneira
Penso em usar a internet para desenvolver meu próprio modelo de empreendimento
A internet permite levantar dinheiro/financiamento para a realização de projetos/novos negócios/startups
A internet estimula a inovação/geração de ideias e novas soluções
A internet possibilita que pessoas com pouco capital tenham seus negócios
A internet favorece o surgimento de negócios que tenham impacto social
Pela internet é possível sustentar negócios que ajudem a melhorar o mundo

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
Discorda totalmente										Concorda totalmente	Não se aplica

P31. Você acha que a internet influencia: (Apenas uma resposta por frase)

	De forma positiva (melhora)	De forma negativa (piora)	Não influenciou em nada	Não sei/não tenho certeza
A colaboração entre empreendedores				
A competição entre empreendedores				
A ideia de que é fácil empreender				
A igualdade de oportunidades				



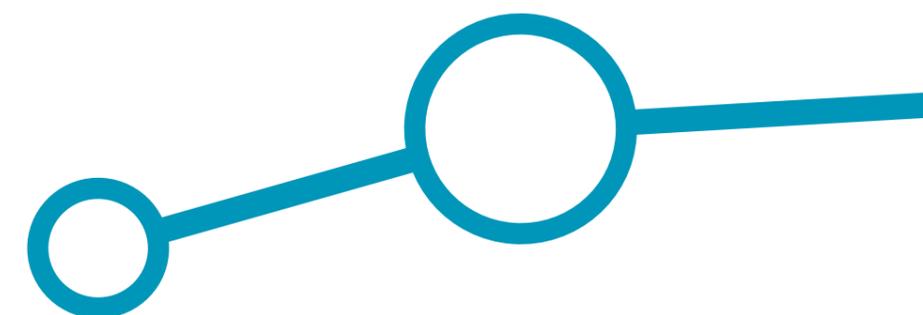
COMPORTAMENTO

Agora gostaria que pensasse no uso de tecnologia no comportamento pessoal, que inclui a comunicação por meio das redes sociais, o compartilhamento de dados, a busca por informações em geral e compras pela internet.

P32. Agora gostaria de saber o quanto você acha que a internet é segura. Por favor, dê uma nota de 0 a 10 em relação a algumas situações comuns de usuários da internet, em que 0 significa que você se sente totalmente INSEGURO(A) em fazer e 10 significa que você se sente totalmente SEGURO(A) em fazer.

Baixar aplicativos gratuitos ou pagos de seu interesse e que considera úteis
Realizar transações bancárias pela internet
Fornecer dados pessoais para a compra de um produto/serviço ou se cadastrar em uma página
Inscrever-se em concursos, provas, disponibilizar seu currículo online
Apoiar alguma causa publicamente *
Emitir opiniões sobre algum assunto atual ou polêmico *
Trocar informações pessoais com desconhecidos
Postar fotos pessoais nas redes sociais *
Fazer check-in nos lugares que frequento *
Escolher um produto ou usar um serviço baseado na avaliação de outras pessoas *

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
Discorda totalmente										Concorda totalmente	Não se aplica



* Item ou pergunta novos!

P33. Pensando no que você considera importante para você e suas relações, gostaria que você avaliasse as frases a seguir utilizando uma escala de 0 a 10, onde 0 significa que discorda totalmente e 10 significa que concorda totalmente.

O uso da internet contribui para aproximar as pessoas
Já briguei nas redes sociais com pessoas próximas por expressarem opiniões diferentes da minha *
Tenho cuidado em expressar minhas opiniões na internet, pois posso não ser bem visto
Já passei mais tempo na internet do que pretendia
A internet permite que eu me relacione com pessoas com interesses e identidades semelhantes aos meus *
Na internet as pessoas podem ser quem elas quiserem *
Às vezes a forma como me mostro nas redes sociais é diferente de como sou fora delas *
Uso memes como uma forma de me comunicar *
Fazer uma <i>live</i> (transmissão ao vivo) é uma maneira interessante de mostrar quem sou e o que faço *
Gosto de ter familiares como amigos nas redes sociais *
Fico chateado se minha postagem não tiver a quantidade de <i>likes</i> que desejo *
A relação que tenho comigo mesmo(a) melhorou com alguns conteúdos que vejo na internet (sobre cabelo, corpo, sexualidade, identidade etc.) *

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
Discorda totalmente										Concorda totalmente	Não se aplica

P34. Você acha que a internet influencia: (Apenas uma resposta por frase)

	De forma positiva (melhora)	De forma negativa (piora)	Não influenciou em nada	Não sei/ não tenho certeza
A prática de <i>bullying</i>				
A ocorrência de ansiedade entre jovens				
O isolamento de jovens				
A exposição da intimidade				

P35. Pensando no seu relacionamento com a informação, gostaria que você avaliasse as frases a seguir utilizando uma escala de 0 a 10, onde 0 significa que discorda totalmente e 10 significa que concorda totalmente.*

O uso da internet estimula a produção de conteúdos de própria autoria
Eu me sinto capaz de selecionar conteúdos confiáveis na internet
Quando recebo uma notícia pelas redes, procuro saber se aquilo é verdadeiro
A maior parte do que leio e escrevo é nas redes sociais
O local onde mais me informo é nas redes sociais (WhatsApp, Facebook, Instagram etc.)
Se me interesso por uma notícia que me mandam, costumo abrir o link para ler o texto completo

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
Discorda totalmente										Concorda totalmente	Não se aplica



REFERÊNCIAS E HABILIDADES

A seguir há uma lista de INSTITUIÇÕES. *

P36a. Na sua opinião, quais são as mais importantes para um jovem aprender? (Até duas)

P36b. E quais são as mais importantes para um jovem participar na sociedade? (Até duas)

P36c. E quais são as mais importantes para um jovem empreender? (Até duas)

P36d. E quais são as mais importantes para um jovem decidir quem quer ser? (Até duas)

INSTITUIÇÕES
Escola/faculdade
Organizações e projetos sociais
Igreja ou espaço religioso
Partidos políticos
Mídias e veículos de comunicação diversos (TV, rádio, jornais etc.)
Espaços e atividades culturais (saraus, bibliotecas, centros culturais etc.)
Grupos ou coletivos culturais, políticos ou sociais
Nenhum deles
Não sei/não quero responder

* Item ou pergunta novos!

* Mudança de 2015-2016 para 2018-2019: inclusão do trecho "e identidades", para abranger mais do que gostos em comum.

A seguir há uma lista de PESSOAS. *

P37a. Na sua opinião, quais são as mais importantes para um jovem aprender? (Até duas)

P37b. E quais são as mais importantes para um jovem participar na sociedade? (Até duas)

P37c. E quais são as mais importantes para um jovem empreender? (Até duas)

P37d. E quais são as mais importantes para um jovem decidir quem quer ser? (Até duas)

PESSOAS

Professor/educador/orientador

Amigos e colegas

Artistas e pessoas famosas (músicos, atores, escritores, empresários)

YouTubers e outros influenciadores digitais

Família/familiares (pai, mãe, tios, avós, irmã(o) etc.)

Líderes religiosos

Lideranças políticas (de partidos ou movimentos culturais, sociais, de bairro)

Psicólogo, terapeuta ou assistente social

Nenhum deles

Não sei/não quero responder

A seguir há uma lista de MATERIAIS E FERRAMENTAS. *

P38a. Na sua opinião, quais são as mais importantes para um jovem aprender? (Até duas)

P38b. E quais são as mais importantes para um jovem participar na sociedade? (Até duas)

P38c. E quais são as mais importantes para um jovem empreender? (Até duas)

P38d. E quais são as mais importantes para um jovem decidir quem quer ser? (Até duas)

MATERIAIS E FERRAMENTAS

Redes sociais (WhatsApp, Facebook, Instagram etc.)

Sites e plataformas que falam sobre o tema

Livros, filmes, peças teatrais ou espetáculos de dança

Livros didáticos/técnicos ou apostilas

Vídeos e canais online (YouTube, Vimeo etc.)

Jogos e *games*

Ferramentas virtuais de inteligência artificial (robôs, chatbot), realidade virtual (simuladores) ou realidade aumentada (Pokemon Go etc.)

Leis ativas no país

Nenhum deles

Não sei/não quero responder

A seguir há uma lista de HABILIDADES E COMPETÊNCIAS. *

P39a. Na sua opinião, quais são as mais importantes para um jovem aprender? (Até três)

P39b. E quais são as mais importantes para um jovem participar na sociedade? (Até três)

P39c. E quais são as mais importantes para um jovem empreender? (Até três)

P39d. E quais são as mais importantes para um jovem decidir quem quer ser? (Até três)

HABILIDADES E COMPETÊNCIAS

Pensamento crítico

Comunicação e escuta

Conhecimento de tecnologias

Capacidade de resolver problemas

Criatividade

Capacidade de tomar decisão

Trabalho em equipe e cooperação

Flexibilidade

Valorização da diversidade

Empatia (colocar-se no lugar do outro)

Influência pessoal/liderança

Autodidatismo (aprender por conta própria)

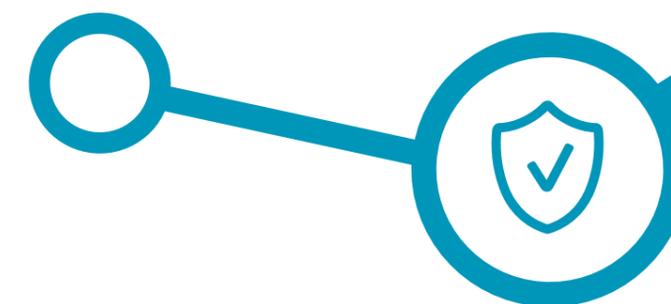
Curiosidade e interesse intelectual

Vontade de aprender sempre

Autocuidado e saúde

Nenhum deles

Não sei/não quero responder



* Item ou pergunta novos!

Instituições envolvidas

Idealização

Telefônica
FUNDAÇÃO | vivo

A Fundação Telefônica Vivo, responsável pelos projetos sociais da Telefônica Vivo, acredita na Inovação Educativa como forma de inspirar novos caminhos para o desenvolvimento do Brasil a partir da educação. Guiada pela inovação e disposição em contribuir para a construção de um futuro com mais oportunidades para todos, a Fundação desenvolve projetos que utilizam a tecnologia para gerar novas metodologias de ensino-aprendizagem, estimular o empreendedorismo social e o exercício da cidadania.

Realização



A Rede Conhecimento Social é uma organização sem fins lucrativos que dá continuidade às ações do Instituto Paulo Montenegro e tem como missão promover a construção participativa de conhecimento, conectando pessoas, grupos e organizações, para gerar mobilização e transformação social. A partir de diferentes abordagens, baseadas na colaboração, cocriação e compartilhamento de saberes, propõe o uso de pesquisas como prática formativa e método para fortalecimento de territórios e causas.

Parceria

IBOPE
inteligência

O IBOPE Inteligência é uma empresa nascida no Brasil, com mais de sete décadas de história, que segue contribuindo com o amadurecimento da democracia e dos mercados aos quais atende. Sua missão é gerar conhecimento relevante e confiável, produzindo e integrando informações em soluções que apoiem as estratégias e tomadas de decisão de seus clientes.

Esta edição do Juventudes e Conexões e as anteriores estão disponíveis para download em fundacaotelefonica.org.br.

Acompanhe a Fundação Telefônica Vivo pelas redes sociais:

 [fundacaotelefonica](https://www.facebook.com/fundacaotelefonica)

 [ft_brasil](https://twitter.com/ft_brasil)

 [ft_brasil](https://www.instagram.com/ft_brasil)

 [fundacaotelefonica](https://www.youtube.com/fundacaotelefonica)

Telefonica / **vivo**
FUNDAÇÃO



IBOPE
inteligência